Management Viewpoint

『　顧客カルテを営業ツールとして活かす　』

建設資材卸売業A社において、営業力強化のお手伝いを始めた。まず行ったことは「顧客カルテ」の整備である。A社の営業課題は御用聞き営業、インストアシェアが低い先が多い、気合型マネジメントであり、その本質は「お客様のことをわかっているつもりで、わかっていない」ということである。

そこで、顧客カルテを作成することにした。このカルテにはインストアシェア、キーマンとの関係度、お客様の取引先と仕事内容、業績、当面の行動具体策などを記入するようになっている。予想通り全然書き込めない。自社が納入可能な商品のインストアシェアと言われても、予想すらできない状況であった。

重要なのは、カルテを作成する途上でお客様理解を深めることである。担当者に尋ねる、配送担当に訊く、倉庫を見る、HPを見直す、興信所データで取引先を調べる･･･などで見えてくるものがある。1社作成するのに2時間程度要し、主力先を作成するだけでも1ヵ月ほど要した。

次はこのカルテをもとに、インストアシェアを何で、どのようにアップさせるかの目標設定を行い、実行具体策を策定した。ここまでやったことは、さほど難しいことではない。

ここで考えていただきたい。営業力強化というと行動などの量的アップ、もしくは提案力強化などの質的アップを行うことが多い。しかし、第一ボタンは「お客様を知る」ということである。お客様を知らなければ対策は絶対に出てこない。「人間関係を作れ」「提案しろ」「キーマンに会え」だけでは、絶対に売上はアップしない。
よって、筆者が営業力を強化したいと考えた時は、まず「お客様を知る」ということから入ることが多い。その次に「原因の明確化」、「対策立案」、「提案営業」、「6ヵ月先行管理」とステップアップさせ、次テーマは営業戦略の再構築へと進化させるようにしている。

「顧客を知らずして営業力強化はありえない」ということである。顧客カルテを“戦略ツール”として活かしているかを見直していただきたい。

以上

◆上記コンテンツは、タナベ経営 メールマガジン「FCCマネジメントレター（無料）」バックナンバーより掲載しております。
詳しくはこちら☞　http://www.tanabekeiei.co.jp/member/mail_magazine/index.html
◆本レターの内容につきましては万全を期しておりますが、ご利用によって被ることのある損害に対しましては責任を負いかねますのでご了承ください。掲載された記事の著作権は、すべて㈱タナベ経営および原著作者にあります。
発行・編集　株式会社タナベ経営

現場から得た“経営戦略の手法”を“生の声”でご提供！

FCC REVIEW

100年先も一番に選ばれる会社を志す経営者へ送るエグゼクティブ総合戦略誌。
優秀企業のビジネスモデルや、成長産業の特集など幅広く価値あるコンテンツをご提供いたします。

年会費：　24,000 円(消費税別)

配信日：毎月1冊　年間12冊配送　／　A4判　84ページ

※ご入金確認後、配信させていただきます。年会費制ですので、期間途中の返金はいたしかねます。

お申込欄　FAX：06－7177－4026

お申込者名	ふりがな	部署 お役職	
ご住所	〒		
TEL		配信先 FAX	

お問合せ

(株)タナベ経営
マネジメントパートナーズ本部

TEL　：06－7177－4006
FAX　：06－7177－4026

FAXにてお申込下さい

「個人情報のお取扱いについて」
タナベ経営では、個人情報の保護につとめております。詳細は弊社のプライバシーポリシー(http://www.tanabekeiei.co.jp/policy/)をご覧下さい。なお、ご記入頂いたお客様の個人情報は、当該会員・セミナー・商品のお申込に関する確認・連絡および経営情報・催物などのご案内をお送りさせていただく際に利用させていただきます。