

## 選ばれる地域No.1 代理店づくり!

～営業戦略編～

セブンスターズコンサルティング株式会社

代表取締役 佐々木 篤史

シニアコンサルタント 平野 芳生

55

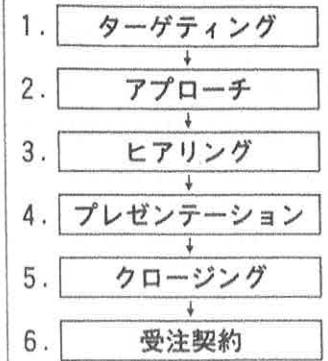
ラントスター・販売網、情報提供会員の営業企画を基にした営業戦略一丸化、営業スキル研修の3つ柱に重点化し、「外向化戦略」、「営業パーソン化」、「内向き化」を目指す「仕組みづくり」の部長力強化を目標コンサルタントとして活動中。独立行政法人 中小企業基盤整備機構、実務委嘱フローバイザー、NPO法人ランチエスター協会認定インストラクター、一般社団法人 営業戦略審査評議会会員、登録講師、登録専門家、NPO法人 リスクマネージャー＆コンサルタント協会シニアコンサルタント、登録内部監査士（JIA会員）。<https://sevenstars-consulting.com/>

前回までランチエスターの基本戦略と五大戦略の活用について法人営業を担当する代理店を解説しました。今回より、新規開拓4回訪問の原則について解説します。

ここからはじめて「新規開拓4回訪問の原則」について解説します。この原則は、営業プロセスを標準化して、このプロセスを可視化する必要性を唱えています。

新規開拓4回訪問の原則における営業プロセスは次のとおりです。図表1. 新規開拓4回訪問における営業プロセス

## 新規開拓4回訪問の原則



1. ターゲティング  
→  
2. アプローチ  
↓  
3. ヒアリング  
↓  
4. プレゼンテーション  
↓  
5. クロージング  
↓  
6. 受注契約

この原則について解説します。この原則では、営業プロセスを標準化して、このプロセスを可視化する必要があります。

新規開拓4回訪問の原則における営業プロセスは次のとおりです。図表1. 新規開拓4回訪問における営業プロセス

アプローチ → ヒアリング 確率			
営業パーソン (Aさん)	: 10名	→ 8名	80%
営業パーソン (Bさん)	: 10名	→ 5名	50%

アプローチ → ヒアリング 確率

## 活動状況を社内で可視化し 受注確度を上げていく

# 代理店経営情報

## シンニチ 代理店版

る必要があります。

ることも考えられます

この場合、Bさんの確率が低いことから、この確率を高めるサポートをすることで、営業パーソンの戦力を強化することができます。

そして、プロセスごとの定義も社内において整理し、営業社員のなかで共通の認識を持つ必要があり、それぞれのプロセスの目的・目標や具体的な方法を決める必要があります。

また、自社が強者のなか、弱者のなかによってもターゲティングの方法は変わります。

まずは自社の商圈である営業エリアを細分化し、営業パーソンの地域担当を導入して地域ごとに子会社に工作活動を行なうのがセオリーです。

また、自社が強者のなか、弱者のなかによってもターゲティングの方法は変わります。

まずは自社の商圈である営業エリアを細分化し、営業パーソンの地域担当を導入して地域ごとに子会社に工作活動を行なうのがセオリーです。

そのため、特定の営業だけが、新たに新規開拓活動を行うと、次第に活動範囲が拡大していくことになり、生産性が大幅に低下するリスクがあります。

ますは自社の商圈であ

る営業エリアを細分化し、営業パーソンの地域担当を導入して地域ごとに子会社に工作活動を行なうのがセオリーです。

また、自社が強者のなか、弱者のなかによってもターゲティングの方法は変わります。

まずは自社の商圈である営業エリアを細分化し、営業パーソンの地域担当を導入して地域ごとに子会社に工作活動を行なうのがセオリーです。

また、自社が強者のなか、弱者のなかによってもターゲティングの方法は変わります。

まずは自社の商圈である営業エリアを細分化し、営業パーソンの地域担当を導入して地域ごとに子会社に工作活動を行なうのがセオリーです。

そのため、特定の営業だけが、新たに新規開拓活動を行うと、次第に活動範囲が拡大していくことになり、生産性が大幅に低下するリスクがあります。

ますは自社の商圈であ