

# 1 新市場は既存客から開拓

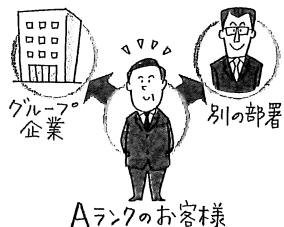
## 2章

感謝・感動につながる営業の“実践ポイント”

新たな市場を開拓するとき、手当たり次第にお客様を訪問することほど、効率の悪い営業はありません。アプローチする所を事前に絞り込むことが大事です。

まずアプローチすべきは既存のお客様です。ABCのランクをつけ、大口受注の見込みが高かったり、売上ボリュームが大きかったりする所をAランクとします。そして、週や月ベースでの適正回数を決めてAランクのお客様を訪問し、新たな商品を売り込めないか、企業であれば別の部署との取引ができないか、系列やグループ企業の紹介をもらって横展開が図れないかと考えていきます。

新規顧客の獲得は重要ですが、相手のことがわからず、相手もこちらのことを全く知らないわけですから、実のある商談にたどりつくまで時間がかかります。現在の既存客の足下に、まだ市場があることを知りましょう。



記入日

## 既存客から市場を開拓する

項目 / 評価	Bad!	Good!	Excellent!
① お客様のABCランク付けをしているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② ABCランクの基準は明確にされているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ ランク別の適正訪問回数が明確になっているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ Aランクの顧客へ別の商品を提案しているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ Aランクの顧客の系列グループへ営業をしているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥ Aランクの顧客に取引先等の紹介をお願いしているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑦ 営業活動報告が毎日されているか?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**「Bad」を改善** [原価0円・即実行]できることを書き出そう!