

2 偏った営業活動を適正化

2章 感謝・感動につながる営業の実践ポイント

営業パーソンは「これは売しやすい」という、自分の好みの商品をつくりがちです。その結果、他の人が売らない商品をAさんだけ飛び抜けて売るといったケースも起こります。

ただ、この状況はマイナスばかりではありません。Aさんだけが売っているということは、Aさんはこの商品について独自の販売ノウハウがある証拠です。その秘訣をチーム全体で情報共有すれば、その商品の売上が飛躍的に伸びる可能性があるのです。

また、「あそこは行きやすい」という好み販売先も営業パーソンはつくりがちです。そのため、行動計画をつけ、適正訪問回数を定めることも必要です。行きやすいからと毎週訪問しているのに数字が上がらない場合、そのお客様への訪問は月に1度でいいのかもしれない。商品も販売先も、偏らないような営業活動を心がけることが大切です。



A社は
今月1回
B社は
今月4回
訪問するぞ!

記入日

ノウハウを社内の共有財産にする

項目 / 評価

Bad! Good! Excellent!

- | 項目 | Bad! | Good! | Excellent! |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ① 売るのが得意な「好み商品」を持っているか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ② 好み商品の販売ノウハウを社内で共有しているか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ③ 売るのが苦手な商品の販売ノウハウを共有してもらっているか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ④ 新商品や特化商品に重点を置いた営業をしているか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ 在庫や売行きが悪い商品も意識して紹介しているか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑥ 得意先ごとに適正訪問回数を決めているか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑦ 決められた適正訪問回数を厳守しているか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ⑧ 苦手な相手に対して苦手意識を無くす努力をしているか? | <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!