

はやぶさ 第132号 2015年05月08日(金)

営業代行会社の新規顧客開拓ノウハウについて
5回シリーズの 第5回（最終回）

著者：(株) アイランド・ブレイン
営業コンサルタント 伊藤 大輔

はやぶさ 第132号を発信します。

【タイトル】 営業代行会社の新規顧客開拓ノウハウについて

***** 本題 *****

ごあいさつ

株式会社アイランド・ブレインの伊藤大輔と申します。第5回（最終回）をお送りします。

弊社は営業代行を行っている会社で、企業様に商談の場を提供するサービスを行っております。

現在11期目の会社で、東京・名古屋・大阪で事業展開をしております。

11年間で55業種、1,000社の営業代行実績がございまして、3万件以上の商談提供実績があります。

今回、4月10日から5月8日まで全5回掲載をさせて頂きました。

弊社の11年間で55業種1,000社の営業代行実績を基に新規顧客開拓ノウハウについてお話をさせて頂きます。

5回シリーズの第5回（最終回）

今回は第5回目最後になりまして、「ターゲット選定について」というテーマでお話しさせて頂きます。

18. ターゲット選定とは

営業を始める時には、まず「ターゲット」を決めなさいとよく言われます。

営業セミナーや研修に参加をされたことがある方もいらっしゃると思いますが、同じようなことを言われると思います。

ただ、「**営業のターゲットを決めるって言うてもどうやって・・・？**」という素朴な疑問に対して、具体的な答えを聞くことができないことも多いです。

そもそも営業のターゲット選定とは、こういったことをすれば良いのでしょうか？

19. ターゲットを決める

実は営業のターゲット選定とは、次の4つを決めることであると我々は考えています。

- 1つ目はターゲットの業種を決める、
- 2つ目はターゲットのエリアを決める、
- 3つ目はターゲットの規模（従業員数）を決める、
- 4つ目はターゲットの部署・役職を決めることです。

この4つを決めることがターゲット選定になります。ターゲット選定は実はこんなにもシンプルなんですね。

事例として、弊社のターゲット選定を行っていきたいと思います。弊社は営業代行サービスを行っています。業種は、対企業（B to B）のお仕事をしている会社すべてです。

エリアは東海3件ならびに関東、大阪で、規模（従業員数）は問いません。

部署・役職は代表者様になります。皆様はいかがでしょうか？

弊社の場合、ターゲット選定をする際にターゲット数が非常に多くなってしまいます。そのような場合は、過去の実績を見てターゲットの中でも優先順位を付けて絞り込んでいくのがオーソドックスな方法です。

また、ターゲット選定の際に、「〇〇にニーズのある会社」「△△の導入を予定している会社」というように、相手のニーズ（思い）や予定の部分を含めないことがポイントです。ニーズや予定というものは変化をするものであり、“今は” ニーズがなくても“1年後は” ニーズが生まれるかもしれません。取引可能性のある企業をすべてターゲットとして認識をしておくことがとても大切です。

20. ターゲット企業数の概算を把握する

ターゲット選定の際に、ターゲットとした企業が実際に何件あるかを把握する必要性があります。例えばターゲット業種を美容院とし、エリアは愛知県、規模（従業員数）は問わず、部署・役職はオーナー様と選定したとしましょう。

果たしてこのターゲットは何件あるのでしょうか？企業数を簡単に把握できるツールとして、「iタウンページ」があります。「iタウンページ」で愛知県内の美容院を調べると8,737件（2015年4月現在）あります。

多店舗展開しているお店や、もうすでになくなっているお店もありますので、6割～7割程度が実数値となりますが、概算を把握することはできます。

一度御社のターゲットの企業数を調べてみてはいかがでしょうか？

21. ターゲット企業数を把握するメリット

当たり前ですが、愛知県内の美容院の数は有限です。ターゲットの数を把握することによって、アプローチの方法が変わってきます。ターゲットの数が少なければ訪問若しくは電話でアプローチするのが最適かもしれません。

逆にターゲットの数が多いのであればダイレクトメールの手段を打ってアプローチをするのが良いかもしれません。

ターゲットの数を把握した上で営業戦略・戦術を立てていく必要性があります。

また、ターゲット数を把握することによって、実際にそこから見込める売上も見えてきます。ターゲット数からアポイント数を出して、そこから過去の契約率を踏まえた上で契約数を出していくと実際の売上が決まります。

実際に行動計画を作り、何か月でどれくらいの売上が上がるかの計画を作ることができます。またあと何か月で現在のターゲットへのアプローチが終わるかも分かるので、それに合わせて新たなターゲットの準備をすることができます。

ターゲット企業数を把握することによって、計画的に営業を行うことができるようになります。

御社でも半年～年間の営業計画を立ててみるのはいかがでしょうか？もしやり方が分からないようであれば、担当コンサルよりアドバイスをさせていただきます。

新規顧客開拓をされていきたい会社様がいらっしゃいましたら、私宛て 03-5201-3757 にご連絡を頂ければ無料でご相談にのります。全国対応をしておりますので、遠慮なくご連絡ください。

第1回目から第5回目のご購読ありがとうございます。

次回から5回シリーズで、(株)ヒューマンバリュー研究所の高橋所長に労働組合関係について執筆いただきます。

タイトルは「これからの労働組合にもとめられる役割について」です。

***** お知らせ *****

- ◆ マイナンバー制度導入を検討されている企業様は、パートナー会社：
(株) I & C・HosBiz センターの以下のHP を、参照ください。
マイナンバーに関する参考資料も、参照いただけます。

※ 特にP-マークや品質・環境／情報セキュリティISOを導入済みの
の企業様には、ローコストでの導入をご提案できます。

<http://www.hosbiz.net/>

=====

- ◆ パートナー会社の(株) I & C・HosBiz センターが、リーズナブルコストで
“現状を打破したい!” “はがゆい” ところに手当てする安心と安全の「かかり
つけ医」による「ビジネスドック」(企業の健康診断)のサービスを開始しました。
詳細は、以下のHP を参照ください。(マイナンバー制度にどう取り組むべきかの
診断もいたします。)

<http://www.hosbiz.net/pdf/dm.pdf>

=====

経営特くんゲーム 開催のスケジュールのご案内

「マスター20」、「トライアルゲーム」

「経営特訓士資格認定講座」

「インストラクター資格認定講座」

の開催スケジュール・開催案内・料金等は、以下のURL を参照ください。

<http://keiei-tokkunshi.jp/schedule.php>

■毎回、熱心な皆さんが参加されています。繰り返し参加されることによって、「経営力」がパワーアップされますとともに、「コミュニケーション力」も体得できます。

■「トライアルゲーム」（初回体験受講）の場合はテキスト代 1,000 円
特典として （1）小冊子「経営のゴールド免許の取り方」を差し上げます。

=====

■キット BOX を頒布いたします■

「経営特くんゲーム」に関心があり、トライアルゲームを受講された方、または、これから体験したい方、向けに「キット BOX」と「マネジメント会計3表」（MO、B/S、P/L）等のゲームに必要な表、ならびに、記入方法、戦略・作戦の考え方を解説した「DVD」を添えて提供いたします。

◆購入方法はお問い合わせください。

E-Mail: happy@keiei-tokkunnshi.jp

◆価格 ： 定価 70,000 円（税別）
支払方法は、ご相談に応じます。

◆特典

1) 「トライアルゲーム」および「マスター20講座」を5回、無料で受講できます。
2) 申請いただければ、審査の上、「認定経営特訓士」に登録して頂けます（有料）。
3) 更に、インストラクターを目指す方には、特別料金で受講できますので、係までお問い合わせください。

=====

プレゼントのお知らせ

- ◆DVD「経営特くんゲームのすすめ方」と小冊子「経営のゴールド免許の取り方」をプレゼントします。下記よりお申し込みください。

アドレス：happy@keiei-tokkunshi.jp

- ◆「人生に五計あり」の保存版を作りましたので、ご希望の方は、

happy@keiei-tokkunshi.jp

でお申し込みください。

折り返し、メールにて送付させていただきます。

=====

一般社団法人 経営特訓士協会（略称：K T G A）

URL <http://keiei-tokkunshi.jp/?mail>

アドレス：happy@keiei-tokkunshi.jp

発行責任者： 理事長 平本 靖夫、 編集： 理事 石川 昌平

配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

http://asu12.com/d.php?t=test&m=stone_river@hosbiz.net

=====