日経BP
V_ICT_ORY
2008
Vol.01

P56～59

有望顧客を見極める

「営業は“足”で稼げ」という格言がある。だが、一人で数千・数万の顧客や取引先を個別にフォローすることは難しい。ベテランの営業担当者は、「関心を示していなくても、大きな商談になりそうな顧客には注力する」「商品・サービスに興味を示していても、売り上げが小さそうな顧客はフォローを後回しにする」といったように優先順位を決めることで、効率的に顧客を開拓している。営業支援や顧客関係管理システムを活用すれば、こうした有望顧客の見極めも難しくはない。

実際、営業支援システムを活用することで、4年間で売上高を約2倍の3億円に増やした躍進企業がある。大阪府東大阪市にあるネジ卸業のツルガだ。同社はシステムに蓄積した過去の取引情報を基に、顧客の有望性や重点的に営業する顧客を見極めることで、効率的な顧客開拓を実践している。

顧客開拓の秘訣は、システムで管理している営業情報や顧客情報の細分化にある。住所や企業名、受注履歴といった営業・顧客情報に加え、開拓したい顧客企業が取り扱っている商品や市場規模、業界のサイクルなど約50種類の情報をシステムで管理している。1カ月当たり800社ある新規開拓先に、いつどのような案内を送ったかも詳細に記録している。

これらの情報を分析して開拓すべき有望企業を見極め、顧客ニーズが顕在化しそうなタイミングで営業攻勢をかける。有望顧客を見極めるため、昨年には大手コンビニエンスストアの出店計画担当者をヘッドハンティングしたほどだ。「小さな会社が効率的に顧客を開拓するには、営業支援システムなどの情報武装が不可欠」と敦賀伸吾社長は語る。

社内でご回覧下さい。

本件に関するお問い合わせは‥

特殊ネジと特殊ボルトの専門商社
株式会社ツルガ

ネジの事で悩んだら、一度ご相談下さい。
フリーダイヤル 0120-47-5551
〒577-0066 大阪府東大阪市高井田本通3丁目6番15号
TEL:06-6785-5551 ／ FAX:06-6785-5558
mail : info@tsurugacorp.co.jp

今後、このようなFAXがご不要な場合、お手数ですがその旨ご記入のうえ、返信ください。