



法人営業の新規顧客開拓(3)

フォロー営業のポイント

中小企業活力向上ネクスト オンラインセミナー
販路開拓分野

中小企業活力向上プロジェクトネクスト実行委員会事務局



フォロー営業の重要性

法人営業の新規開拓時の売上方程式

売上 = 新規開拓の事前準備 × 新規顧客開拓の実施 × フォロー営業

※展示会の場合

売上 = 展示会の事前準備 × 展示会当日の対応 × フォロー営業

どの項目が「ゼロ」でも成果は「ゼロ」となる！



現実には、フォロー営業をしっかりとっている
企業は実は10～20%程度



商談時はBANT情報を確認する

営業案件をセグメントしてフォーカスする条件として、以下の4つの条件を使う手法。

営業のヒヤリング事項。

①Budget(予算)

⇒製品・サービスを導入する予算はあるか、もしくは確保可能か

②Authority(決裁権)

⇒発注書に押印することを決められる人に提案ができているか

→但し、影響力行使者と決裁者が異なる場合あり(設計と調達)

③Needs(必要性)

⇒ニーズ(必要性)があるか。ただし、潜在的ニーズがあるかも確認。

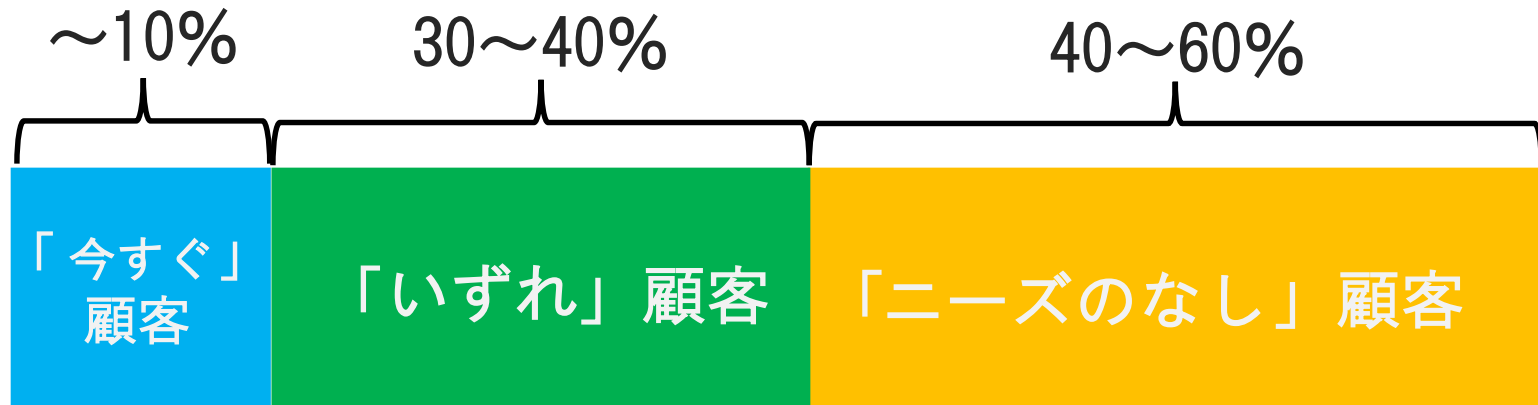
④Timeframe(導入時期)

⇒導入するタイミングは具体的に決まっているか



しかし、BANT情報(納期)を確認すると…

新規開拓では「今すぐ顧客」は実は **10%**程度



重要なのは 「いずれ」顧客 に
いかに覚えておいてもらえるか。



「いずれ顧客」から確度を高めるには

ザイアンスの法則

「物事に繰り返し接触すると、その物事に対しての
好感度が増加する。」

※但し、質が低い訪問を繰り返すと好感度は返って低下する。



「いずれ顧客」と定期的に接点をもつことが重要



但し、経営資源に限りのある中小企業の営業パーソンは、
「いずれ顧客」を何度も訪問する時間がない！



「いずれ顧客」と効率的に接点を持つには？

- ・ 訪問して、相手にメリットのある情報を持っていく。←質が高い訪問
- ・ 訪問は、毎回質が高くななくてもよい。時には相手の状況を把握して会いに行くだけでもよい（年末年始の挨拶など）。
- ・ 別件で、近くに行ったときに「近くに来たので…」と電話を掛ける。
→不在だった際は、必ず「訪問するつもり」だったことをメールで連絡。
- ・ 有益な情報を「挨拶＋近況」も含めてメールで送る。
（×一斉メール、メールマガジン）
- ・ DMを送付する。

**「いずれ顧客」をしっかりとフォローしている企業は
受注できる可能性が高い！**



まとめ

- ①フォロー営業は意識して計画的に行おう。
- ②商談時はBANT情報を確認し受注確度を高めよう。
- ③ザイアンスの法則を活用し、フォロー営業を効率的に行おう。



専門家とともに新規顧客開拓に取り組む

経営診断と実行支援のサポートを受けられます

経営診断 [現状チェック・アドバイス]

- 従業員数別に3パターンでチェックできる「中小企業活力向上チェックシート」を使い、貴社の現状をチェックできます。
- 無料で中小企業診断士から客観的なアドバイスを受けることができます。



実行支援 [課題解決]

- 貴社に役立つ中小企業支援施策がわかります。
- 商工会・商工会議所から継続的なサポートを受けられます。

