

◎ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「未領域の開拓しませんか？」

「飛び込み営業なし」。

営業職募集の採用広告でよく見かけるコメントです。これは、「飛び込み営業はしないので、安心して応募して」という意味だろうと思いますが、「飛び込み営業は効率が悪いので、うちでは行っていない」という意味合いもあるように思います。

ネットの普及で以前のように、自らお客様を開拓していくという営業よりも、GoogleやYahooなどの広告や検索結果から問い合わせのあった見込み客へのフォロー営業の方が効率よく営業活動が行えます。そのため、多くの会社でこのような仕組みに変わっていったのではないのでしょうか？

しかし、当社には大手事務機器販社や警備会社、文房具の通販会社などを始め、様々な業種の中小企業の方も営業にきます。しかも、明らかに新人ではない、経験豊富な営業マンが多いように思います。そのような方を見て、「なぜ、効率の悪いといわれる飛び込み営業を行っているのだろうか？」と考えました。「一度、見積りさせてください。」とか、「御社の業務効率に役立つ資料です。」といった資料を置いていったりすることが多いのですが、やはり成約までは時間がかかり長期的にお客様を管理していくという、面が強いように思います。

さて、ホームページ等から反応があったお客様に対するアクションですが、実際にお客様のニーズは顕在化されていますから、他社とともに土俵の上に乗る事ができます。しかし、多くの競合が存在し「×××の比較サイト・●●●の一括見積りサイト」のようなものがさらなる競争に歯車をかけています。それでも、顕在化しているニーズを拾い上げていくにはネットはとても有効な広告手段といえるでしょう。

ある知り合いの営業の方は、ホームページでの集客アップを目指す担当として仕事をしていますが、自らも自社商圏の飛び込み営業をやっています。そして最近2件の新規を契約することができたとの話を伺いました。2件とも、すぐにその会社のサービスを必要としていなかったもので、ネットからの集客は難しかったが、訪問し提案をしたことで、利用してみようかということになり契約に至ったそうです。このように当初はそのサービスの必要性にも気が付いていなかったようなお客様を獲得していくのは、やはり「人対人」の営業も必要であると思います。

今ある（顕在化している）ニーズを獲得できるというネットのメリットを生かしながら、そのサービス自体を知らない、気づいていない、開拓の余地のある潜在見込み客への働きかけは、まだ荒らされていない、新たな未知のマーケットでもあると思います。

競合他社と扱う商品やサービスが似ていても、他社とは違う営業手法や切り口によって、自らの土俵を作り、顕在でも潜在でも、どちらのニーズも拾い上げることができるようバランスよく営業活動をしていきたいものです。

ご案内

- ホームページ作成 (PC版・携帯版)
- ホームページ運営アドバイス
- SEO 対策など
- ・ ドメイン取得からレンタルサーバーの手配、管理までお任せください。
- ・ ホームページの文章作成、表現の仕方などお困りのことはありませんか？
- 広告やチラシの作成
- 業務効率アップのためのシステム構築



詳しくは、ラップ東京
TEL:042-349-3535 までどうぞ！