

daily コラム

2009年3月10日(火)

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-18-3-5F

㈱メディカル保険サービス TEL 03-6808-1441 FAX 03-6808-1442

Email: info@medical-hoken.com

製造業の営業って、何？

中小企業製造業の最大の弱点は 営業だ！！

“営業とは、提供しようとする商品やサービスをお客様や潜在的顧客などにご紹介をすること”で、本当に良いのでしょうか？

系列や専属下請け企業であった時代のような“御用聞き”から脱出しなければ昨今の競争市場では、商品を選んでいただけません。

営業とはコンサルティングそのもの

説明する相手が事業者であれば、「当社の商品やサービス」を使うことによって、どのような優位なビジネス展開ができるのかを理解していただくことが営業の基本です。「自社商品やサービスの価値」を先ずもって営業担当者が熟知し、相手企業がどのような活用によって“優位なビジネス展開ができるのか”を研究し尽くす能力を持たなければなりません。近年の営業は、「自社の商品やサ

ービスを活用して勝利する方法を伝え教える」つまり“勝利のコンサルティングをする行為”と理解すべきです。

なぜ、営業に力を注がないのか？

確かに品質や納期は、非常に重要です。しかし、お客様に購入していただき、広く使って頂かないと自社商品の良さを知っていただけないので、売れなければ、作り手の自己満足だけに終わってしまいます。つまり、企業にとって、営業は何にも増して重要な優先順位の高いテーマで、最も重要な業務と言えます。しかしその割に製造会社の営業担当者は、“ついでの営業”または相変わらずの御用聞き営業が多いのが現状です。もっと高いレベルの役割を託されているのではないのでしょうか。



営業の
後継者育成も
抜かりなく！！