

KEYMAN-PRO **見込客対応活動改善チェックシート**



「チェックシート」だけで 営業組織が変わる魔法のテクニック

・・・あなたは部下の営業マンにどの点をアドバイスしていいかわかりますか・・・

見込客設定>見込客訪問>**見込客対応活動改善チェックシート**

Vol. **2**

【営業コーチ必携！】営業活動改善のチェックシート

営業コーチ：営業で、営業マンに助言する人

「名プレイヤー名監督にあらず」を「営業」という世界に当てはめると営業プレイヤーとして一流であっても、営業組織を引っ張る管理者として一流かどうかは分からない」ということです。

同期の営業のなかではいち早く優秀な成績を収め部下を持つ営業課長になりましたが、自分ではできていたことが部下はできていない状況で、部下がわかるように教えられれば問題はないのですが、よくあるのは

- ① 野放しにしてしまう
- ② 冷たくあしらう
- ③ 教えるが結果が出ない部下に逆上してしまう

などかえって組織運営上マイナスになってしまうケースがあります。

「営業は自信がある」「でも、営業コーチングは自信がない」という管理者向けに営業のコーチングについてチェックシートで営業マン育成をできるように設計しました。

“「チェックシート」だけで営業組織が変わる魔法のテクニック”
全9回シリーズでお送りいたします。

Vol.1： 営業活動改善のチェックシート

Vol.2： **見込客対応活動改善のチェックシート**（本資料）

Vol.3： 営業マンが**信頼を得る**ための活動のチェックシート

Vol.4： 見込客の**問題点を確認する**活動のチェックシート

Vol.5： 見込客へ**解決策提示**活動のチェックシート

Vol.6： 見込客に**決断していただく**活動のチェックシート

Vol.7： **顧客満足度を高める**活動のチェックシート

Vol.8： **営業コーチ見込度**のチェックシート

Vol.9： 営業マンの**顧客戦略**のチェックシート

内容構成は営業活動および顧客心理向上フェーズごとに営業コーチの確認事項を明示して、部下の現状を把握して、育成するまでのチェック項目をPDCAで改善を図る構成になっております。

<営業プロセスごと>

- (1) 営業のコーチングのための事前のチェック項目
- (2) 営業マンの行動のほころびのチェック項目
- (3) 営業コーチ時の対応とサポートチェック項目

に整理しております。

営業マンとの話の展開をどう進めるといいかを、チェック項目で確認して当該の営業マンの活動の軌道修正していくことができます。

営業マネージャーが部下育成するとともに、営業マネージャー自身も育っていくシナリオにしております。

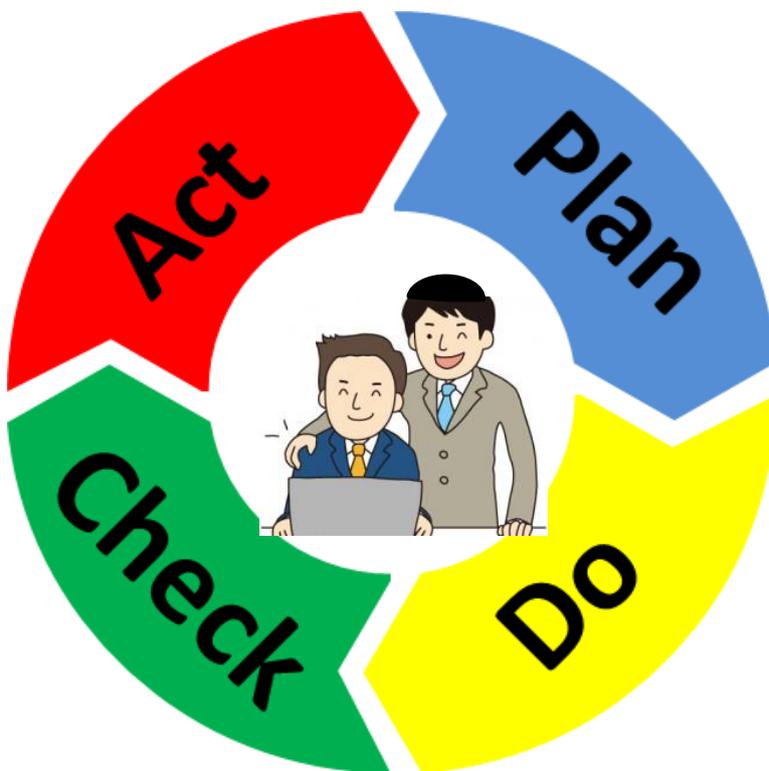
【 文 書 構 成 】

営業コーチの
事前チェック項目

営業マンの
行動の確認チェック

営業コーチング
チェック項目

営業マンと営業マネージャーがともに育つチェックシートの活用



見込客対応の為の活動チェックシート

氏名

面談日 年 月 日

(1) 営業のコーチングのためのチェック項目

ターゲットアカウントにアプローチする為の心構えと準備

- 1. ターゲットマーケット・インダストリーを調査・研究したか
(業種・業態・業務・市場規模・業績の伸び、課題、専門誌、調査会社データ等)
- 2. マーケット・インダストリー毎の必要性の仮説・検証を行いましたか
- 3. ターゲット顧客になる基準やソリューションイメージを作りましたか？
- 4. 既導入企業にリプレース提案イメージを作りましたか
- 5. _____
- 6. _____
- 7. _____

ターゲットアカウントに対するアプローチの方法

- 1. 無料利用、DM、テレマ、セミナー、協業パートナーの利用は考えたか？
- 2. メルマガ等でのユーザーへの啓発を行っていますか？
- 3. 顧客企業情報を整備していますか？
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____

ターゲットアカウントに関する情報の管理

- 1. ターゲットアカウントのキーマン情報は作成しているか？
- 2. アカウント毎に商談進捗管理がわかるように準備したか？
- 3. アプローチ結果の活動区分は準備できたか
- 4. _____
- 5. _____
- 6. _____

見込客対応がうまく行かないチェックシート

氏名 _____

面談日 _____ 年 月 日

(2) 営業マンの行動のほころびのチェック項目

計画	<input type="checkbox"/>	1.	適性なターゲットアカウントが少なすぎる
	<input type="checkbox"/>	2.	ターゲットアカウントの見込件数が先細りしていく
	<input type="checkbox"/>	3.	アプローチ計画が不十分で初回以降のつぎのステップに進めない
	<input type="checkbox"/>	4.	無計画にターゲットアカウントにアプローチしている
	<input type="checkbox"/>	5.	ターゲットアカウントの予算を確認していない
	<input type="checkbox"/>	6.	ターゲットアカウントの事業計画を確認していない
	<input type="checkbox"/>	7.	社内予算確認の都度、見込確度が低下する
	<input type="checkbox"/>	8.	見込確度が訪問の都度内容が大きく変わる
	<input type="checkbox"/>	9.	_____
	<input type="checkbox"/>	10.	_____
	<input type="checkbox"/>	11.	_____
活動	<input type="checkbox"/>	1.	ターゲットアカウントリストの内容が良く変わる
	<input type="checkbox"/>	2.	ターゲットアカウントリストに同じ名前が長期間載っている
	<input type="checkbox"/>	3.	ターゲットアカウントに関する進捗報告が増えない
	<input type="checkbox"/>	4.	アプローチ手段(電話、手紙、email、セミナー)を活用できていない
	<input type="checkbox"/>	5.	ターゲットアカウント情報収集活動が不足している
	<input type="checkbox"/>	6.	アプローチが継続・持続していない(特にセカンドコールがない)
	<input type="checkbox"/>	7.	キーパーソン以外の人との面談が多く、時間を無駄にしている
	<input type="checkbox"/>	8.	_____
	<input type="checkbox"/>	9.	_____
	<input type="checkbox"/>	10.	_____
組織	<input type="checkbox"/>	1.	初回アプローチ後、見込度チェックが組織で適切に行われていない
	<input type="checkbox"/>	2.	当社として売る製品・サービスが明確になっていない
	<input type="checkbox"/>	3.	_____
	<input type="checkbox"/>	4.	_____
	<input type="checkbox"/>	5.	_____
個人	<input type="checkbox"/>	1.	会う相手を間違っている(キーマンでない)
	<input type="checkbox"/>	2.	ターゲットアカウントにアポ取りが出来ない
	<input type="checkbox"/>	3.	アポイントがよくキャンセルされている
	<input type="checkbox"/>	4.	ターゲットアカウントの情報を収集していない
	<input type="checkbox"/>	5.	顧客から助言や紹介を得る事が非常に少ない
	<input type="checkbox"/>	6.	技術・サポート部門から情報を得ていない
	<input type="checkbox"/>	7.	予算として見込んだわりに訪問回数が少ない
	<input type="checkbox"/>	8.	上司に相談する事が出てこない
	<input type="checkbox"/>	9.	_____
	<input type="checkbox"/>	10.	_____
	<input type="checkbox"/>	11.	_____

見込客対応サポートのチェックシート

氏名 _____ 面談日 _____ 年 _____ 月 _____ 日

(3) 営業コーチ時の対応とサポートチェック項目

計画

- 1. アプローチする製品・サービスを定める。
- 2. ターゲットインダストリー・地域等を定める
- 3. 行動計画(新規開拓・既存顧客深耕計画)を部下と一緒に定める
- 4. ターゲットアカウントの情報源として最適なものを、部下と一緒に定める。
- 5. アプローチするリストを部下と一緒に定める。
- 6. アプローチの手段・内容(訪問・電話・手紙・email・セミナー)と一緒に定める
- 7. 訪問・電話時のセールストーク・エレベータートークを定める。
- 8. _____
- 9. _____
- 10. _____

活動

- 1. 行動計画通りかを日次でモニターする
- 2. 訪問時の内容をモニターして、次の行動計画と一緒に作る
- 3. ターゲットアカウント訪問活動を増やすようにし、活動件数をモニターする。
- 4. 電話・DM・email・セミナーによる活動を増やし、活動件数をモニターする。
- 5. 技術・サービス部門からの情報をふやすようにし、活動件数をモニターする。
- 6. 「ターゲットアカウント開拓シート」の利用を義務づける。
- 7. _____
- 8. _____
- 9. _____

組織

- 1. 1日の活動報告をルーティン化する
- 2. 「アプローチ」に関するトレーニングを受けさせる。
- 3. 部下と同行訪問日を決めて、行動をモニターし、必要あればアドバイスをを行う
- 4. 活動の見直し(異なる(自信ある)サービス・商品で、興味のある対象マーケットで)
- 5. セールスプロセス遵守の確認(アプローチ・サーベイ・デモ・クローズ・ポストセールス)
- 6. チャネル・パートナーの役割見直し
- 7. ターゲットアカウントの情報源について、部下と一緒に話し合う
- 8. _____
- 9. _____
- 10. _____

モニターシート：
「見込み顧客案件管理シート」

見込み顧客案件管理シート

営業担当氏名		部署名		年 月 日記
--------	--	-----	--	--------

会社名(正式社名)	【企業マイナンバー: _____】			代表者名	
				電話	

所在地					
-----	--	--	--	--	--

資本金					
-----	--	--	--	--	--

業種					
----	--	--	--	--	--

今年業績	売上		円	利益		円	成長率		%
------	----	--	---	----	--	---	-----	--	---

昨年業績	売上		円	利益		円	成長率		%
------	----	--	---	----	--	---	-----	--	---

資本金					
-----	--	--	--	--	--

従業員数		名	正社員		名	営業部員		名	情報担当		名
------	--	---	-----	--	---	------	--	---	------	--	---

決算期		月									
-----	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

事業所数	支店		店	営業所		ヶ所	工場		海外拠点	
------	----	--	---	-----	--	----	----	--	------	--

【組織図】											
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アプローチ品目											
---------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

現行システム				導入年		年					
--------	--	--	--	-----	--	---	--	--	--	--	--

B:予算		円	現行費用	ハード		円	ソフト		円
------	--	---	------	-----	--	---	-----	--	---

A: 決定者・影響者											
------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

N: 必要性											
--------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

T: 決定時期	年 月 日										
---------	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

T: 導入時期	年 月 日										
---------	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

B2B 法人営業の究極的な商談開拓ご紹介

KEYMAN PRO シリーズをご紹介します。

ホームページ：<https://jbls.biz/>

B2B 日本市場のリード情報を提供するサービスです。

その効果は営業部門の方に「**営業準備**」＋「**顧客理解**」するツール

「**営業準備**」とは：

商談に向けた情報収集、提案先へのプレゼン資料の作成などを含めた事前**準備**を意味します。ただ単に「見込み顧客に関する情報収集して終わり」ではなく、課題を解決できる提案（ストーリー）を描ける状態を作ることが重要です。もちろん、事前に**準備**した通りに物事が進むことはほとんどありません。

「**顧客理解**」とは：

売上アップや**顧客**の囲い込みをするために**顧客**を理解しようとする取り組みのこと。企業視点だけで**顧客**を増やそうと試みても、商品やサービスが**顧客**に求められていなければ、リピーターになってもらうのは難しいですね。

KEYMAN PRO シリーズは「**営業準備**」＋「**顧客理解**」ための以下の機能を発揮します

1：法人情報 120 万社のデータベースで活動タグ・業種・取り扱い品目で検索して見込顧客リストをリストアップ。そして数秒で出力されます。

動画（3min ウェビナー）を見る：<https://youtu.be/lRzZ7ojuCg>

2：上場企業・優良企業の人事異動情報・機構改革情報からアプローチしたい部署・キーマン氏名が数秒で出力されます。

3：上場企業・優良企業の有価証券報告書・組織図・経営計画などをもとに企業の詳細な事業計画や事業の課題や関連会社の情報を数秒で出てきます。

4：上場企業・優良企業の人事データベースに貴社のリストを upload することで、キーマンにあっていないリストが取得できます。「アカウントベースドマーケティング」ツール

5：貴社のハウスリストをアップロードすることでデータクレンジングができます。

営業資料ダウンロードできます

資料ダウンロードサイト（コラム一覧） ⇒ <https://jbls.biz/column/>

- （１）【営業マネジャー必見！】営業技術力を上げるシリーズ・・・全10回
- （２）【いまさら聞けない！】法人営業_電話の掛け方 シリーズ・・・全5回
- （３）【営業コーチ必携！】営業活動改善のチェックシートシリーズ・・・全9回

窓口

日本ビジネスリード株式会社

担当：お客様サポート D 渡辺

電話：03-5843-9376

Email：support@jbls.biz お問い合わせ：<https://jbls.biz/contact/>
