

ビジネスを加速させるワークスタイル(第4回)

顧客情報の鮮度を保って営業力を強化せよ

2016.03.09

新規顧客開拓のため訪問した会社を、もうすでにほかの営業担当者が回っていた……といったことはないだろうか？
これは労力と時間の無駄もさることながら、相手先にもあまり良い印象を与えない。

また、久しぶりに連絡を取る顧客の場合、組織変更や人事異動等により部署や肩書が変わってしまっている可能性もある。会社として社内の誰かが変更の連絡を受けているにもかかわらず、古い情報を基に営業活動をしていると失礼になりかねない。その上、異動などにより担当者が代わってしまっていた場合、連絡を取るまでに時間がかかるなど、ビジネスの機会損失を招いてしまうかもしれない。

営業担当者一人ひとりが、個別に仕事の取引先や顧客の電話番号・メールアドレスを携帯端末に保有する状況では、“情報の管理”という観点から見て効率が悪いといえる。



これらを防ぐために、社内で共有する情報を逐一、更新・共有できれば良いのだが、なかなか実行に移せない。日々の業務に追われてそこまで及ばない、というのが営業担当者の本音だろう。

営業担当者に労力をかけさせることなく、効率的に顧客情報の鮮度を上げる仕組みをつくり、本来やるべき営業活動に専念できるようにすることが、最終的には会社の利益につながるのではないだろうか。

“個人のアドレス帳”を“みんなのアドレス帳”にするメリット… 続きを読む