

## 営業プロセス評価項目の定義

1. プランニング —— 顧客の状況把握を行い販売目標を設定し、目標達成に向けての活動計画を立案する。	
顧客分析機能	顧客の問題点を総合的、多面的な視点から捉えて、顧客の取り組むべき主要課題を把握する。
販売計画機能	全社、部門の販売目標を的確に把握した上で、裏づけのある自己の販売目標を立案する。
活動計画機能	年間または半期の販売計画から月間・週間の予定にブレイクダウンを行い、実行可能な活動計画を立案する。

2. リレーション —— 顧客と接触することにより、顧客との信頼関係を高めるための活動を行う。	
顧客接点機能	顧客への連絡や面談を行う。顧客のあらゆる部門や階層、キーマンとの接触をする。
認知度向上機能	顧客との面談回数をできるだけ多くすることによって、自社や自社の商品・サービス、また自分自身を広く深く知ってもらう。
関係構築機能	継続的な訪問活動により、顧客の信頼を獲得しながら、パートナーとしての関係づくりを行う。

3. ニーズ把握 —— 顧客の実態把握やさまざまな情報収集により、顧客の主要課題、個別課題を明確にする。	
情報収集機能	継続的な訪問活動により、顧客の定量的、定性的な情報を常に収集するとともに、営業活動に必要な関連情報を収集する。
課題形成機能	収集した顧客情報から顧客の体系的な課題整理と主要課題を設定し、具体的に解決すべき個別課題への落とし込みを行う。
社内外把握機能	自社商品・自社サービスの情報だけではなく、顧客にソリューションを提供するために必要な他社や外部の情報を把握する。

4. プレゼンテーション —— 提案書に顧客の課題解決策を明確に表現し、意思決定者に解決策実施の説得を行う。	
解決策立案機能	個別ニーズに応えるだけでなく、顧客の全体最適を実現可能とする解決策を立案、選択する。
提案書作成機能	提案を受ける顧客の理解を促進するために、データや図表、ビジュアルなどを用いたインパクトのある提案書を作成する。
提案実施機能	提案実施にあたっては、必ず意思決定者の出席のもとにおこない、訴求すべきポイントを明確にした説得力ある提案を行う。

5. クロージング —— 顧客との間で納得のいく合意を得るための交渉を行い、適切な契約を行う。	
テストクロージング機能	成約にいたるまでの顧客の本音をつかむために、さまざまな手法を使いながらテスト的にクロージングを行う。
条件交渉機能	単に価格の値引き交渉に終始するのではなく、さまざまな条件提示を行い、お互いの合意点を見つける。
契約締結機能	契約締結に当たっては、後になってクレーム等の行き違いが発生しないように、曖昧な点を残さずに契約を行う。

6. アフターケア —— 適切なクレーム対応や定期的な訪問活動を行い、信頼関係の維持と関係作りを行う。	
クレーム対応機能	顧客からのクレームに対しては、顧客の窓口である営業として第一対応を行う。その際には、誠意ある対応を心がける。
社内外調整機能	クレームに対しては、会社として最善の対応ができるように技術部門やシステム部門に働きかけ、まとめあげる。
継続フォロー機能	顧客維持・拡販の観点から定期的な訪問を継続的にを行い、次の課題解決に向けた提案を行える関係を作り上げる。