

こんにちは。
株式会社アイランド・ブレインです。

このメールマガジンと弊社からの定期郵送物である
「新規開拓通信」が弊社ＨＰからダウンロードできます。
下記ＵＲＬとユーザー名・パスワードをご利用下さい。
<http://www.islandbrain.co.jp/html/download.html>
ユーザー名：shinkikaitaku
パスワード：1050

日々忙しく仕事をしていると、ついつい目の前の仕事に
氣をとられてしまい、将来のことを考える時間や
将来のために投資をする時間を確保できないと
よく感じます。

目の前のことだけにとらわれず、将来のために時間を使う、
これを行った方が良いと思いながらもできない・・・
目の前の仕事でいっぱい時間の使っているのは、
将来のための時間を確保することはできないですね。

将来の時間を確保するためにも、今やっていることの
何かを思い切ってやめるということを
できるようになりたいと思いました。

このメールは今まで弊社のメンバーと名刺交換をして
頂いた方や、お申し込みを頂いた方に送信をして
おりますが、配信停止をご希望される方はお手数ですが
下記アドレスまでご連絡下さい。
配信停止はこちらまで → mail@islandbrain.co.jp

新規開拓物語 VOL.30

■クライアントをよく見ると、自社の強みは見えてくる

本日は、あるソフトウェア開発企業のお話の続きです。

新規開拓営業のためにDMの作成を試みましたが、
なかなか良いターゲットや言葉が思い浮かびません。

そこで、現在のクライアントを獲得できた時のことを
もう1度よく思い起こしてみることにしました。
今までは「紹介」や「問い合わせ」として扱っていたものを、
より細かく見てみることにしました。

お客様からの紹介、知人の経営者からの紹介、
金融機関からの紹介、大手企業からの下請け、
HPへの問い合わせ、電話での問い合わせ・・・

そういったことを考えていると、ある1つ特徴的な
クライアントの獲得方法があることに気付きました。

それは、「同業者からの紹介」によって獲得した
パターンでした。

これは大手企業の下請けということではなく、
同じような規模の企業から、技術的な支援を求められて
獲得したクライアントでした。お話しをいただいた企業では
対応できない技術を求められたものでした。

このことに気付いたことにより、
少し前までは全方位的なDMの内容しか
思いつかなかったものが、送るターゲットやDMに
書く内容が一気にイメージできるようになりました。

同業者に対して、技術的に困っていることがある時に
声をかけていただけるようにアプローチをする。

新規開拓営業の手始めとして、この内容で
行っていくことにしました。

(次週は・・・

相手を買わない本当の理由は何か？
受注につながらない面談の観察力を磨いて成功した
ある広告会社の営業マンの新規開拓物語です。)

■ □ _____

BtoB の新規開拓のご相談は下記までご連絡下さい。

株式会社アイランド・ブレイン

MAIL info@islandbrain.co.jp

URL <http://www.islandbrain.co.jp>

TEL 052-459-1050

_____ □ ■

このメールマガジンは、株式会社アイランド・ブレインの
メンバーと名刺交換をしていただいた方に配信をしています。
お心当たりのない方、配信停止をご希望される方は
お手数ですが下記メールアドレスまでご連絡下さい。
配信停止はこちらまで → mail@islandbrain.co.jp

【発行元 お問い合わせ先】

株式会社アイランド・ブレイン

〒453-0013 名古屋市中村区亀島一丁目 1 番 1 号

MAIL info@islandbrain.co.jp

URL <http://www.islandbrain.co.jp>

TEL 052-459-1050