

お世話になります。

株式会社アイランド・ブレインです。

日々の営業活動で活用できるノウハウを
このメルマガでお伝えできればと思います。

*** 当社代表の鈴木が書籍を出版しました！ ***

「人なし金なし時間なしに活路！ 中小企業の営業代行サービス活用術」

<https://www.amazon.co.jp/exec/obidos/ASIN/486367693X/honnoinfo-22/>

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 →

<https://q.bmv.jp/bm/p/f/tf.php?id=islandbrain&task=cancel>

（お手数をおかけしますが、
入力フォームにメールアドレスを入力後、
解除を選択していただければと思います。）

◆◇ 営業代行サービス成功事例共有 VOL. 726 ◇◆

今週の IB メルマガも、
「法人営業での顧客のランク分け方法」
についてご紹介していきたいと思います。

○ 最も重要なのは A ではなく B の企業群

前回もお伝えしましたが見込み顧客のランクは
具体的には以下の 4 つに分類されます。

- A：「取引実績もあり、拡大余地もある顧客」
- B：「取引実績はないが、拡大余地のある顧客」
- C：「取引実績はあるが、拡大余地のない顧客」

D：「どちらもない顧客」

A～D に取引先をランク分けするに当たって重要なことは
ランク B の企業群に最もリソースを投入することです。

通常、ランク A は関係性が築けていて営業しやすいですし、
売上にも貢献してくれる会社なので

A にリソースを一番割く企業も多いのですが、

- ・ 人事異動などによって関係性が崩れる
- ・ どれだけリソースを割いたとしても離れる会社は離れていく

といったデメリットも存在します。

実は A だけにリソースを集中させることは、
安全な選択とは限らないので注意が必要です。

未来のランク A の会社を育てるためにも、
拡大の余地がある B の取引先に一番リソースを割くことを意識しましょう。

さて、見込み客についてこのようなランク分けをした後、
そこからどのような取り組みをすることが効果的でしょうか？

ランク分け後の考え方についてご紹介したいと思います。

(次週へ続く・・・)

営業の御困りごとを解決します！

↓ 営業に特化したノウハウをご紹介「営業の教科書」 ↓

<https://www.islandbrain.co.jp/blog/customer-rank/>



営業代行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 052-950-2320 (名古屋)

0120-252-764 (東京)

0120-252-764 (大阪)



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 →

<https://q.bmv.jp/bm/p/f/tf.php?id=islandbrain&task=cancel>

(お手数をおかけしますが、
入力フォームにメールアドレスを入力後、
解除を選択していただければと思います。)

【発行元 お問い合わせ先】

株式会社アイランド・ブレイン

〒460-0003 名古屋市中区錦 3-4-6 桜通大津第一生命ビル 3F

〒103-0027 東京都中央区日本橋 3-2-14 日本橋 KN ビル 4F

〒542-0086 大阪市中区西心斎橋 2-9-38 おおきに心斎橋 LANDMARK ビル 7F

MAIL info@islandbrain.co.jp

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

TEL 052-950-2320 (名古屋)

0120-252-764 (東京)

0120-252-764 (大阪)
