

# お客様訪問の準備



## Lesson2 Contents

●日野レプリゼンタティブの心構えと行動

●Hi-Visit Appの使用方法

1.お客様リストの整備

- ディーラーや代理店のCRMとのシンクロ -お客様情報の入力と更新
- 製品情報や写真の入力と更新 -お客様毎への担当営業者の割り振り

2.お客様リストの層別とターゲットの抽出

- 訪問日/頻度、業界の層別 -マップからお客様のセレクト
- ターゲットのブックマーク機能

3.お客様訪問と訪問スケジュールの作成

- アポイントメント設定機能 -カレンダー機能
- 訪問目的とタスクの登録機能
- マネジャーやアシスタントによる訪問差し込み



### 【登場人物】



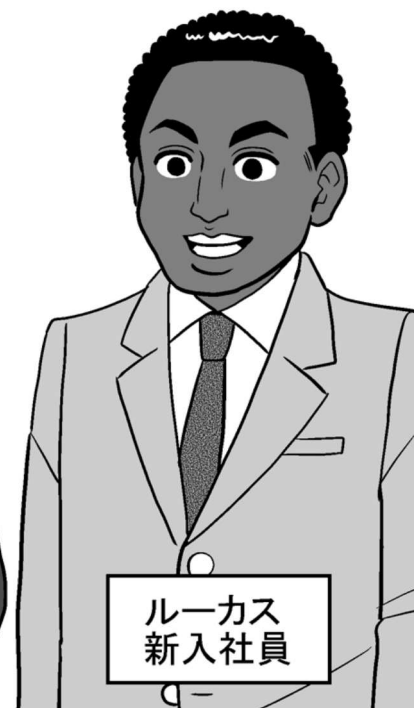
リック  
営業部のボス



アナ  
指導係



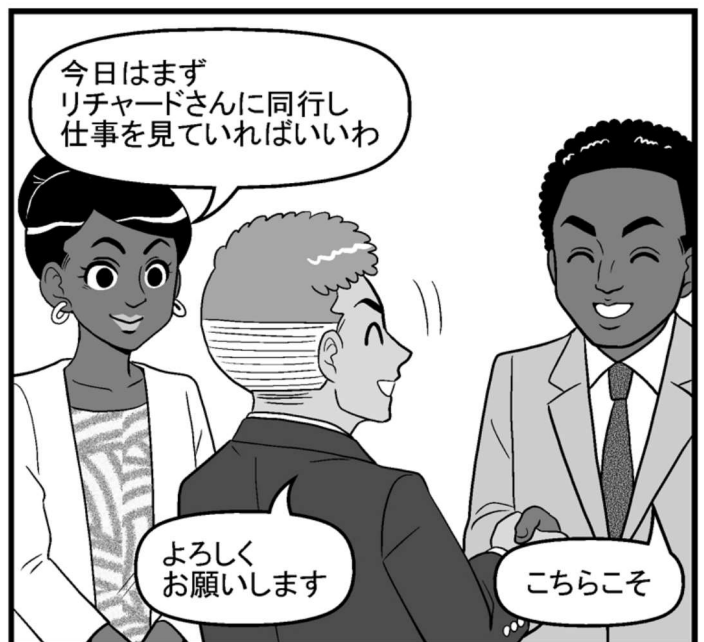
リチャード  
先輩社員

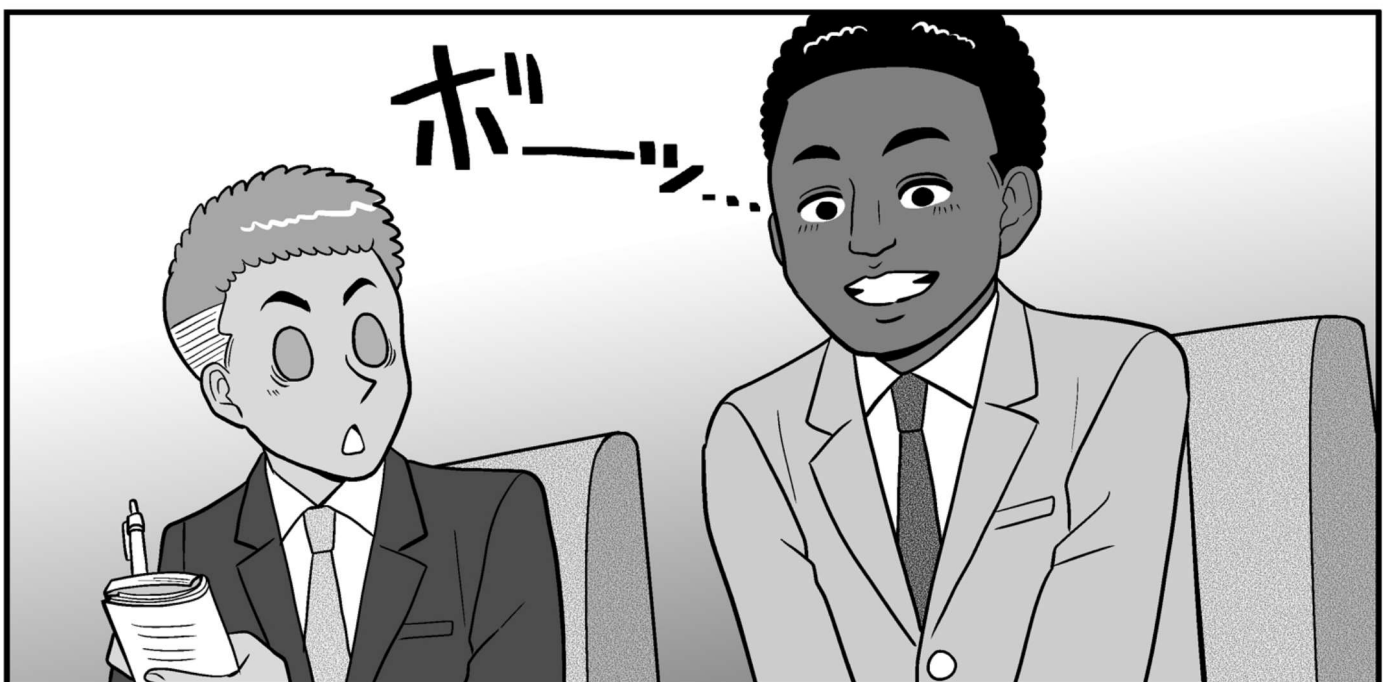
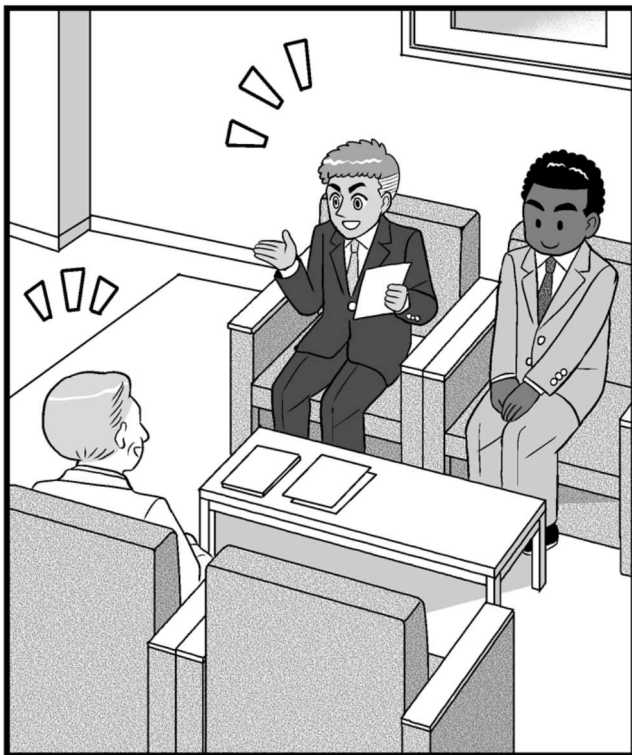
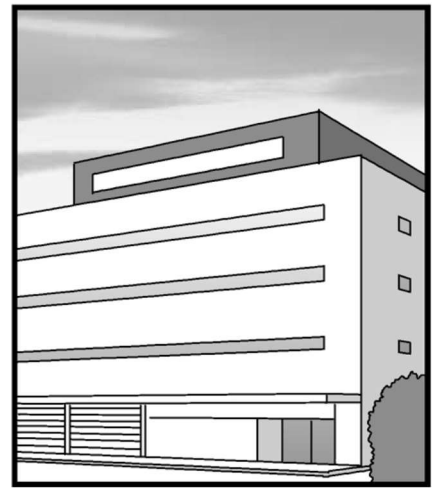
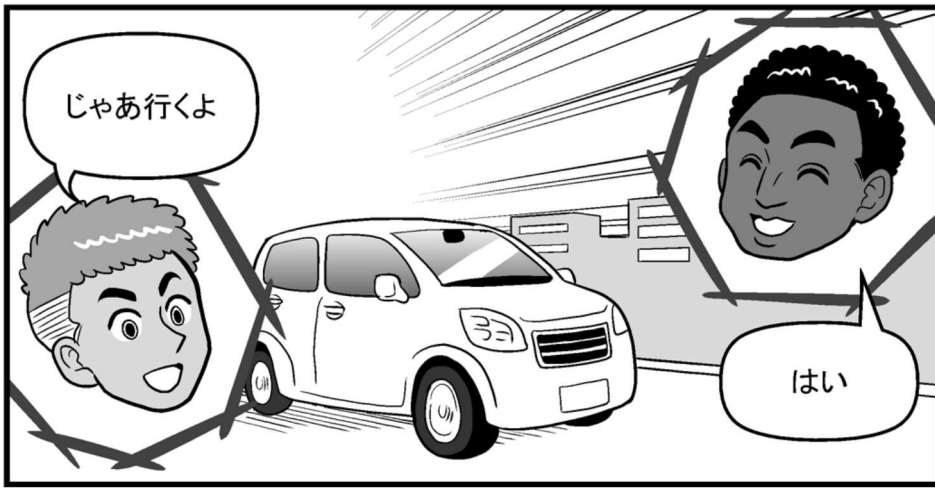


ルーカス  
新入社員

<p>1. お客様リストの整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ディーラーや代理店のCRMとのシンクロ</li> <li>-お客様情報の入力と更新</li> <li>-製品情報や写真の入力と更新</li> <li>-お客様毎への担当営業者の割り振り</li> </ul>
<p>2. お客様リストの層別とターゲットの抽出</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-訪問日/頻度、業界の層別</li> <li>-マップからお客様のセレクト</li> <li>-ターゲットのブックマーク機能</li> </ul>
<p>3. お客様訪問と訪問スケジュールの作成</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-アポイントメント設定機能</li> <li>-カレンダー機能</li> <li>-訪問目的とタスクの登録機能</li> <li>-マネジャーやアシスタントによる訪問差し込み</li> </ul>

<p>4. お客様訪問</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-訪問に基づくルート表示機能</li> <li>-訪問前のお客様情報のチェック機能</li> <li>-登録した訪問目的とタスクのチェックオフ機能</li> <li>-お客様コメントや販売見込みの簡易入力機能</li> </ul>
<p>5. レポート提出</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-訪問レポート作成機能 (PC要らず、直帰OK)</li> </ul>
<p>6. 情報共有</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-3SチームやマネジャーとSNSを使った情報共有機能</li> <li>-グループチャット機能</li> <li>-マネジャーによる指示とアドバイス</li> </ul>
<p>7. アクションフォローアップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-営業進捗の視覚管理機能</li> <li>-事前設定されたリードタイムに基づいた販売の進捗状況を管理</li> <li>-販売見通しレポートの簡易作成</li> <li>-ボトルネック、販売見込み、訪問パフォーマンス分析機能</li> </ul>











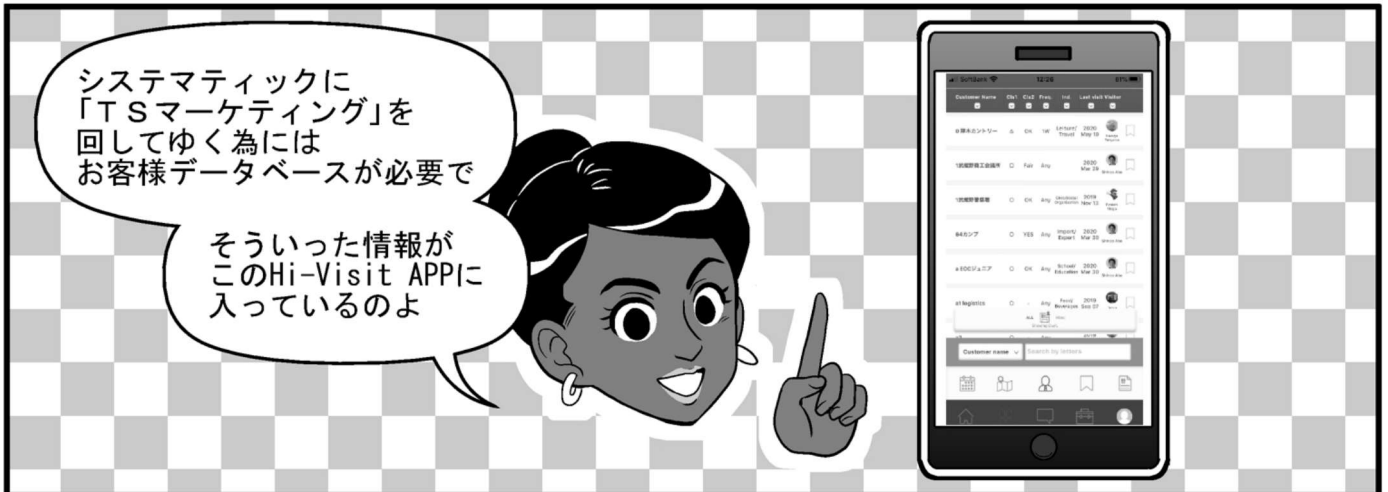
でも何十社、何百社と  
いらっしゃるお客様を  
限られた工数(マンパワー)で  
対応するには限界があるわ



そこでお客様訪問による  
TS(トータルサポート)と  
お役立ち活動提供の一連の活動を

デイリーな  
アクティビティーとして  
組織的/効率的に回してゆく  
必要があるわ

これを総称して  
「TSマーケティング」と  
呼ぶのよ



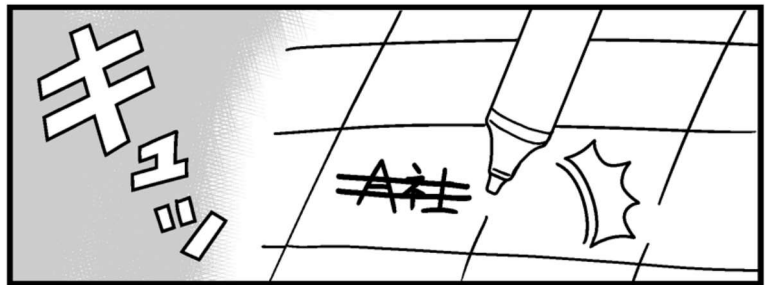
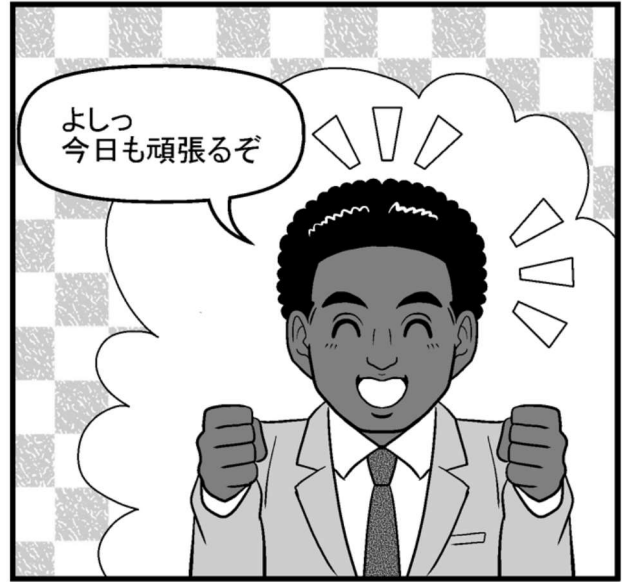
システムティックに  
「TSマーケティング」を  
回してゆく為には  
お客様データベースが必要で

そういった情報が  
このHi-Visit APPに  
入っているのよ

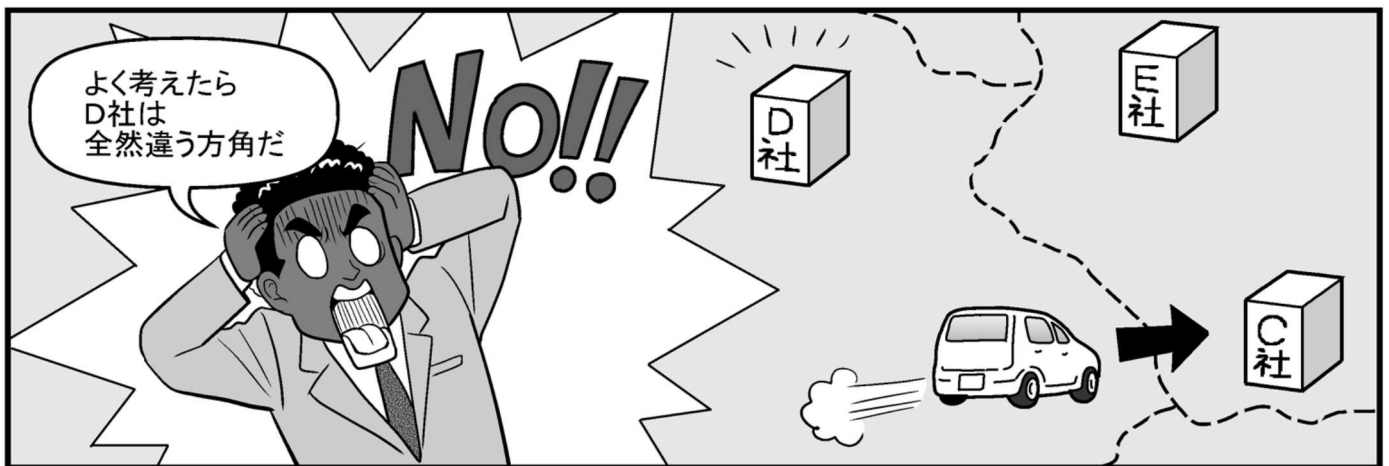


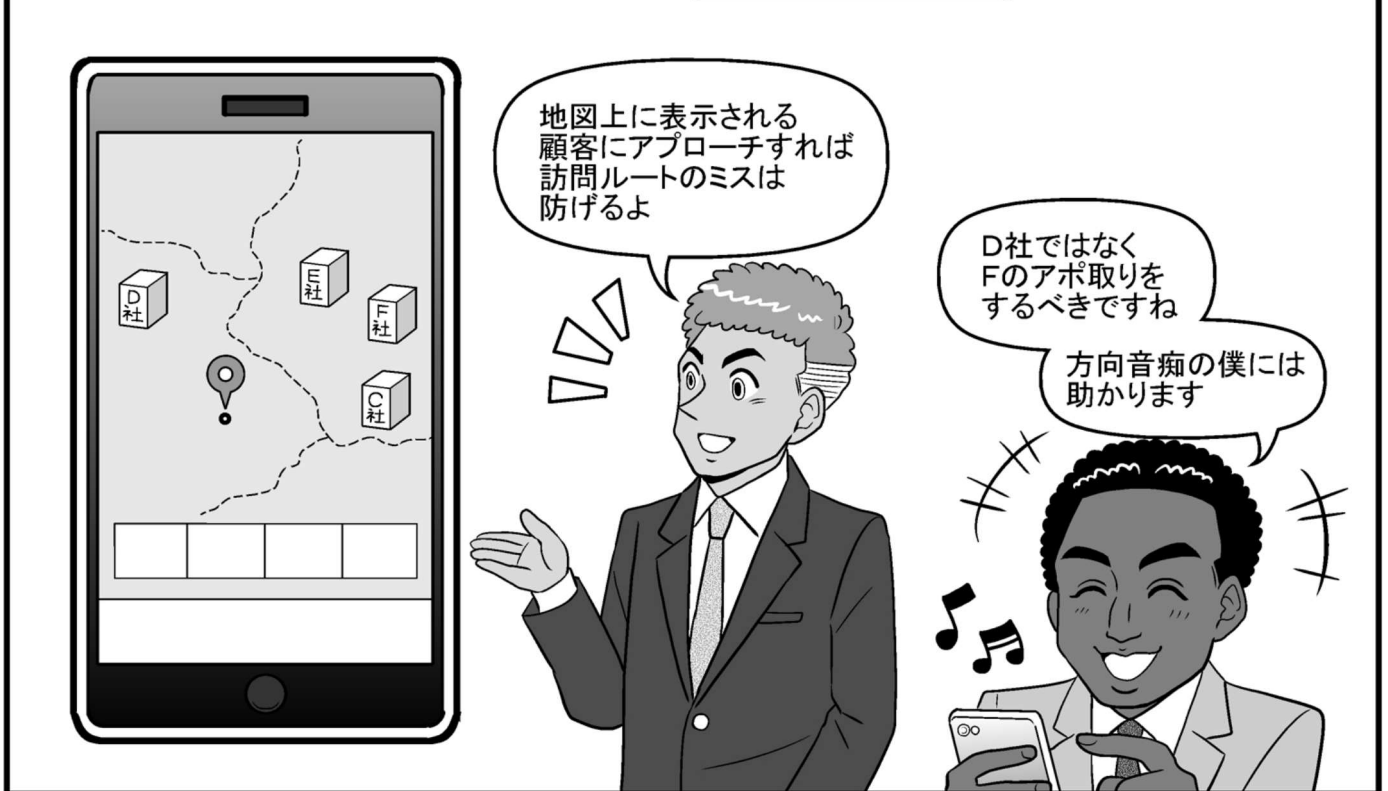
おっ  
Hi-Visit APPだな

使い方を教えるよ

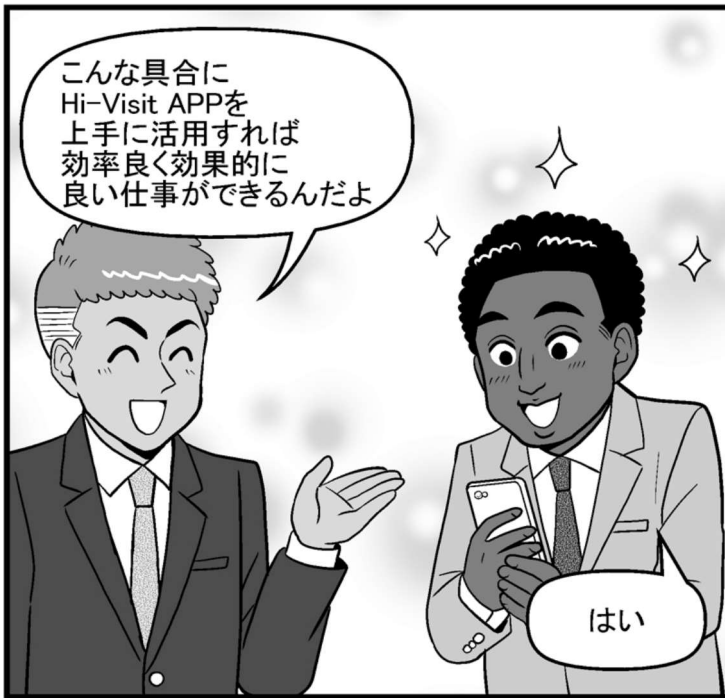






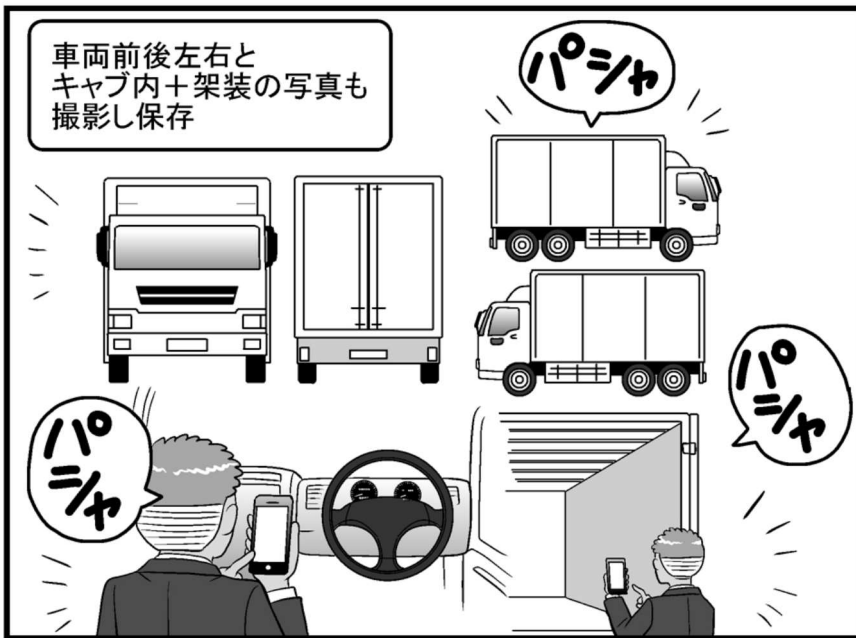


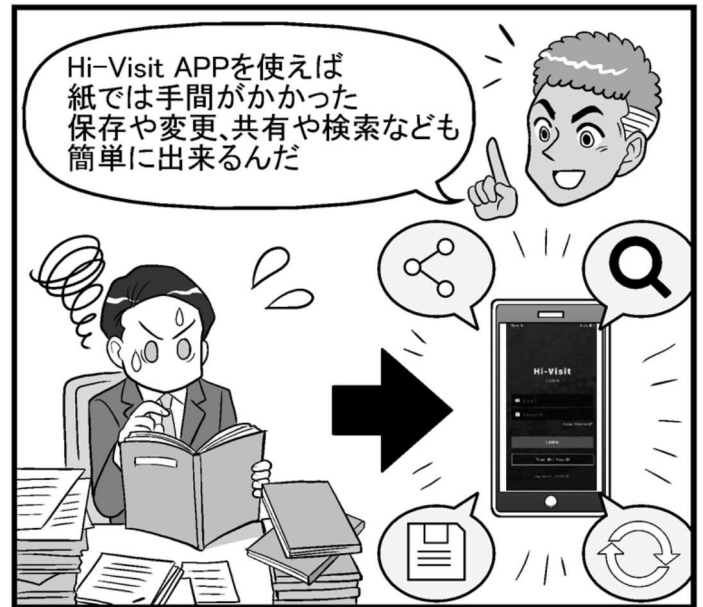
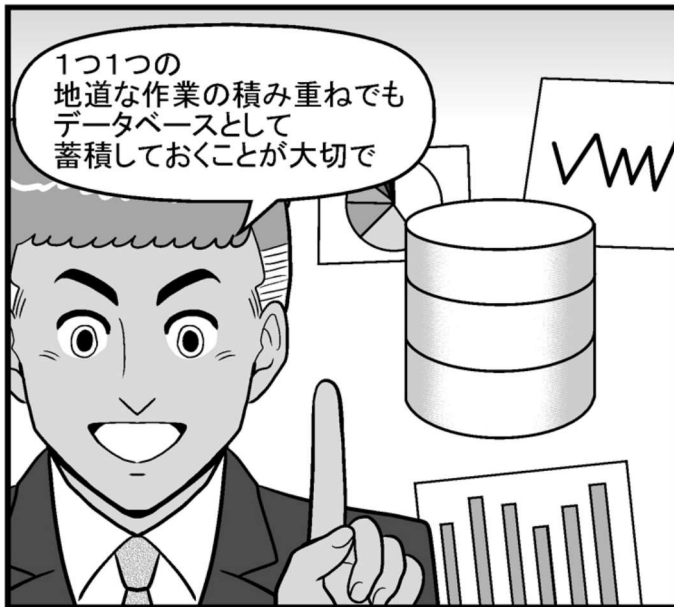




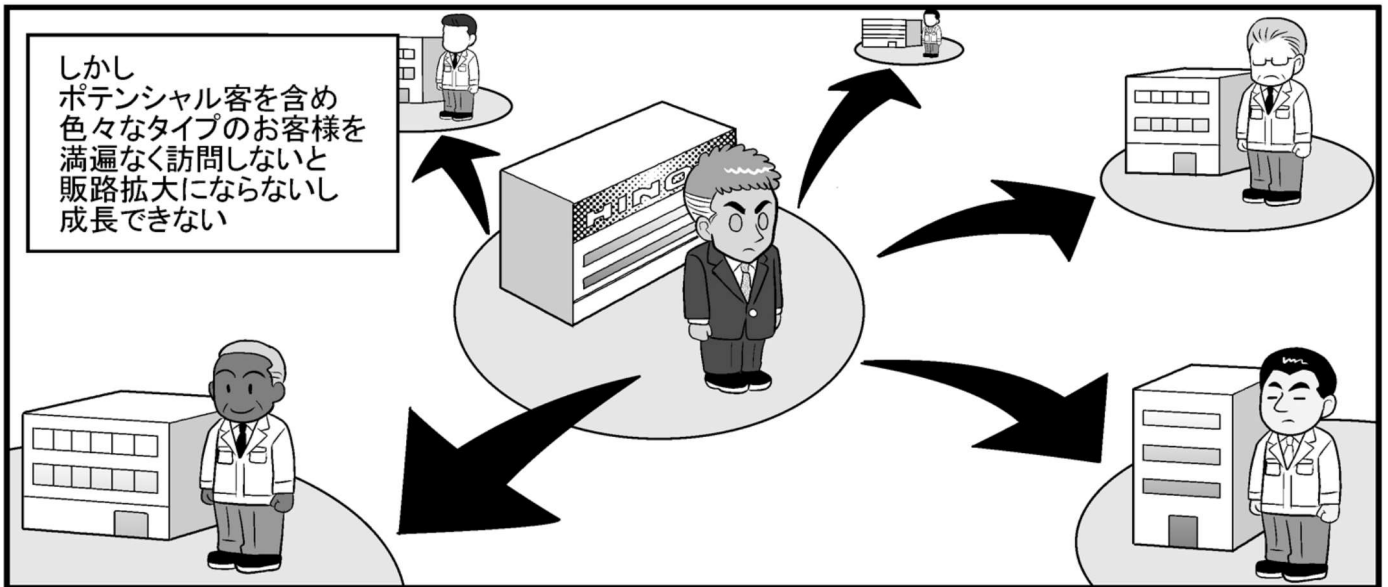
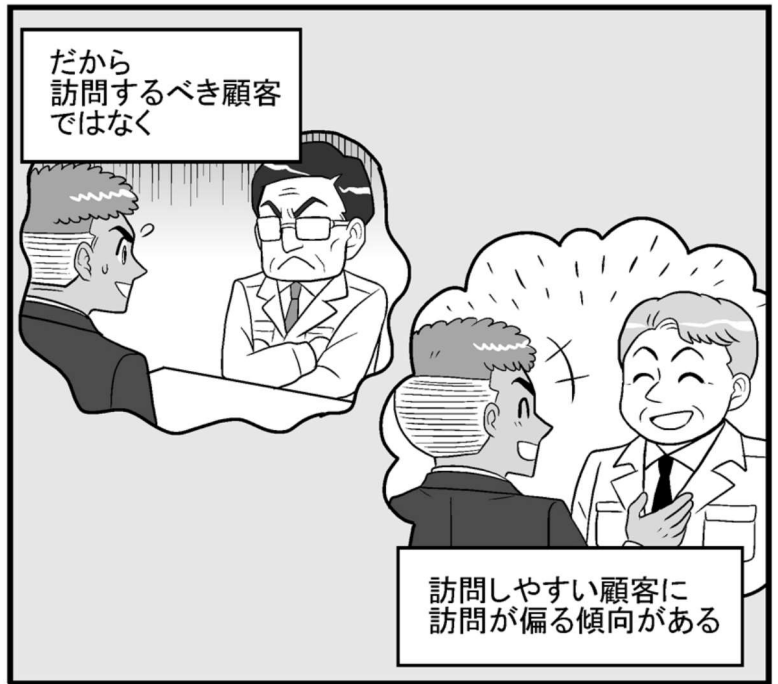
<p>・お客様の会社名、業種、業態</p>	<p>・キーパーソン</p>
<p>・連絡先</p>	<p>・保有している車両(他社製品含む)</p>
<p>・運ぶ荷物の種類や重量、 一般的走行距離、走行条件等の情報</p>	<p>・車両ごとの走行距離</p>
<p>・サービスや部品をどこで受けたり 購入したりしているか</p>	<p>・過去のサービス/部品購入履歴</p>

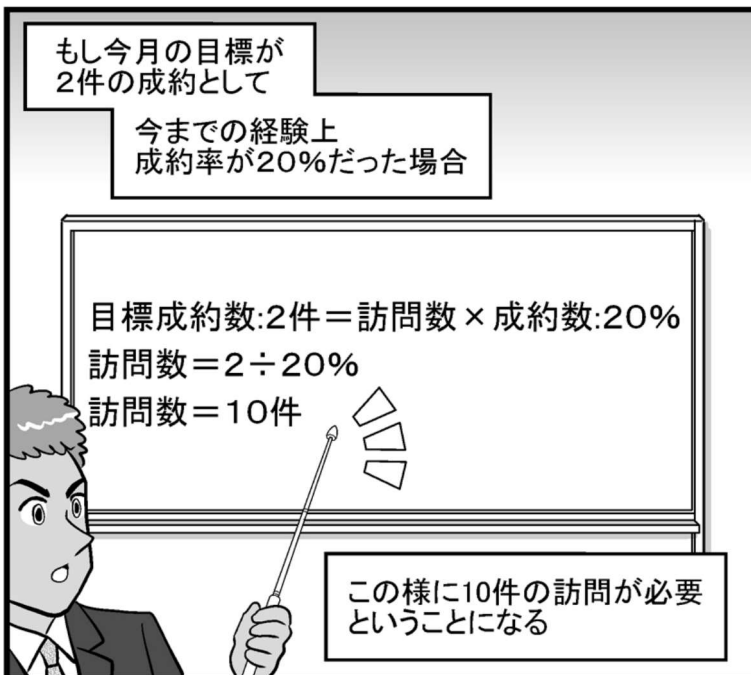
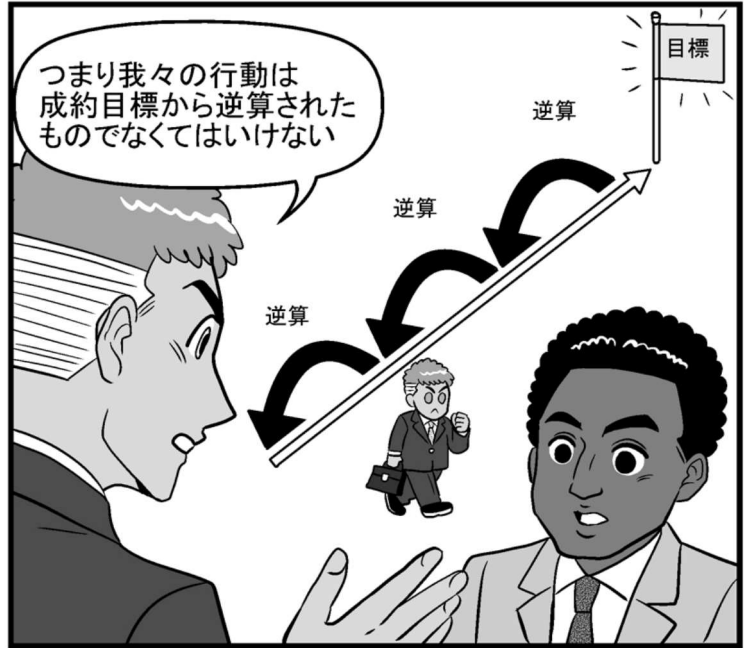
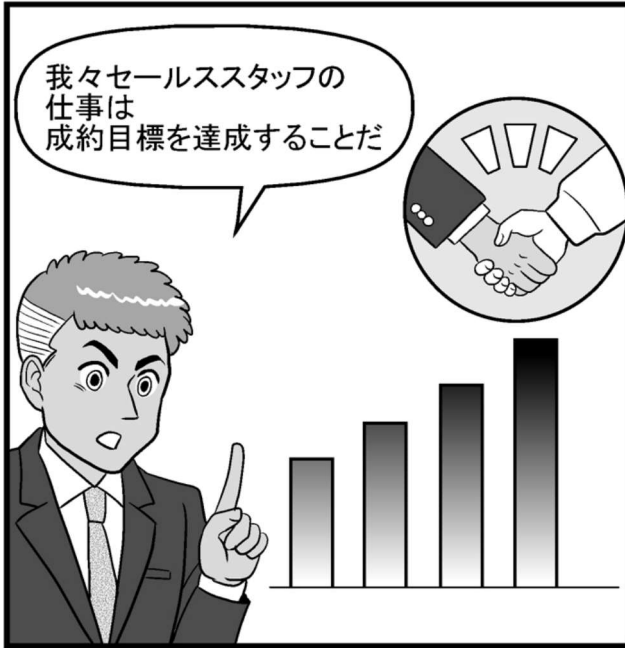










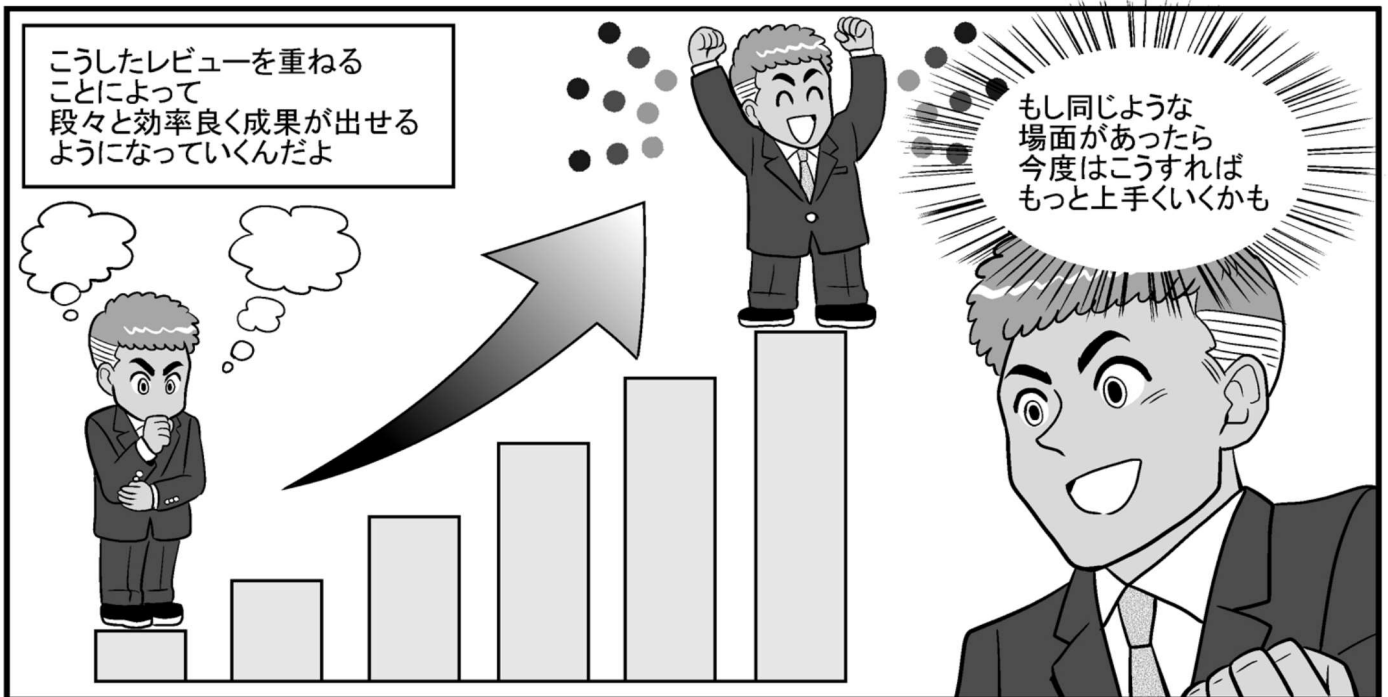
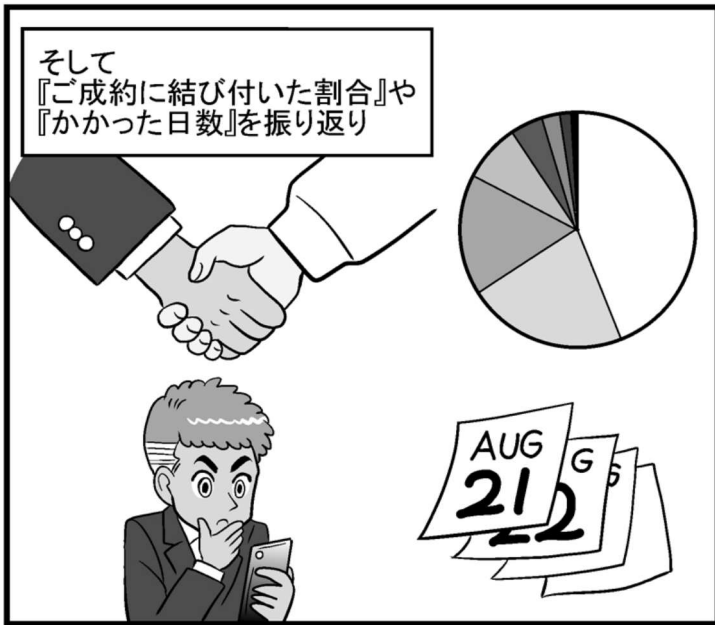


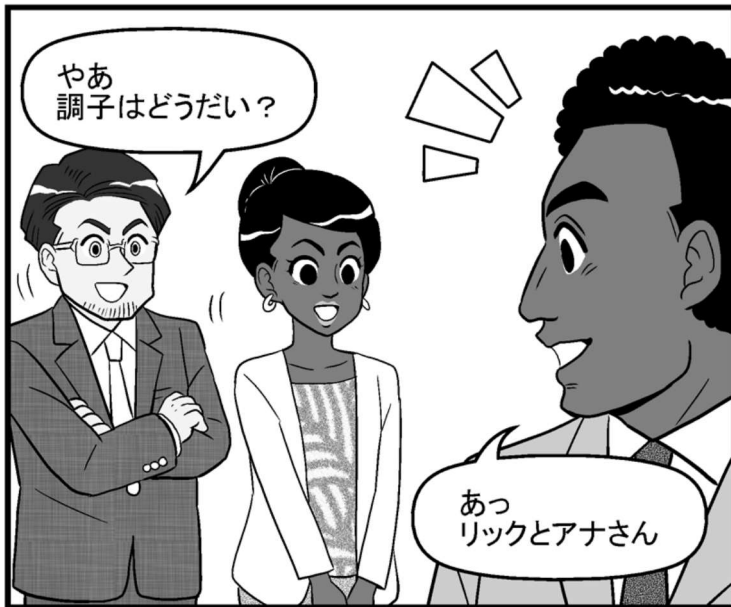




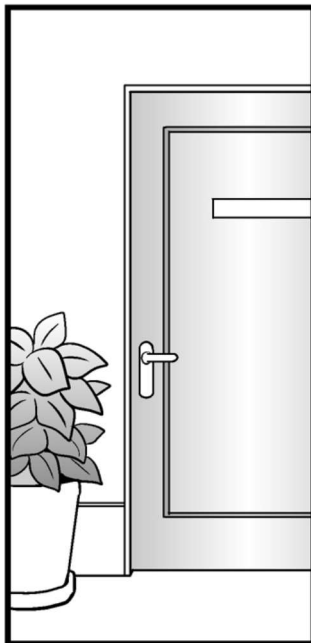












申し訳ございません

いやいや  
謝ってもらいた  
いじゃなくて



どうしてこんなに  
訪問数が少ないのかを  
聞いているんだ



リチャードに  
やり方を教わった後  
すぐにアポ取りを  
していたようだったが

それが...



電話しても  
先方からアポの時間を  
もらえないんです



なるほど...

ルーカス君は  
『アポ取りの成功率』に  
課題があるわけだな

$$\text{訪問数} = \text{アポ取りのアプローチ数} \times \text{アポ取りの成功率}$$



ルーカス君は  
仕事に戻りたまえ

そして  
リチャードを  
呼んでくれ

