



経営情報ツールのご案内

平成19年6月

いつもお世話になりましてありがとうございます。

今回の営業情報ツールは、売上を伸ばす次の一手を考えるシートです。
どこの会社でも売上を伸ばすことは非常に大きな課題となっておりますが、
自社の強みを把握した上で、どのような形でアピールをしていくかを整理することにより
次の一手を考えていきます。

この度、スタッフブログを開設しました。
検索エンジンで「京都経営 スタッフ」で検索していただきますと、スタッフブログを見て
いただけます。
是非、ご覧ください。

ご質問等ございましたらお気軽に弊社までお問い合わせください。

有限会社 京都経営
大江孝明税理士事務所

Tel: 075-603-9022

Fax: 075-603-9055

Mail: info@kyotokeiei.com

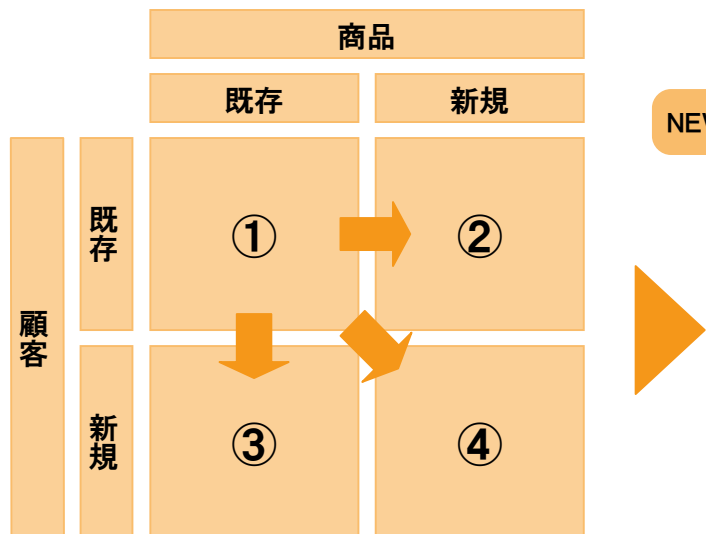
URL: www.kyotokeiei.com

税理士 大江孝明



5 売上拡大の次の一手はありますか

≫ネクストワンMAP作成



1 既存計画 ≫ 既存顧客×既存商品

- ・
- ・

2 新規計画 ≫ 既存顧客×新規商品

- ・
- ・

3 新規計画 ≫ 新規顧客×既存商品

- ・
- ・

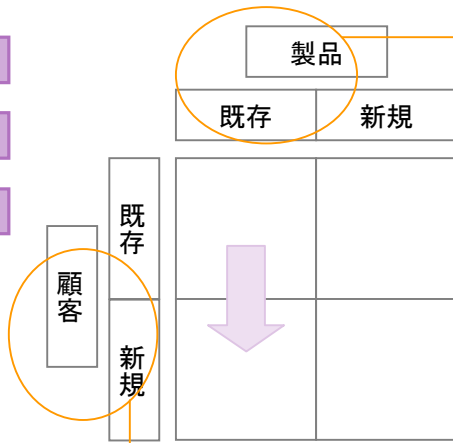
4 新規計画 ≫ 新規顧客×新規商品

- ・
- ・

自社の強みをチェック

営業を進めていく上で、自社の強みを把握することは非常に重要です。
自社の強みを把握し、強みになりそうな部分を強化していくことにより
自社のセールスポイントを明確にします。

- 経営戦略
- 営業戦略
- 自社の強み



お客様の声

- 納期が遅い
- 技術力がない
- ITに弱い
- 生産規模が小さい
- 提案がない
- 試作に時間がかかる
- ...
- ...
- ...

〇〇〇〇の『製品力』

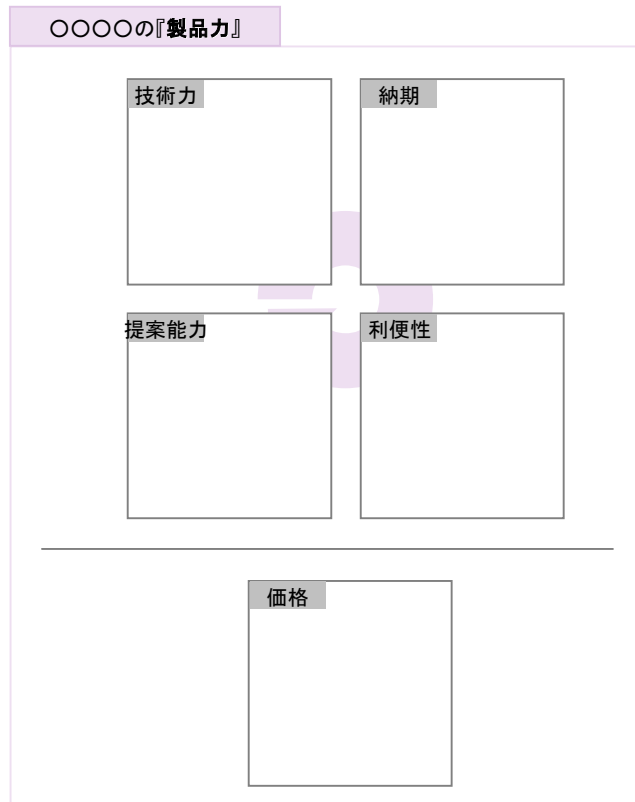
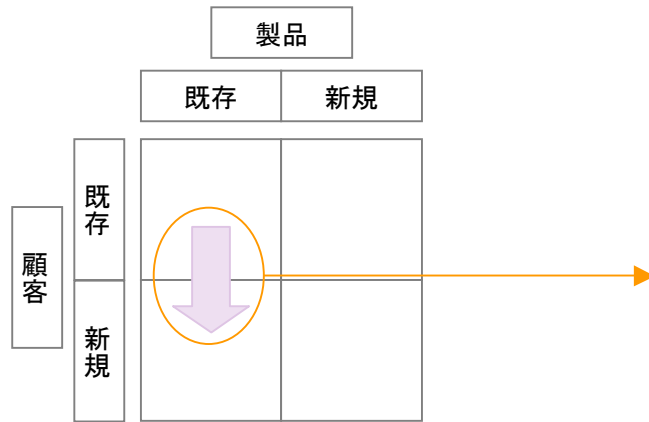
技術力	納期
提案能力	利便性
価格	

自社の強みをチェック

営業を進めていく上で、自社の強みを把握することは非常に重要です。自社の強みを把握し、強みになりそうな部分を強化していくことにより自社のセールスポイントを明確にします。



- 経営戦略
- 営業戦略
- 自社の強み



- ロゴ
 - 会社案内
 - 製品パンフレット
 - 製品事例紹介
 - 工場見学
 - 店舗見学
 - ホームページ
 - ...
 - ...
- 認知度UPプラン

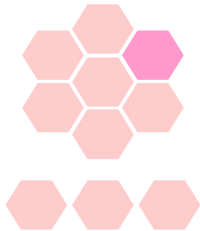
- 飛び込み営業
 - 取引先からの紹介
 - その他からの紹介
 - 業界主催の〇〇展出展
 - 既存顧客の掘り下げ
 - ...
 - ...
 - ...
 - ...
- 具体的営業手法

デザインの浸透圧とセールスプロセス

Osmotic pressure of a design !

ideaを designする!

【Think Tank】
Thinking Catalog
Idea Factory



■ AIDMAの法則 >>

■ LDSSセールスプロセス >>

■ LDSSデザインのカ >>

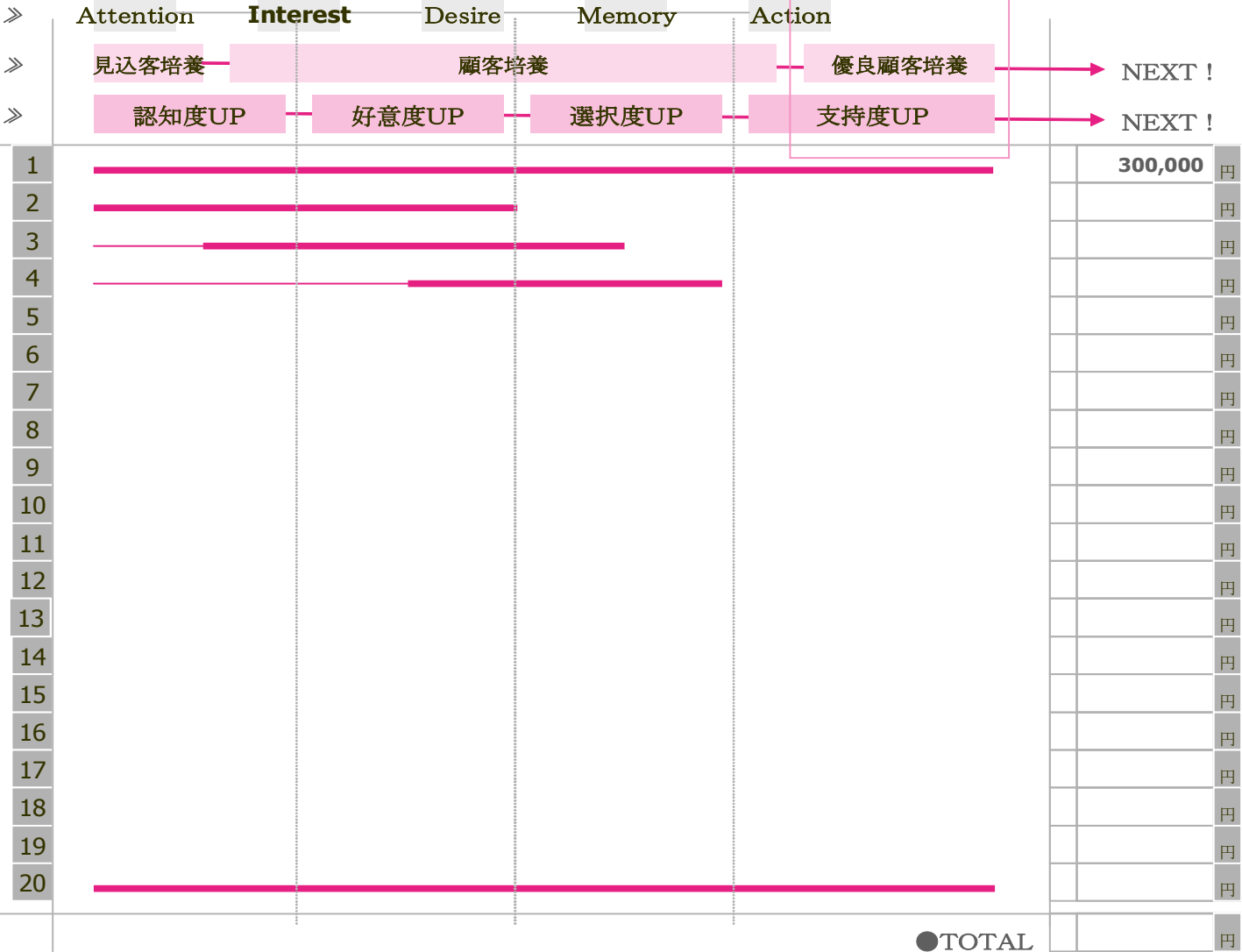
● ロゴ+トレードマーク

● 会社案内

● パンフレット

● カタログ

● ホームページ



自社の強みをチェック

営業を進めていく上で、自社の強みを把握することは非常に重要です。
自社の強みを把握し、強みになりそうな部分を強化していくことにより
自社のセールスポイントを明確にします。



経営戦略

営業戦略

自社の強み



外部環境との比較

自信あります！！

こんなことができれば・・・。

技術力(ヒト)

技術力(モノ)

納期

提案能力

価格

利便性