

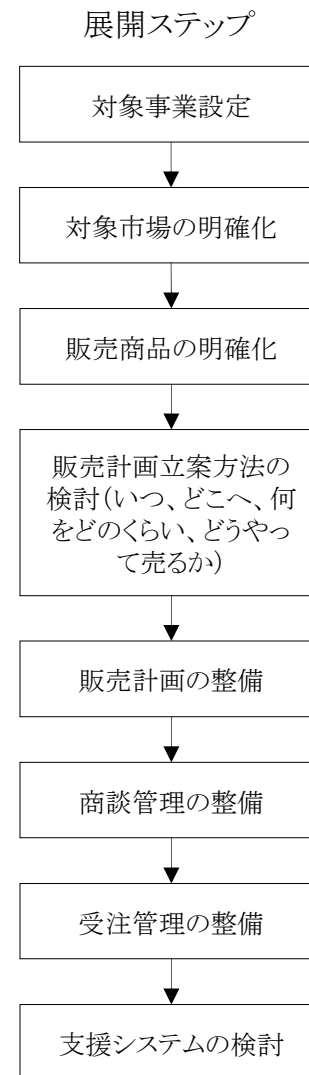
### 3.4 販売企画

販売企画は対象市場へどのような働きかけをするか・そのしくみを企画します。

販売機能は、顧客への自社の商品サービス等による価値のアピールと需要喚起、顧客からの注文受領、製品納入に関する顧客要求対応などです。また販売管理業務は、自社全体の付加価値（＝利益）最大化の観点で、販売業務活動の統制と支援、社内他業務部門との調整を行います。特に商談管理は商談中の案件情報を共有化して種々の活動（商談アドバイス、サポート）につなげ受注確度向上を実現します。これまでの案件の実績（受注件数、率、数量など）を把握し、売上見込確認や営業担当の評価にも結びつけます。受注確度の高い営業案件については確実に在庫引当・生産手配を行い、販売機会損失を低減させます。

このように営業の商談の進捗と生産手配タイミングをリンクさせ、受注確度に応じた適切な生産手配を行うことで、過剰在庫・不良在庫の発生を防ぐ等が強化され目標通りの受注出荷回収が出来るようにすることが大切です。

このように対象市場を明確化した上で販売の機能・業務を企画し、体制検討を行うこととなります。



対象市場への商品の提供の仕方を検討し、販売企画を立案する。

