

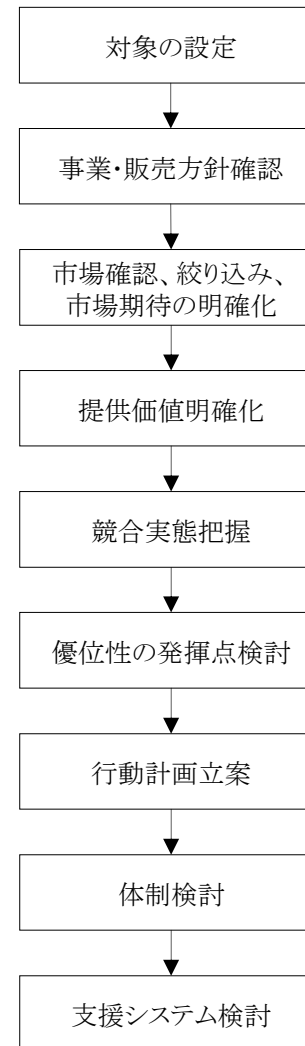
5・1 市場に応じた販売体制の企画

販売企画で、対象とする市場を明確にし、どのような顧客へどのような商品価値をどのようにして届けるのかを明確にします。この販売のあり方が基本となり、そのための行動計画とそれを実現するための販売体制を検討していきます。その際には、顧客の立場に立つて、競合他社との差別化、優位性をどう発揮するかを検討が大切になります。大きく差をつける必要はありませんが、少しでも優位に立てるようにすべきで、商品力、品質力、供給力、価格力、サービス力等バランスのとれた検討を実現するように、販売体制を検討します。

また継続的に事業展開するためには、市場の把握、市場の声の反映、販売・サービスの支援、目標の実現度の把握等々のための支援システムを同時に検討し、強力な販売体制の一部として整備することも必要でしょう。

プロダクトアウト的に商品を市場へ供給する機能と、マーケットイン的に市場の声を聞き、その声を商品やサービスに迅速に反映していく機能の双方のバランスのとれたしくみ、体制が大切です。

展開ステップ



販売体制検討の構造例

