

支援事例

03

オンラインを活用したPUSH営業で 10社以上との商談を獲得

リーディングエッジ 株式会社

福岡県福岡市中央区大名2-11-13 <https://www.ledgecojp.com>

業種 | ソフト開発業 従業員数 | 5名 資本金 | 1500万円

事業内容

BUSINESS

長年培ったノウハウと技術力でDX化を実現し、少子高齢化時代に適応した企業づくりを応援します。

- DX業務自動化コンサル~導入運用支援、他ITサービス
- 自社製品の全自動型ロボティクス“F-Autolabor”
- 不動産業・運送業・医療等への業務自動化支援実績



エントリーのきっかけ

REASON

営業面が最大の欠点であり、PUSHでの営業は実施したことがありませんでした。当社が長年培ってきたDX-ITのノウハウや実績に、興味・信用が持たれる表現方法や有効な販路拡大手法を学びたいと思いエントリーしました。



社内連携や顧客保守、営業活動の面で オンラインを有効活用したい

- オンラインを活用することにより、社内連携および顧客保守を強化したい
- コンサルサービスを始め、営業展開を行いたい
- 営業面が欠点だと認識しており、新規開拓手法もわからない状態であるため改善したい



MAツールを活用した新規営業の実践

- アプローチ施策の実行に向けて、自社商材の整理、強みの明確化を実施
- ターゲットとして、協業候補先のIT企業や、ユーザー候補の医療法人などを選定しリスト化
- メール文には、過去の導入実績や執筆情報をアピールポイントとして記載
- メール配信を実施し、効果を測定



オンラインツールを活用した PUSH営業の手法を習得

- メール送信1100件に対して、返信14件、面談アポイント12件獲得
- ターゲットニーズや提供価値、差別化ポイント等を言語化することができた
- これまで実施できていなかったPUSHでの営業や、後追いでメルマガ配信が可能になった



事例から学ぶ

オンライン活用のポイント

POINT

- ✓ ターゲットはだれで、そのターゲットはどんなニーズや課題を持っていてどんな解決策や価値を提供できるかを明確にすること
- ✓ お客様が他社ではなく、自社を選んでくれる理由として、差別化ポイントを明確にすること
- ✓ PUSH営業による受注獲得に向けて、後追いの連絡を含めたアプローチを継続すること

専門家による支援を受けた

企業様の声

VOICE

選定したターゲットに対して、より多く・より広く自社の情報を届けることの重要性を痛感しました。受け手をその気にさせる表現方法などをブラッシュアップして、今後もメール配信によるお客様との接点作りを継続したいと思います。

