



営業活動プロセスの段階

～ターゲット案件を確実に獲得するための活動の全容～

1. 長期ポジショニング

- ①ターゲットセグメント(細分化された市場)を設定する。(F)
- ②市場における強み弱み分析を行い、自社のポジショニングを設定する。(L)
- ③攻略すべき顧客組織を決め、営業担当者を設定する。(R)

2. 機会評価

- ④顧客を訪問し、案件情報の収集や、その調達方法を確認する。(A)
- ⑤競争相手を特定し、リアルな競合状況を明らかにする。(G)
- ⑥案件の適合性、採算性、受注可能性を検討する。(Q)

3. キャプチャー(攻略)計画

- ⑦顧客のホットボタン(懸念事項)を明確にし、競合との差別化を検討する。(B)
- ⑧当社の提供する基本ソリューション案の骨子をつくる。(H)
- ⑨当社が強みとする領域の評価を高めてもらうよう顧客に打ち込む。(P)

4. 提案計画

- ⑩提案書作成チームを編成し、提案方針を検討する。(C)
- ⑪ソリューションの内容と勝てる価格を精査する。(I)
- ⑫エクゼクティブサマリー(提案概要)の素案を作成する。(O)

5. 提案書作成

- ⑬提案依頼書(Request For Proposal)を確認し、提案構成を決める。(D)
- ⑭最終エクゼクティブサマリーを作成する。(J)
- ⑮提出用提案書を作成する。(N)

6. 提案書提出後の活動

- ⑯提案書・資料類・学習したことの報告書などを保管する。(K)
- ⑰受注に備え、契約交渉やプログラムの実施計画移行準備を行う。(M)
- ⑱顧客とデブリーフィング(最終評価結果や自社へのコメントを受ける)を行う(E)

We Enable Winning