ales skill
nprovement

150-05

会社名

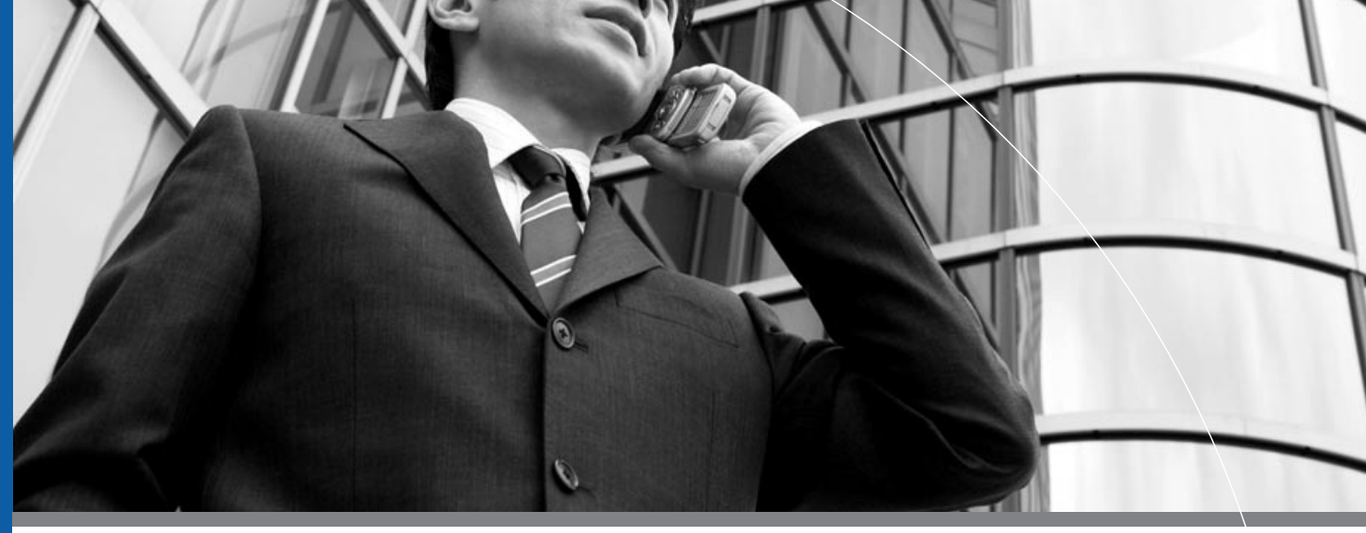
氏　名

部署名

実施日

年　　月　　日

REVIC GLOBAL



セールススキルアップシリーズ
基本編

Sales Process 5

# 顧客満足と収益を高める アフターフォロー

顧客資産のマネジメント

TEXT BOOK

Sales skill
improvem

REVIC GLOBAL

CONTENTS

# 目　次


## Orientation　アフターフォローとは

ポイントを整理しよう ……2

## Session1　顧客の維持

ポイントを整理しよう ……4
ワーク［基本編］顧客維持の活動内容 ……5
ワーク［応用編］顧客維持のための工夫 ……6

## Session2　追加提案

ポイントを整理しよう ……8
ワーク［基本編］追加提案のための情報収集 ……9
ワーク［応用編］追加提案 ……10

## Session3　顧客の獲得

ポイントを整理しよう ……12
ワーク［基本編］紹介してもらいたい人のイメージ ……13
ワーク［応用編］紹介依頼のトーク ……14
コラム「心を映す鏡」 ……15

まとめアンケート ……16


TRAINING METHOD

## テキストの構成

**CheckPoint**
**ポイントを整理しよう**
…ビデオを視聴しながら、ポイントをメモします。

**Work**
**考えてみよう他**
…ビデオで学んだ知識・情報を自分の業務や行動に置き換えながら理解を深めていくための課題です。

### ■トレーナーの方へ

ワークには実務経験がない方を想定した［基本編］（新入社員導入研修用、配置転換者研修用）と、実務経験がある方を想定した［応用編］（新入社員フォローアップ研修用、職場勉強会用、OJT用）の2レベルを用意しています。
受講者の知識レベルや業務遂行レベルに合わせて、適切なワークを選んでください。

Orientation

# アフターフォローとは

このパートでは、
アフターフォローの目的と目標について
考えていきます。
顧客とのパートナーシップを強め、
次の受注へとつなげていくための
ヒントをつかみましょう。

## CheckPoint ポイントを整理しよう

ビデオの内容に注目しながら、ポイントを書き留めましょう。

### アフターフォローの目的と目標

新規顧客獲得のコストは、
既存顧客にリピート購入してもらう場合の
およそ5倍から10倍になると言われている
つまり、既存顧客はセールスにとってビジネス上の「資産」と言える

**■ アフターフォローとは**

（①　　）を高め、取引を
（②　　）・（③　　）させていくプロセス
リピート顧客をつくることは、企業の収益面において重要な意味を持つ

**■ アフターフォローの流れ**

（1）顧客の（④　　）
↓
（2）追加提案
↓
（3）顧客の（⑤　　）

Session 1

# 顧客の維持

契約成立後、
いよいよお客様との本格的なお付き合いが始まります。
では、お客様の期待にしっかりと応えながら、
良好な関係を維持していくために
セールスはどのような活動を行えばよいのでしょうか。
Session1では、契約成立後に行うフォローアップと
顧客維持活動について考えていきます。
商品・サービス導入後の
お客様の気持ちや状況の変化を理解し、
的確な対応ができるようになりましょう。


禁・複製

# CheckPoint ポイントを整理しよう

ビデオの内容に注目しながら、ポイントを書き留めましょう。

## 契約後のフォローアップ

**■ 契約後のフォローアップ**

契約成立から（①　　）または（②　　）

までの時期に行う顧客対応全般

この時期は、「迅速、かつ、こまめに」フォローを行うことが特に大切

**■ フォローアップのポイント**

(1)（③　　）の気持ちを伝える
納品完了時などに感謝の気持ちを伝える

(2)（④　　）を確認する
想定した導入効果があったかを把握する
想定どおりの効果が出ていない時は、
すぐに原因を追究し（⑤　　）を打つ

## 顧客維持のための活動

**■ 顧客維持のポイント**

(1) 継続的に（⑥　　）を提供する
顧客が求める情報やサービスを
(⑦　　)に提供する

(2) クレームを（⑧　　）に変える
クレームは貴重な情報源

クレームには、誠意をもって素早く対応する


禁・複製



# Work-1 [基本編] 考えてみよう。

ワーク時間（　　）分

契約後のフォローアップや顧客維持の活動として、具体的にはどんな業務があるのかを考えてみましょう。

※記入が終わったらグループ内で発表を行い、意見を共有しましょう。

| 契約後のフォローアップ |
| --- |
| 契約成立後から納品またはサービス導入後までに、具体的にはどんな業務がありますか？ |
| **顧客維持のための活動** |
| 顧客維持のための活動として、具体的にはどんな業務がありますか？ |


禁・複製

## Work−2 [応用編] 考えてみよう。

ワーク時間（　　）分

契約後のフォローアップや顧客維持を効率的・効果的に行うために、あなた自身が工夫していることを書いてみましょう。

※記入が終わったらグループ内で発表を行い、意見を共有しましょう。

| 契約後のフォローアップ |
| --- |
| 契約成立後から納品またはサービス導入後までの期間、あなたはどんな工夫をしていますか？ |
| **顧客維持のための活動** |
| 顧客を維持するために、あなたはどんな工夫をしていますか？ |


禁・複製

Session 2

# 追加提案

商品やサービスが問題なく活用できるようになったら、

セールスの仕事は終わりというわけではありません。

せっかく良好な関係を築けたのですから、

ここを足がかりとして、

一歩踏み込んだ提案をしていきたいものです。

Session2では、

既存顧客との取引を拡大する方法について見ていきます。

顧客への深い理解を活かした追加提案を

実施できるようになりましょう。