

フン
アポ
取り
で
様
々
な
切
り
口

エコスタップ アポ取りで様々な切り口

原案もとに意見集約

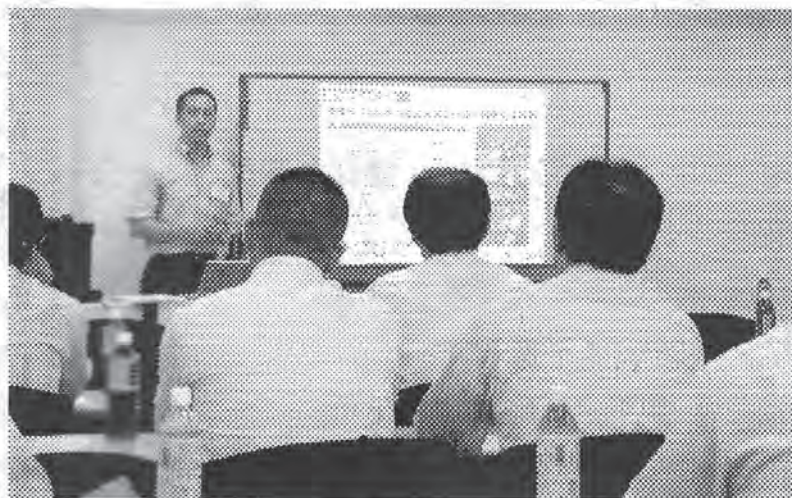
廃棄物営業でテキスト案

廃棄物処理・リサイクル企業の安心・安全のネットワークづくりを進めるエコスタップ・ジャパン(ESJ、東京・中央、田部和生社長、☎03・5201・3926)は8月20日、東京都内で営業担当者の研修会を開き、これまで3回に渡って行われたセールス研修の成果を踏まえ、廃棄物処理業、リ

サイクル業のためのセールストレーニングテキスト案を明らかにした。第一段階で重要なアポイント取りについて、会員企業から「ホームページを拝見した。ISO14001の担当者(安心安全な処理について)話をしてほしい」「資産除去債務について興味はあるか」から、「『有価買取』でまず切り込む」など

までさまざまな意見が出された。セールストレーニングテキストは、すでにESJが策定した収集運搬に係るドライバーズマニュアルに続いて作成作業が進められているもので、処理業の営業に必要な心得(マインドセット)から顧客となる排出事業者との信頼向上、品目拡大(カスタマー・ケア)

実例や意見を出し合った



るかを常に頭に入れつつ、顧客の状況をまず理解すること、「総合診療の処方箋」をつくり、処理処分・リサイクルだけでなく収集運搬(物流)までを踏まえた「専門治療」に至る提案営業ができることが重要とされた。

までを網羅する。

セールス戦略について

マインドセットに関しては、まず、産業廃棄物処理業界に付きまとう「データイヤーなイメージや営業(セールス)の押し売りという従来のイメージを払拭することが重要と指摘。いかにして利益率を上げ

ては、まずは顧客の業種別リストを作成した上でその動向をつかみ、個別の顧客については初回の訪問時の声を反映させて、そのニーズに沿った提案をつくるのが大切になるとした。