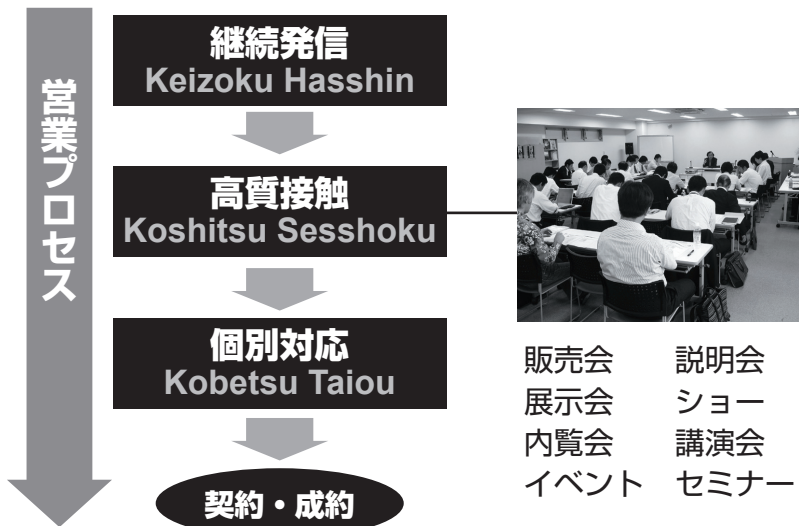


3K



法人営業では、新規への開発営業は苦戦を強いられています。

3Kとは、「継続発信」「高質接触」「個別対応」の3つの頭文字「K」をとったもの。個人のスキルに依存しすぎない、組織的かつ極めて効率的な営業方法です。

まず「継続発信」が重要です。メール、ハガキ、FAXなどローコストな方法で、情報を継続的に見込客やお客様に届け、忘れられない存在になります。

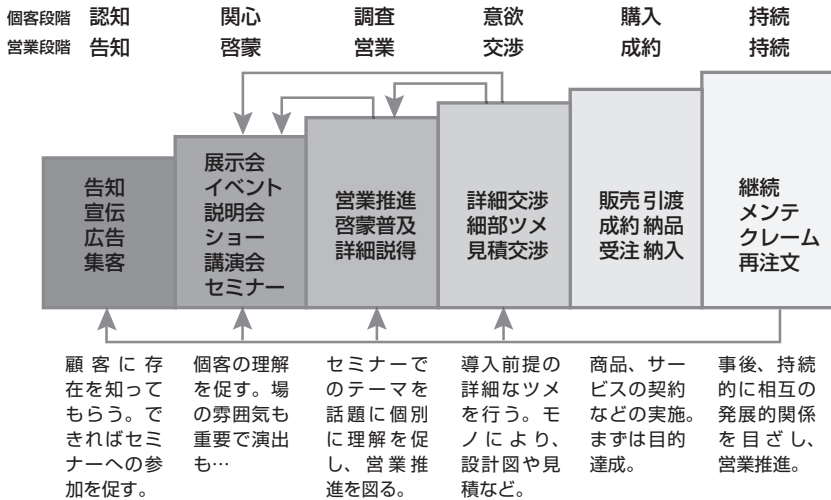
そのなかで信頼関係を醸成し、説明会やセミナーなど「高質接触」を行い、ここで深く商品やシステム、サービスを理解してもらい、ターゲットの関心度をさらに高めます。

その後、特に関心の高い方に対し、「個別対応」し、契約に持ち込みます。これまでの段階で十分な信頼関係があるので、成約の可能性が高くなります。

応用例にBook（著作）を加えた「3K+B」もあります。

セミナー主催営業

顧客段階 営業・販売プロセス設定



「集客型営業」とも呼びます。また、セミナーは高質接触の場であり、その前後でかならず継続発信や個別対応が発生することから「3K」の別称でもあります。

個客段階の第2レベル「関心段階」、つまり営業段階では「啓蒙段階」にセミナーを位置づけますが、顧客段階上のメリットが非常に大きくなります。

複雑なシステム商品販売やコンサルサービスは、商品やサービスが解りにくいものです。

そのため、若干関心のある見込客に対する、セミナー、説明会は大きなメリットとなります。見込客が来場し、1、2時間も説明する機会は、この形式以外そう簡単にありません。

知識を得たい見込客に、最高の知識を提供できれば、見込客の関心はさらに高まり成約に繋がります。それをせず、知識の少ない営業スタッフを走らせて説明させても、成果に繋がらず、人件費のムダに過ぎません。