

既存顧客への提案営業でICS（個客内シェア）拡大へ

「私は自社のお客様をコンサルティングして、ある新規のプロジェクトをサポートすることをテーマに増販塾に参加したいのですが、良いですか？」

総合広告代理業経営者である吉川社長が増販塾（駿河増販情報センター主催）のオリエンテーションに参加した時の質問でした。「もちろんです。そのプロジェクトをサポートすることで「アイズコミュニケーション」にメリットはありますか？」と私が訪ねると、「今回私がお客様に提案したいプロジェクトが採用されれば、今のお客様から今以上の受注が見込めるはずですよ。今このお客様は、うちとはパンフレットのような紙媒体でしかお付き合いがないんです。きっと「アイズコミュニケーション」では電波媒体は扱えないと思われてるんですよ。」

こんなやりとりから始まった吉川社長の課題は、既存のお客様である冠婚葬祭業者がリニューアルオープンする披露宴会場のイベントを獲得し、自社の広告費シェアの上昇をねらうものです。そのイベントは、今まで別の広告代理店によって電波媒体のマスメディア広告を利用して展開されていました。

まず、吉川社長の提案がお客様にどんなメリットをもたらすことになるかを確認し、この広告が果たさなければならない役割を明確にしました。提案営業を実践するにあたり、お客様に意志決定されるポイントを押さえることや、この提案内容がクライアント企業の内部での影響などを詳細に把握するために、お客様の事業構造を整理する所から着手。次に、「アイズコミュニケーション」にとってのお客様に向けた営業プロセスを作成しました。

さらにお客様の現状課題からイベントの目的を設定しました。ハウスウェディング会場のリニューアルは内装のみとなるので、外装にはなんの変化もありません。つまりこのお客様の見込客を改装した部屋に通し、この部屋を認知していただく必要がありました。また、このイベントで集客した見込客の住所氏名をプロフィールすること、それも未婚のカップルを集客することが条件でした。これらをクリアするために企画されたイベントは、地元ラジオ局とタイアップし、リニューアルした部屋を会場として行うアーティストのミニライブでした。

■テーマ（目標とする経営成果）
地区ハウスウェディング トップシェア（5年後、年間組数 150組）

■内部背景

- ・互助会の結婚式場というイメージ（悪い方向？）
- ・ハード面リニューアルの遅れ
- ・顧客面の見直し
- ・取り戻し組数の減少

■顧客志向

- ・結婚式場紹介センターからの決定
- ・少人数のハウスウェディングスタイルの増加
- ・都の進め減少、見込みの純潔さで決定？
- ・直接来客するのではなく、結婚やネットでの事前チェック後来客（扱い落とし）
- ・地元地区以外への流失

■外部背景

- ・子供の数減少による結婚式数の減少
- ・競合他社の増加（地区以外の競合他社も含む）
- ・競合他社ハード面の充実（教会など）
- ・結婚式場紹介センター・衣装センターの進出

■現状の問題点・課題

- ・互助会会員層への営業の見直し
- ・効率的な宣伝方法の再検討（年間計画・予算見直し）
- ・プライダルのパッケージプランの検討
- ・ハード施設のリニューアル

■対策・解決の方向性

- ・互助会会員向け情報誌のリニューアル
- ・プライダルに特化した情報誌の発行（互助会会員以外にも）
- ・長期的な計画のもと、ファンクラブの設立
- ・伝えるから来客させる宣伝方法へと方向シフト（来客イベント型へ）
- ・ハウスウェディングをコンセプトとした建て直し
- ・マス媒体との連携
- ・地区企業との交流

■具体的企画の提案（2005.09.20 現在）
実際に実施していただき、新パンケットホールを見ていただく事が目的

○FMラジオとのタイアップ企画アーティストスペシャルライブ&ギャラリー

★ギャラリー
期間：8/22～9/3 まで
内容：アーティストのライブ映像やアーティストが手がけたイラストなどを展示
無料プレゼント、飲み物、入場料無料

★ライブ
日時：9/3 18:00～ ペア 75組（150名招待）
応募：ラジオとWebサイト内にて告知

○プライダルフェア&ファッションショー
日時：9/18 10:00～18:00
内容：新作ドレスを中心としたファッションショーの開催ほか

クライアント企業の事業構造の整理と提案内容

今回のイベントを利用してお客様自身がイベントに集まった見込客とどのようなコミュニケーションを取れば良いかを提案書に盛り込み、このイベントが単なる話題集めでなく、仕掛けるお客様の売上増につなげるための営業プロセスまで提案しました。

実はこの提案書ができ上がった時点では、別の代理店が同じ地元FM局を通して、広告展開をしていました。つまり吉川社長の提案で個客内シェアのバランスをひっくり返すこととなります。提案書をプレゼンする戦略も実に細かく組み立てました。

提案書の精度と営業の戦略、企画を精緻に組み立てることにより、この企画は見事に採用され、「アイズコミュニケーション」での受注が決定しました。

さて、この成果ですが、既にこのお客様から受注していた紙媒体での年間売上が100万円弱。このイベントと周辺のツール類を受注する事でスポットで契約できた金額が120万円

となり、個客内シェアを大きく獲得することで自社の売上を対前年比220%達成すると共に、この実績が原因となり別のお客様からの販売促進コンサルタント契約も獲得いたしました。現在吉川社長は次なる目標に向かい実践中です！



この結果…個客内における自社の売上対前年比 220% 達成

提案営業の内容

社名	有限会社アイズコミュニケーション	設立	平成8年1月
所在地	静岡県沼津市若葉町14-20	専業内容	広告制作・デザイン・ホームページ制作等総合
TEL	055-922-7658		
FAX	055-922-7656		
代表取締役	吉川浩康		広告代理業