

『ロジスティクス クロニクル』連載原稿
「物流コンサルタント養成塾」第9回

<タイトル> 「営業ツールを見直す」

<本文>

今年の夏は、世界情勢の悪化やSARS（新型肺炎「重症急性呼吸器症候群」）などの影響により、海外旅行者が減り、国内旅行者が増えたそうである。お盆時期のUターンラッシュの影響を受けた物流企業も多かったのではないだろうか。

9月に入り、年末商戦へむけての戦いも各業界熾烈になってくる。それに付け加え、10月には東京都をはじめとする独自条例によるディーゼル車規制も始まる。対策地域内のトラック運送事業社にとっては対応が迫られている。皆さんの会社では対策はお済みであるだろうか。

このような規制をビジネスチャンスととらえ、積極的に営業活動に力を注いでいる企業も数多く存在している。どの物流企業も時代の変化をビジネスチャンスと捉え、前向きな対応をすることで業界全体を活性化させていただきたい。

これまで、物流企業の提案営業を中心にお話を進めているが、今回は提案活動のきっかけづくりとアフターフォローに使用される営業ツールについてお話したい。

営業活動においてツールに力を注いでいる物流企業は数多くあるが、その業務内容や自社の強みをしっかりアピールしている企業は少ない。知名度のある大手特別積み合わせ企業でない限り、こちら側からいかに荷主企業に強みをアピールできるかが営業活動のポイントとなる。特に新規荷主獲得において、いかに荷主企業との接点を多く作る事が重要になってくる。

ここで今も昔も定番営業ツールとしてよく使われているハガキ（DM）について考えてみたい。

よく見るDMには「安い」「なんでもできます」「どこにも負けません」といった一見すごそうだが、いったい何をしてくれる企業なのかよくわからないDMを見かける。DMでしっかり押さえておきたいことは、自分達は一体何者なのかを明確にすることである。

「こんな荷物を運ぶことを強みとしている物流企業です」「このような業界の荷物を扱わせたらどこにも負けません」ということを明確にし、連絡先をしっかりと伝えることで、荷主企業に「このサービスを受けると費用はどれくらいなのか？」「ちょっと詳しく話を聞いてみたい」という気持ちにさせることができれば、問い合わせによって営業案件につながる事ができる。

これは、ホームページにおいても同じことが言える。昨今、IT（情報技術）の普及に遅れをとっていた物流業界でもホームページを持つことが当たり前となった。

ホームページへの訪問者は少なくとも、その企業に興味があって訪れているのである。そこで自分達は何者なのか、自社の強みは何なのかを明確に伝えることができれば、立派な営業ツールとなる。

皆さんの会社における営業ツールとして、DM・ホームページを使用していることがあれば、是非、この点を見直していただきたい。また、DMにおいては管理者層以上の方であれば、各業界から様々なDMが毎日届くはずである。そのなかで目を引くキャッチフレーズ、字体、内容などを研究して自社のDM作成に役立てていただきたい。皆さんの目を引いたDMは、誰もが目を引くDMであることが多いからだ。

ハガキは営業活動のアフターフォローにおいても、大きな効果を生むことがある。

日本ロジファクトリーでは、営業時にお会いして名刺を交換させていただいた方には必

ず手書きのお礼状（ハガキ）をお送りしている。地味な活動に感じるかもしれないが、非常に好評であると共に効果的である。

便利なこの時代において、手書きのハガキによってお会いできたことに対する感謝の気持ちを伝えることが、非常に喜ばれる要因である。

物流企業からの提案営業は、飛び込みで行って売れたら終わりという営業ではない。何度もお会いすることによって信用を勝ち取るものである。お会いできた感謝の気持ちを伝わりやすい形で伝えることは、自分達を知ってもらう近道になる。また、初対面後の直後というタイミングで送付することによって、より印象を深くし、2回目以降の商談をスムーズにするケースも多い。

提案営業において先方とお会いできることはご縁あってのことである。そのご縁をより深いものにするためにも、手書きのハガキによるお礼状を是非、お勧めしたい。

また、ハガキは企業向けDMやパンフレットと違い、確実に本人に届く。営業的視点においてもキーマンと名刺を交換させていただければ、お礼状によってピンポイントに営業アクションを起こしていけるという利点もある。

このように昔から定番化されている営業ツールにおいても時代の変化と共に、見直しをかける必要がある。また、手書きのお礼状のように、昔ながらの手法のほうが意思を伝える力が強いことがある。営業ツールは効率だけを追求するのではなく、そのツールが先方に与えるイメージやインパクトを追及しなければならないと感じる。