

顧客管理マニュアル

目 次

| | |
|--------------------|-----|
| 1. 顧客のニーズキャッチ | 505 |
| 2. 顧客カードの活用 | 506 |
| 3. 得意先管理カードによる強化体制 | 511 |
| 4. 効率的な顧客管理 | 513 |
| 5. 回収管理 | 515 |

これからの販売戦略のポイントは、いかに自社の市場占拠率(シェア)を高めて行くかにある。
シェアとは顧客が企業に示した信頼と支持の行動値であり、シェア・アップ戦略とは、自社に対する支持率をいかに高めていくかの闘いである。

いいかえれば、顧客の創造と育成を、どう推進するかにある。

1. 顧客のニーズキャッチ

(1) 固定客づくり

シェア・アップ戦略を成功させるカギは得意先が顧客(エンドユーザー)をいかに吸引してくれるかという、得意先の自社に対する「協力度」や得意先自体の「販売競争力」にある。つまり、市場におけるストア・カバレッジ(取引店充足率)とインストア・シェア(店頭占拠率)を、どう高めて行くかが重要となる。そのためには、得意先との強力な連携と密着をはかり、固定取引先として、インストア・シェアの充実をはかって行くことである。

