

# 厳しい印刷業、売上はジリ貧！成果は営業活動へ比例する。遂に挑戦を決断!!

印刷業 S社

(大阪市)

<業種>印刷業

<創業>1991年2月

<資本金300万円>

<社員4名>

## 1. 相談のきっかけ

- 社長である父親と後継者の息子さんとで来訪。地元の区役所で当拠点の紹介を受ける。
- 現状の印刷業を続けていくべきか(業界動向も左前で、自社売上もジリ貧)ずっと悩んでいた。



## 2. 課題整理・分析

- 業界の動向は周知のとおりだが実際に息子さん本人がこの事業を続けて行きたいと思っているのか面談により確認する。
- 本人より「続けて行きたいとの強い意志を」確認する。
- 一番の課題は大手一社だけの下請け依存に終始していること。これまで営業活動を一切してこなかったことが原因。
- 上記より、営業活動ツールなどもほとんど作っていない。



## 3. 解決策の提案

- 新規取引先の開拓
- 営業活動は全く未経験ではあるが、まず1ヶ月間の訪問目標を決定。30件とする。
- 営業活動の基礎の基礎から説明する。
- 営業活動に必要な名刺作成名刺で話ができるようにこだわったものを作成するよう助言。具体的には、自社のカッティングプロッターでカットした、匂いのついたもの。事業内容を裏面。持参する印刷物を一覧にした紹介用ファイルの準備などをアドバイスして作成。



## 4. 成果

- 自社のある行政区の商店街の店舗に営業活動で訪問。(対象は決めず)得意先より急な注文が重なり、訪問件数は10件と目標には達しなかった。しかし気づきとして次のような感想を得る。「これまで営業に行くのが怖いというか、やってもいないのに苦手意識があったが、事前にサブコーディネーターから助言されたように、訪問時の挨拶の仕方、名刺の工夫、資料の準備、まずは売り込みでなく、案内をするという姿勢で訪問することにより非常に気が楽になり、10件ではあるが、思っていた以上に楽に訪問できた。」3件とは名刺交換もでき、営業活動そのものの恐怖は解消し、今後に繋がる一歩となった。
- 11月、12月は毎年カレンダーの作成で繁忙期となるため、継続した取り組みとして来年の1月から年間営業強化計画として訪問目標を決め、活動を継続することを約束する。
- また今回の訪問を機会に、訪問先へ自社をPRしたり、信頼を得るうえで、自社の案内カタログ作成やHPの必要性を認識させた。さらにこれまで経営理念もなく進んできたため、この機会に経営理念、ビジョン、年間計画の作成を手順から説明し、作り上げる予定。
- 結果はまだ出ていないものの、来年は楽しみだと明るい表情である。
- 印刷先を探している相談者同士のマッチングも実現した。

