

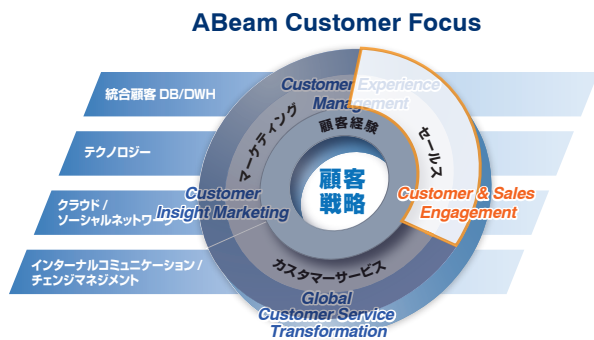
ABeam Customer Focus

Customer & Sales Engagement

法人顧客を戦略的・組織的に攻略

企業のグローバル化、グループ再編などにより、法人営業における「顧客」の捉え方は複雑化しています。また、系列内購買の見直しなど、法人顧客の購買行動も変わりつつあります。営業担当者個人に依存した従来の売り方ではなく、マーケティングやサービス、バックオフィスも統合した、新しいスタイルでの顧客深耕が求められています。

アビームコンサルティングは、Customer & Sales Engagement (CSE) を用いて、法人顧客の徹底的なセグメンテーションから、組織全体での顧客深耕モデル採用による新しい営業アプローチの業務および仕組みの構築を支援いたします。

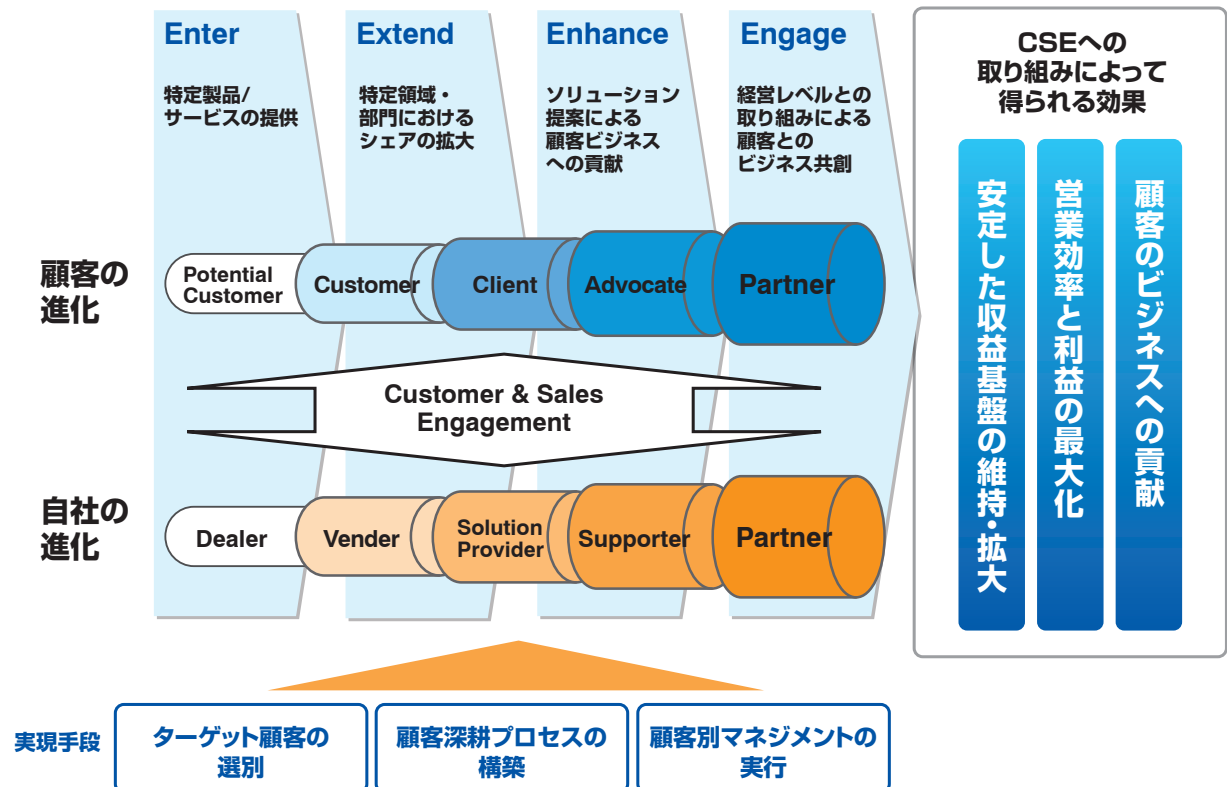


CSE の導入により

- 1) 顧客深耕モデルの適用による、強固で中長期的な顧客関係構築および安定的な収益基盤の維持・拡大
- 2) 顧客別利益管理を徹底し、社内リソースを重要顧客に集中することによる、営業効率向上と利益最大化
- 3) 単なる 1 ベンダーではなく、パートナーとしての顧客のビジネス成長への貢献の実現が可能となります。

顧客深耕モデルのあるべき姿

アビームコンサルティングの考える顧客深耕モデルとは、戦略的重要顧客に対して、段階的にビジネスを拡大しながら関係を深め、お互いのビジネスを成功に導くパートナーとなることです。



顧客深耕モデル実現に向けたアプローチ

法人顧客の徹底的なセグメンテーションから、組織全体での活動モデル採用による新しい営業アプローチの業務および仕組みの構築を行い、継続的にその成果を検証することで、深耕を実現します。

アビームコンサルティングはそれぞれのフェーズにおいて優位性を持ち、企業の営業改革を強力に支援します。

深耕対象とすべきターゲット顧客の選別

Points

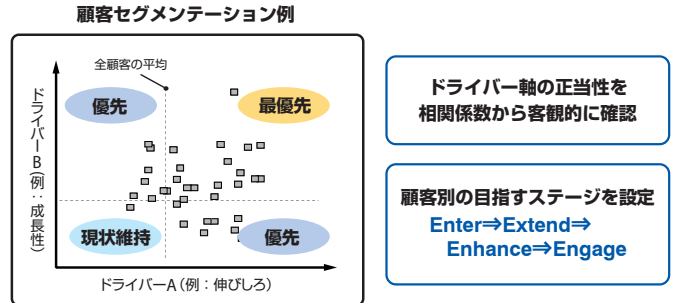
- 重要顧客や戦略的投資が必要な顧客（見込み顧客を含む）の見極め
- 営業担当者と各種リソースの最適配置

Why ABeam?

熟達した営業領域コンサルタントによる企業戦略の深い理解

外部調査や相関係数などを用いた客観的なターゲット顧客の選定

- 顧客の位置付けが客観的に判断できる複数のセグメント指標（ドライバー）を設定
 - * 過去からのしからみや営業感覚ではなく、事実に基づいたターゲットの選定
- ターゲット顧客ごとに、目指す顧客深耕ステージを設定



活動モデルに基づく顧客深耕プロセスの構築

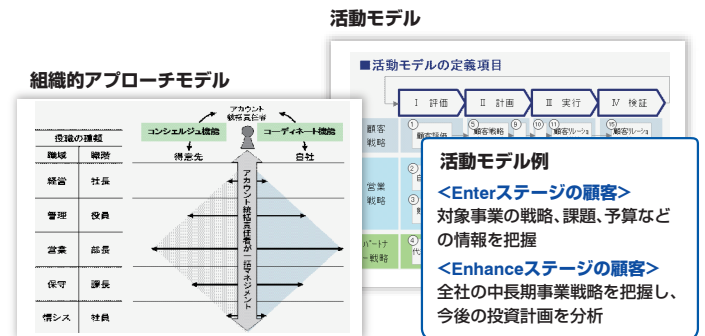
Points

- アカウントマネージャーの設置
- 製品横断的、機能横断的なチーム編成による顧客対応
- アカウントライフサイクルフェーズごとのプロセスの定義と徹底

Why ABeam?

営業改革の実績・ノウハウが凝縮された業務・システムの標準テンプレートを活用

- アカウントマネージャーを中心に、顧客の職階/職域の機能ごとに最適なチーム編成で部門を越えた全社一体での対応に変革
- ベストプラクティスをベースに、組織として実施すべき活動モデルを定義し、継続的に実行・検証



顧客別マネジメントによる収益性と深耕度の検証

Points

- 顧客別の収益性と深耕度を測るKPIの定義
- ダッシュボードによる顧客別利益・深耕度の見える化
- 各種KPI情報のタイムリーな収集とPDCAサイクルの構築

Why ABeam?

基幹業務・システムとの連携をベースとした組織的な顧客管理の実現

- 顧客別に割り当てられていないコスト（サービスコスト、資金コストなど）も実態に即した形で割り当て、顧客別の真の収益性を検証
- 利益以外にも含めたKPIを設定、ダッシュボードなどで見える化し顧客深耕の成果を定期的にモニタリング

