

日鉄住金総研（NSRI）の倉沢鉄也シニアコ

ンサルタントは、名古屋市内で17日開かれた東海コイルセンター工業会の総会行事として「ものづくりのBtoB（企業間取引・Business-to-Business）にこそ、売る工夫を」の演題で1時間半にわたり講演した。新日鉄住金の営業マンへの啓蒙活動や、法人営業におけるマーケティングの基本的考え方、経営戦略の中のマーケティングの重要性などについて語った。

まず「売り方」を工夫

せねばならない世界と日

NSRI・倉沢鉄也氏が講演

「ものづくりのBtoBにこそ、売る工夫を」



本の状況について説明。新日鉄住金の営業現場でもグローバル市場確保のためにミクロな工夫に汗かく活動が確実に増えてきているとし、その上で、今ある製品を売る「マーケティング」の基本的考え方や、「売り方の発想」を広げるための幅広い事例検討の試みの大切さを

どを強調した。

またいくつかの企業の例をあげながら、調達先との協調による顧客へのソリューションの提示や、競合先との対比、差別化ポイントの明確な提示、技・製・販の連携による提案営業の必要性などを語った。さらに売現場がマーケティングと乖離しない戦略とアクションづくりが大事で、現場でできる戦略立案もあるとし、顧客の購買プロセス、意思決定要因が何かを把握して、情報の粒度を使い分ける必要があるなどと話した。

講演する倉沢氏

【名古屋】