

広告・印刷会社様 御中  
BEL 馬入編集研究所 代表 南上 清一郎

東京圏をターゲットとする  
～バーチャル営業のご提案～

顧客 コモディティ化していて特徴がない

- 広告・印刷会社はどこも同じ
- データを持っている会社を変えたくない
- 自社の体制・設備ばかりを言っている

対策 広告・印刷に特化したBELが営業活動を代行

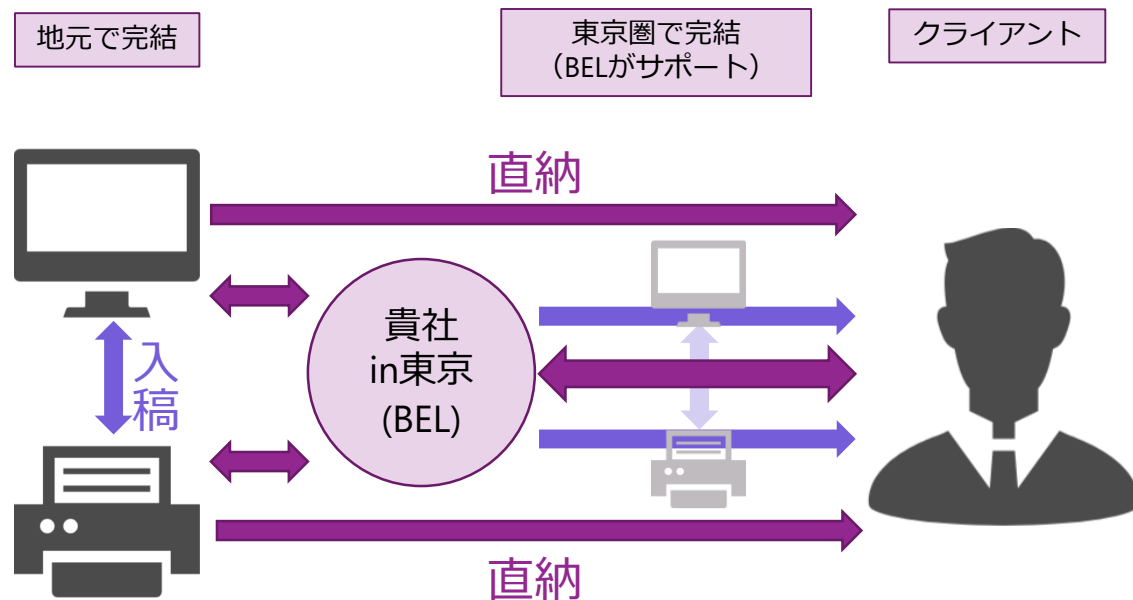


- 地元密着を脱却して案件の多い東京圏に進出
- コンサルティングしたテレアポ、営業が活動を代行
- 駐在員無しで03の電話番号と都区内の住所を取得

改善 市場の広いところを狙うべき

- 市場の広いところを狙うべき
- 非効率な飛び込みを辞めるべき
- 特長のある能力や設備のことしか言わないべき  
(スポーツ分野に強い・活版印刷の設備があるなど)
- 空いている東京の会社を積極的に安く使うべき
- 売上拡大をアピールして地元でも仕事を増やすべき
- デザインと印刷は分けて考えるべき
- すぐ来ることにこだわるクライアントに対応するべき  
(BELがサポート)

- 中身は地方で、外見は東京の広告・印刷会社
- 納期を工夫して自社で入稿や印刷が可能



※直納以外の場合も貴社名で入稿・納品

→ は地元や会社間で対応できない場合