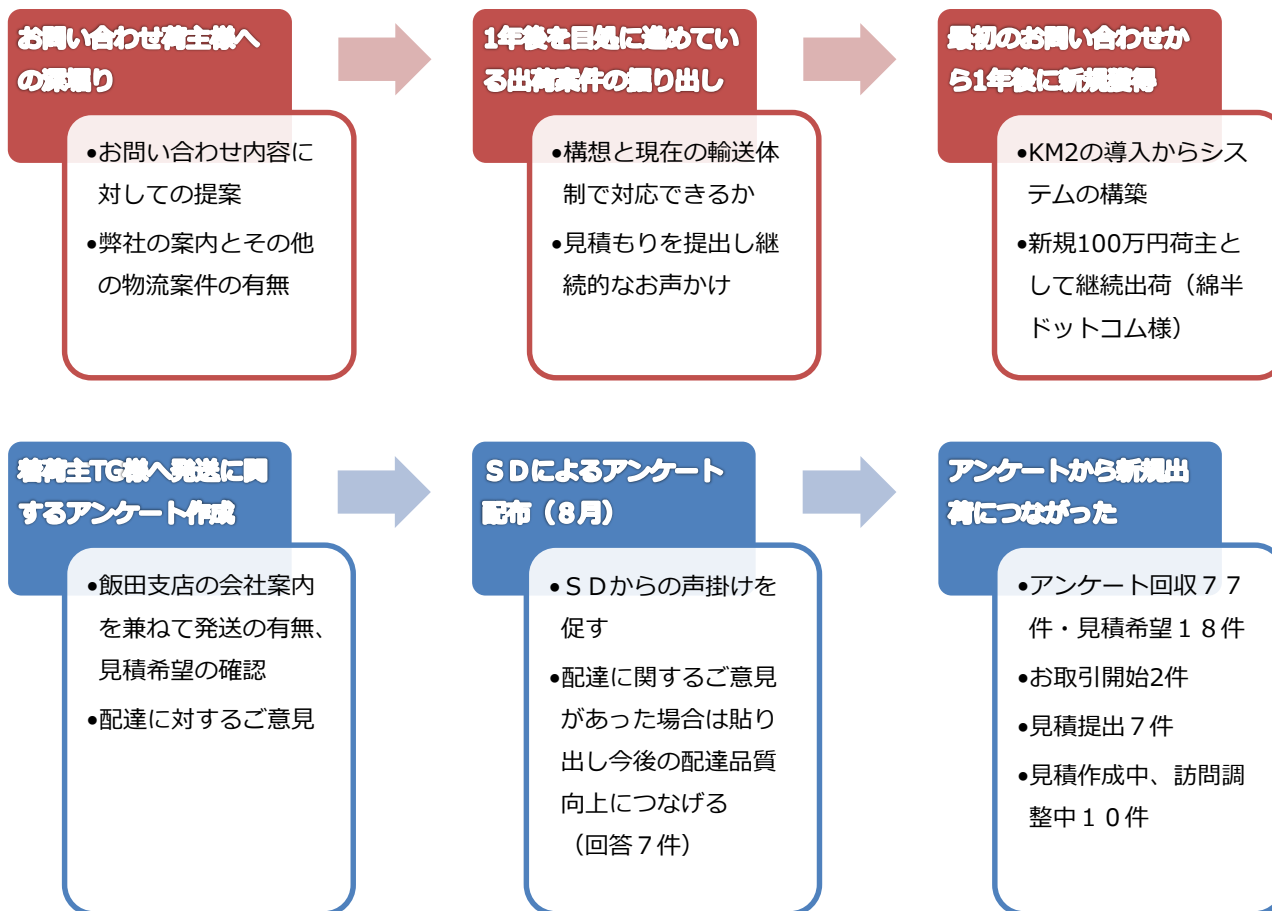


アタッカーとしての取り組み

～情報収集と新規継続獲得～

1.新規荷主獲得

ターゲットを作るために行った行動



奥行きの有無を早く確認しターゲットを絞る。
定期的にアンケートを配布し情報収集につなげる。

2. シェアアップ

TG設定

訪問面談

結果

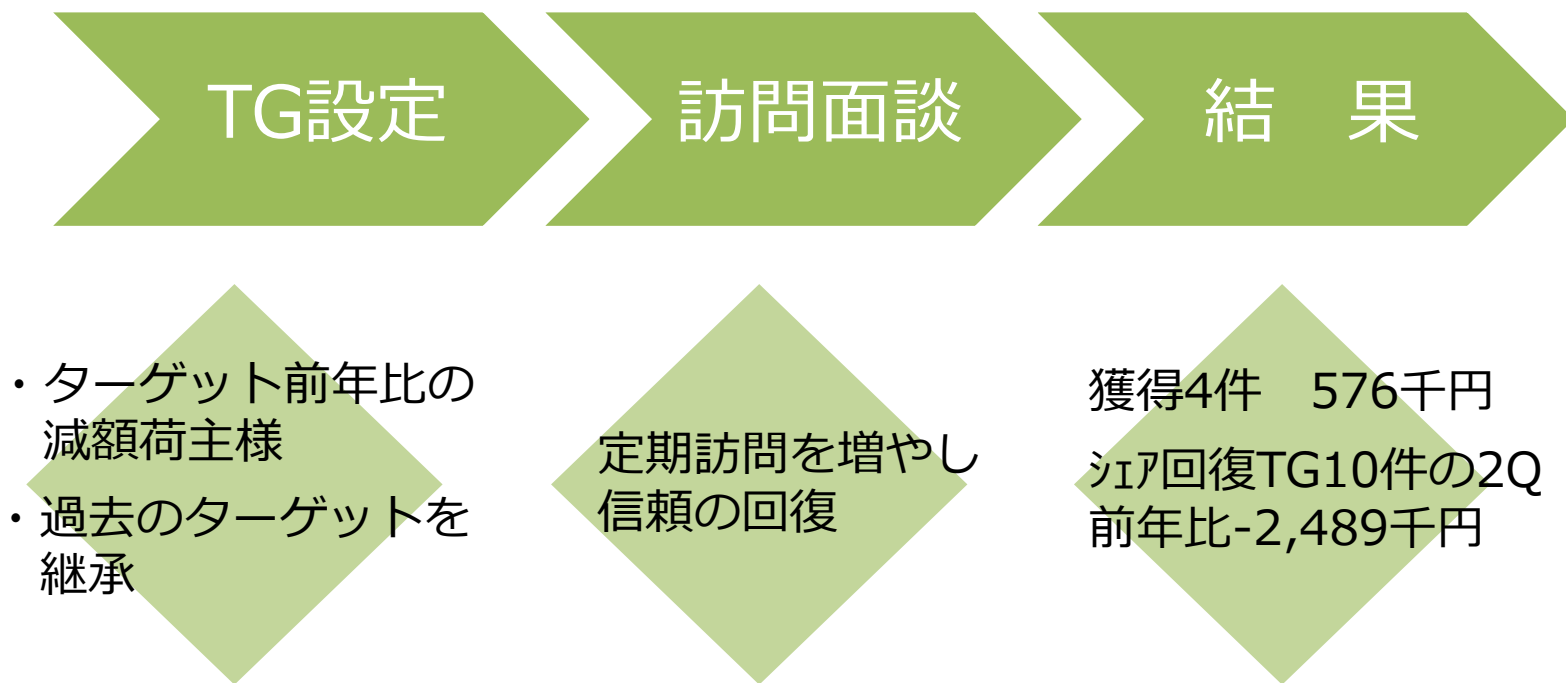
- ・ イベント出荷のある荷主様のリストアップ
- ・ 過去出荷状況からの奥行予想
- ・ 定期訪問によるヒアリング

訪問回数を増やすSDからの情報収集

シェアアップ°TG
前年比1,038千円
前年比250%UPの荷主様あり

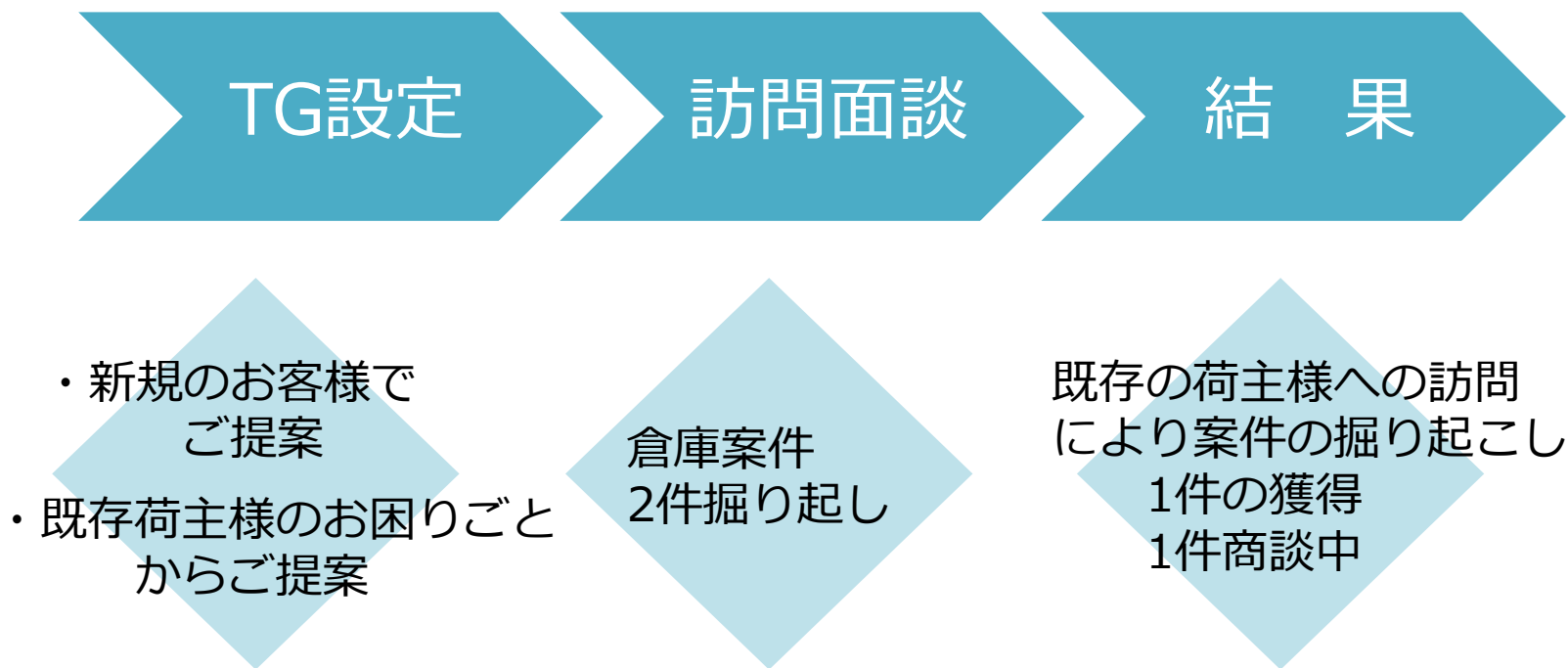
- ・ A社様（450千円）についてはSDからの情報から獲得に至った。
- ・ B社様は、集荷のご要望(午前1回集荷)に対応し獲得。

3.離反荷主の回復



- お客様の景気の動向によると、前年比マイナスがすべて離反によるものではないが、マイナスの内訳が精査できていない。
- 離反荷主をTG以外の荷主訪問で見つけそこをターゲットに営業活動を行う。

4. プラット外（貸切・ロジ）



- お客様のお困りごとをしっかりとヒヤリングし、解決策をご提案する。
- 輸送費の見直しは弊社からの離反にも直結するため情報収集を欠かさない。

5. 今後の取組み

◆ コミット

新規

- 100万円荷主3件のターゲットを上げる
- 新規継続荷主を5件以上獲得につなげる

既存

- 荷主カルテなど活用しシェアアップ・シェア回復荷主を上げる
- 月1回以上の面談

プラット外

- SDとの情報共有で貸切情報をひろう 1,000千円/Q
- 訪問先で声掛けしロジ・国際案件の獲得 新規2件

EDI

- 95%目標に移行を進める 中堅荷主様をターゲットに500枚/月
- 新規・離反回復荷主に対しては確実にKM2を導入

収入目標達成