

	区分	優秀プランナーの行動	ポイント
6	新規ターゲットに要する 平均訪問回数	大手（100万以上）：5回以上 中堅（100～50万）：3～5回 小額（10万以下）：2回	小額荷主は2回以内で勝負をつけることで、渉外時間を確保している
7	訪問前に行う準備	・HPやSDから お客様の情報収集	海外事業所があるか、倉庫や工場があるか、最近のプレスリリースなど、当日、 会話が弾みそうなネタを収集
8	相手に良い印象を与えるために意識していること	・身だしなみ、清潔感 （髪・爪・靴）	先ずは身だしなみ！ その他に ・相手の目を見て話す。相手の話を全て聞いてから自分の話をする ・何を相談しても提案してくれるという“期待感”を持ってもらうよう心がける ・渉外後の御礼メールなど、自分を知ってもらうまでスピード感を持って接する
9	渉外時のトーク構成	前半⇒時事ネタ、お客様の業界 状況など話題の糸口を探る 中盤⇒お客様のお困り事に対して聞きに徹する 終盤⇒次に繋がる約束をとりつける	事前準備により、お客様との会話が和む糸口を探し、その後は、お客様に信用してもらえるよう“ 聞きに徹する ”、“ 提案による解決策を探る ”などお客様との 距離を縮める ことを図ります。最後は「次に繋げる」または結論に入るよう話をリードしていく
10	初回訪問のゴール	見積もり提出など、次回の約束を取りつける	初回訪問では、とにかく次回訪問など 次に繋がられることをゴールとする
11	2回目訪問までのスパンは？	3日～1週間以内	お客様に合わせるのが大前提だが、 スピード間を持って対応 （お客様の信頼を得るため）
12	信頼獲得に努めていること（訪問後）	・運賃は別として極力できる方法をご提案できるよう代替案をご提示している ・回答は結論からはっきりお伝えし、曖昧なことは言わない ・些細なことでもお困り事を聞き、解決案・代替案を一緒に考える（お客様目線） ・渉外後は御礼メールを必ず送る。与えられた課題に対して迅速に返答する	相手の話を聞く ⇒ 解決策をお客様目線で提案（一緒に考えるのもよい） 迅速な対応。 お客様の物流の一部となれる関係構築が信頼獲得に繋がる。
13	プランナー初期の頃に行ったこと	・とにかくお客様への訪問を重ね、場数をこなしてきた。 ・時には既存小額荷主で練習のつもりで訪問し商品話を話すことで経験値を増やした	これは全員に共通していることですが、「最初は最低限の商品を覚えて、とにかくお客様の所へ訪問した」という回答でした。中には「毎日8件訪問と自分自身にノルマをかしていた」という方も見え、獲得できているプランナーの傾向として、 訪問＝場数をふむことを重視した。営業は如何に経験値を上げるか！ がポイントである