

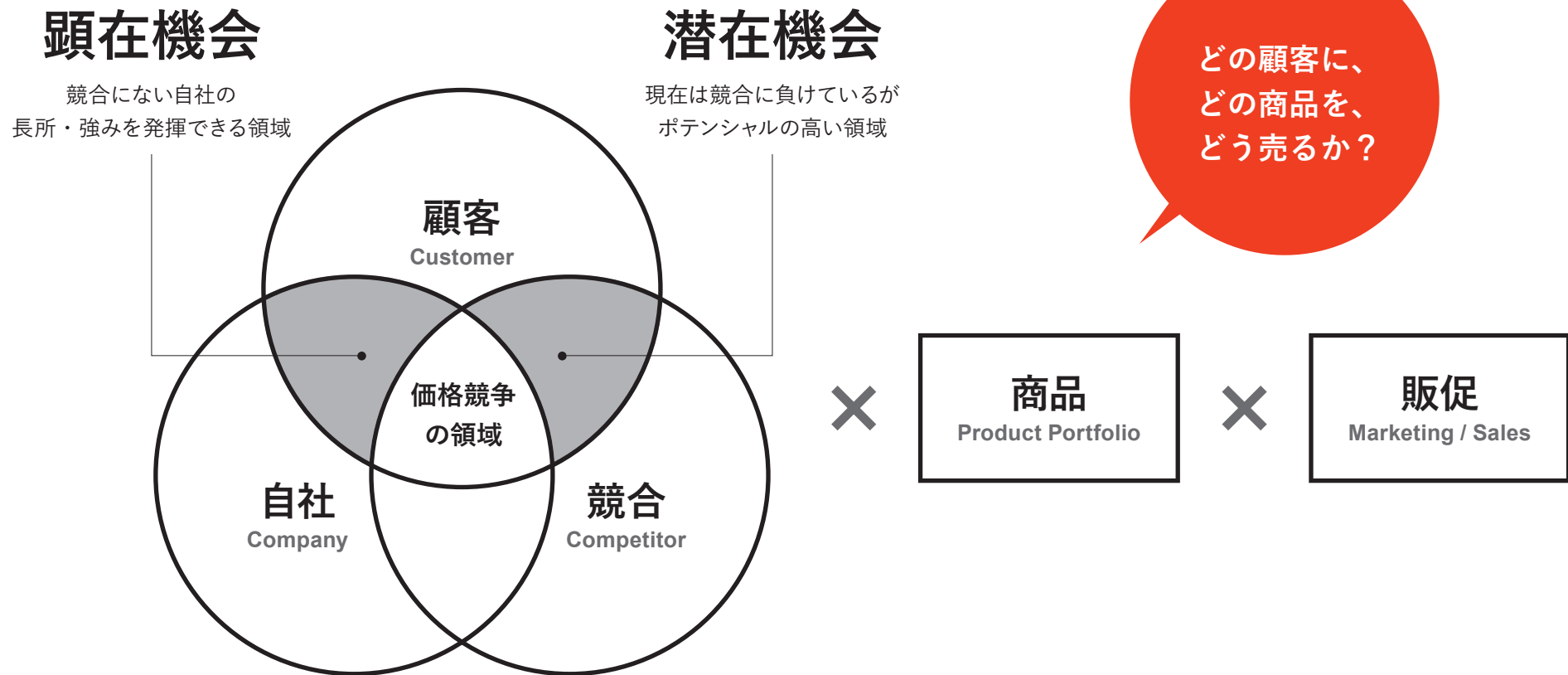
CONSULTING

B2B企業の販促コンサルティング

アドバンド株式会社

B2B企業の販促コンサルティング

カタログづくりやウェブマーケティングといった具体的な施策（＝戦術）の前に、
現状の問題点を正しく把握して、営業活動の全体最適（＝戦略）を支援します。



全体のイメージ

支援業務を、前半の「戦略」づくり（販促コンサルティング）と後半の「戦術」づくりに分けて、売上アップや顧客増など、成果への確度の高い「販促の設計図」づくりを支援します。

戦略 [販促コンサルティング]

戦術

フェーズ①

現状を把握

現状の営業活動を、「商品」「顧客」「販促」および「自社」「競合」の5つの観点から、正しく整理する。

フェーズ②

方針の決定

上流のマーケティング、下流のセールスの2つに分け、営業戦略の全体像を設計する。

- 1.商品の絞り込みとウェイト付け
- 2.商品ごとの顧客のペルソナを設定
- 3.営業活動における「販促の設計図」を策定

フェーズ③

優先順位づけ

必要なパーツ（制作物）の優先順位、予算配分、スケジュールを決定。アドバンドの制作チームと連携し、具体的にパーツを制作する。

フェーズ④

分析と改善

商品カタログなど各種パーツにおいて、顧客からの反応をフィードバックしてもらう。パーツを改善・アップデートしながら、さらに反応率を高め、必要なコンテンツがあれば新たに制作する。

方法

事前に当社が用意する「分析シート」に記入し、ご提出いただきます。
このシートを元に、6日間（各2～3時間）のセッションを行い、
貴社のキーパーソンからの情報提供、参加者同士の意見交換の場とします。
最終的には、貴社独自の「販促の設計図」が完成します。

6日間のスケジュール

日程	テーマ	主な内容
1日目	オリエンテーション	B2Bマーケティングの要点解説 / (1)「自社」分析
2日目	「分析シート」を元にした キーパーソンをふくむ セッションの開催	(2)「商品」分析
3日目		(3)「競合」分析
4日目		(4)「顧客」分析
5日目		(5)「販促」分析
6日目	営業戦略の完成	(まとめ)「販促の設計図」を活用した今後の展開

1日のセッションごとに、
当日、導き出された課題や方針をまとめて共有
する。

例)

「商品」分析の日であれば、

- 今後、注力すべき商品のウェイト付け
- 今後、販促に投資すべき商品とその理由
など、大まかなテーマを決定する。

価格

¥1,200,000 (税抜)

以上、ご検討ください。