

障害者施設商品の計数管理セミナー⑥営業・販路拡大

日時：2015年11月11日

場所：梅田スカイビル タワーウエスト2 2階 会議室

【概要】

職員に営業活動の推進を

一般市場・量販店への営業活動を推進

これからは福祉関係の販売だけでは作業所は存続できない

・和歌山県主催の商談会に参加する

行政機関には各地域の商品の販売促進をする部署があるので、そこへはたらきかける

結果が出る営業は商品力+営業力

売価決定の考え方…一般市場では「類似品との比較」が重要

商談で重要な事項

商品のこだわり・発売されてからの年数・商品の由来等しっかり把握

売価・納品価格 値入率 生産力 賞味期間 発注単位・最低発注数量

発注から納品までのリードタイム PL 保険の有無

バイヤーの質問に即答できるか 商品知識があるか 基本的な計数管理ができるか

注意事項

商談先の確認 事前のアポ取り 名刺・商品サンプル・商品提案書・自作業所の概要

相手をよく調べておく 遅刻厳禁 身だしなみ注意

商品提案書の作成

模擬商談会

【参加者の声】

- ・原価コストを下げている努力 = 一般に流通が難しい商品の活用
包装に関してはコストがかかってもシール等の工夫が大切（見た目）
- ・一つの商品の企画等はとても大変なことでアイデアのいることだと感じた
- ・福祉の支援も商品売り込む力も 10 : 10。 5 : 5 ではだめ
- ・柏木先生と商談させていただいたこと。たくさんアドバイスいただいたので今後の参考にしたいと思います。
- ・売り込みの際、商品の過程・ストーリーが大事。パネルなどにして製造過程を見せることの意味がわかりました。
- ・実際にロールプレイできたのでイメージがしやすかったです。バイヤーが何を知りたいのか、その視点も少し理解できました。何を武器（こだわり）にするのか、いかに商品知識を熟知するか、施設に帰って営業担当と深めていきたいです。
- ・商談自体は楽しく、実際の形式でわかりやすかったが、時間設定をしてもよかったのでは。（1 事業所 10 分など）
- ・売り込む相手に対して調べるのはわかりましたが、そのための作戦の練り方など、もう少し聞ければよかったです。
- ・営業や商品に関する知識がほとんどない状態での参加でした。PRの方法などを学べたら・・・という気持ちで参加させていただいたので、他の方々の商談を聞いて場違いでは・・・と思いましたが、話をさせていただいてとても勉強になりました。ありがとうございました。初めての参加でしたので、値入高など聞いたことはあっても意味がわからないものがありました。
- ・企業の下請け（内職）にも生かせるものがないかと、いろいろためになりました。商品提案書を参考にににかしらのものを作ってみたいと思います。
- ・商談をしていくうえで商品に対するアピール点をしっかり伝えられるようもっともっと詳しい内容を把握しておく必要を痛感した