

・本ケースはケースワークによる学習を目的としたものであり、学習効果を高めるために事実とは異なる点があります。
・本ケースは上記目的以外の使用は一切できません。
・本資料はいかなる媒体へのコピーもこれを禁止します。
・他資料へ引用・転載は一切できません。

ケーススタディ：データ活用

お客様に必要とされるセールスになりたい

佐藤一郎は(株)ミドリ食品という食品メーカーのS支店に勤める営業部員である。

4年目に入った今年から、MCスーパーの担当を任されることになった。

ミドリ食品では若手セールスパーソンに通りの商品知識を身につけさせると、まずBランク*の顧客の掘り起こしをやらせるのが常であった。

MCスーパーはS県を中心に40店舗を展開する地域密着型のスーパーだが、ミドリ食品が今注目している健康飲料の分野ではライバルメーカーのネイチャーフーズに押され気味の所だった。

佐藤「よし、がんばるぞ。ただ単に商品を売るだけでなく、お客様に必要とされるセールスになろう」

売れ行きは価格と商品力

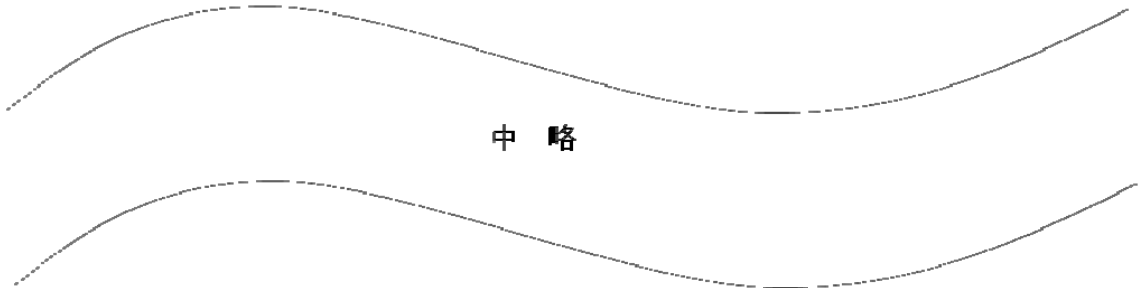
佐藤は事前調査のため、MCスーパー中央店を買物客として訪問した。店内は地元の主婦でにぎわっていた。健康食品売場は、折からの健康ブームで主力の売場の一つに育ちつつあったが、残念ながらネイチャーフーズが大きなスペースを占め、ミドリ食品の商品は探すのも大変であった。

翌日、佐藤は中村支店長、前任者山田とともに、MCスーパー中央店の店長工藤を表敬訪問した。店長は先月まで別の店の生鮮部門のバイヤー*だったという。

中村支店長は店長に佐藤を紹介し、ミドリ食品が今力を入れている「スーパーグリーン」というコレステロール値を下げる効果のある健康飲料の売上増に協力をお願いした。

「スーパーグリーン？ ああ聞いたことあるけど、うちにおいてあったかなあ。まだ来たばかりでよく把握していないんだ。加工食品のバイヤーやっている木村に聞いてみるよ。おい、木村を呼んでくれ」

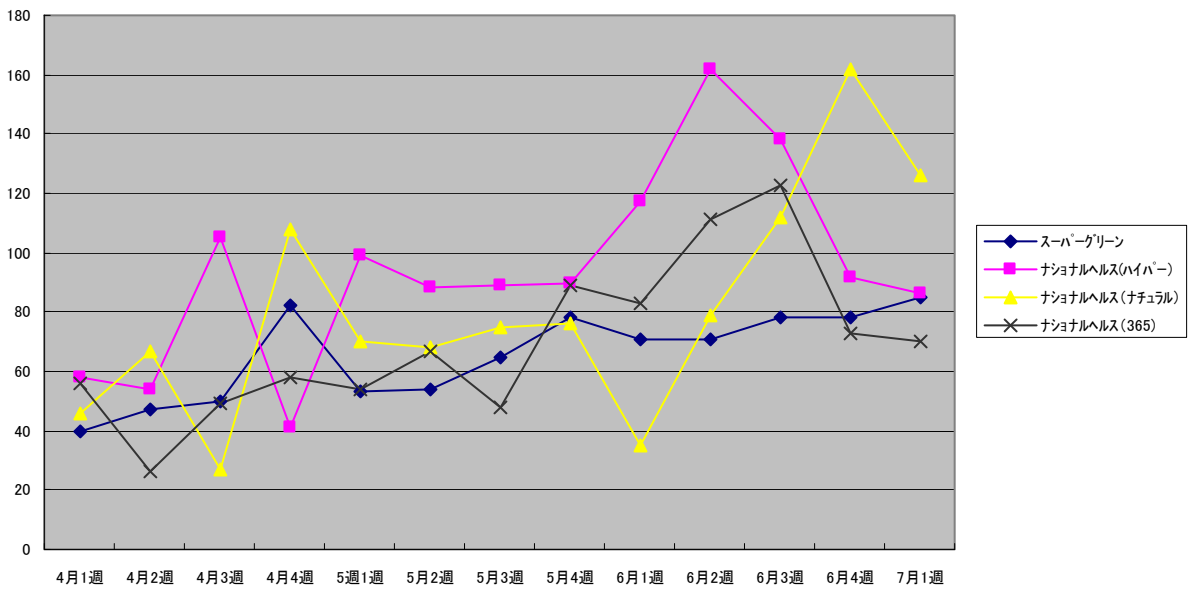
・本ケースはケースワークによる学習を目的としたものであり、学習効果を高めるために事実とは異なる点があります。
 ・本ケースは上記目的以外の使用は一切できません。
 ・本資料はいかなる媒体へのコピーもこれを禁止します。
 ・他資料へ引用・転載は一切できません。



中略

第13週

	6/30(月)	7/1(火)	7/2(水)	7/3(木)	7/4(金)	7/5(土)	7/6(日)	週合計	週平均
スーパーグリーン									
個数	9	8	10	14	16	14	14	85	12.1
売上額	2250	2000	2500	3500	4000	3500	3500	21250	3035.7
ナショナルヘルス(ハイパー)									
個数	20	3	19	12	4	25	3	86	12.3
売上額	6000	900	5700	3600	1200	7500	900	25800	3685.7
ナショナルヘルス(ナチュラル)									
個数	20	18	16	4	32	6	30	126	18.0
売上額	6000	5400	4800	1200	9600	1800	9000	37800	5400.0
ナショナルヘルス(365)									
個数	17	2	14	6	22	4	5	70	10.0
売上額	2550	300	2100	900	3300	600	750	10500	1500.0



課題

課題 1. 佐藤氏の立場でMCスーパーへプレゼンをしなさい。