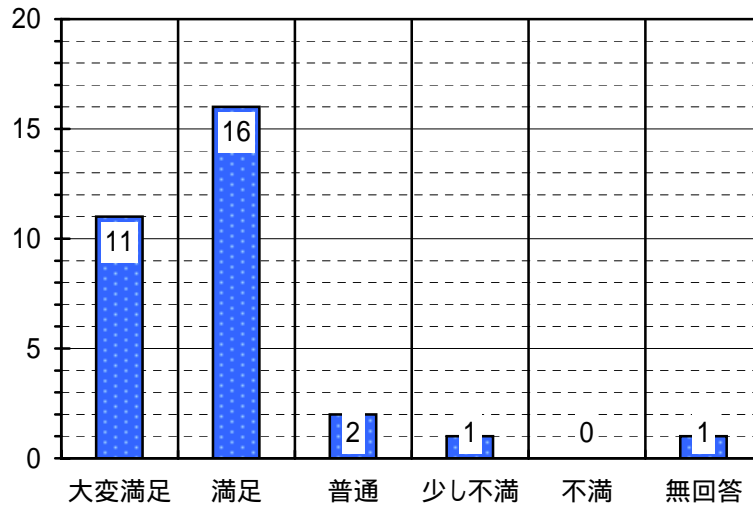
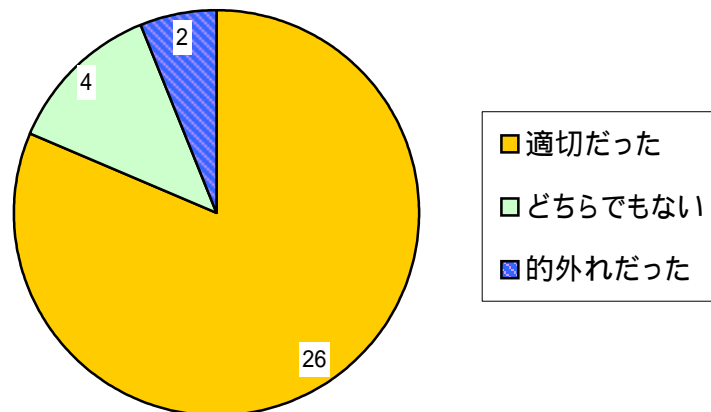


2月19日 株式会社 原色美術印刷社様セミナーアンケート

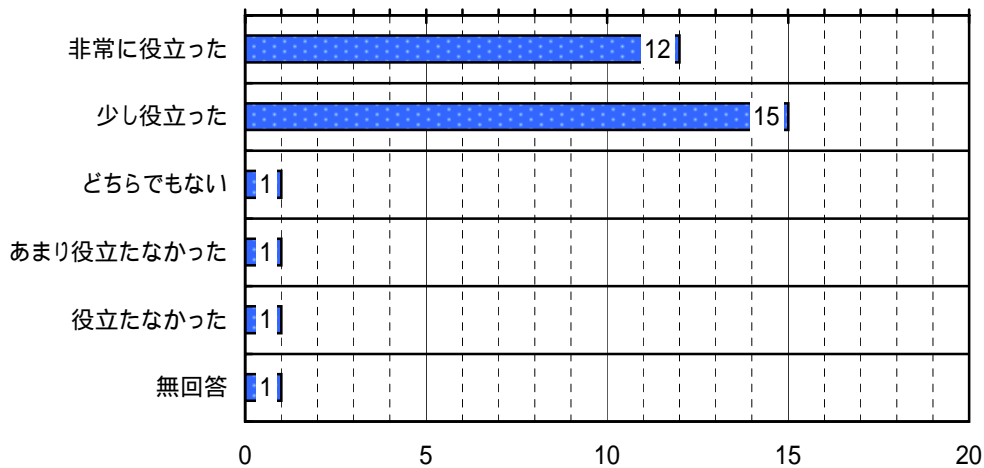
(1) 今回のセミナーの内容は如何でしたか？



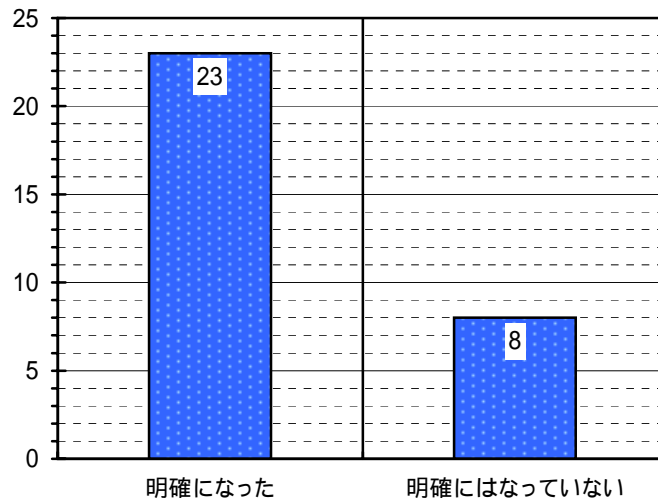
(2) 今回とりあげた項目は適切でしたか？ (複数回答アリ)



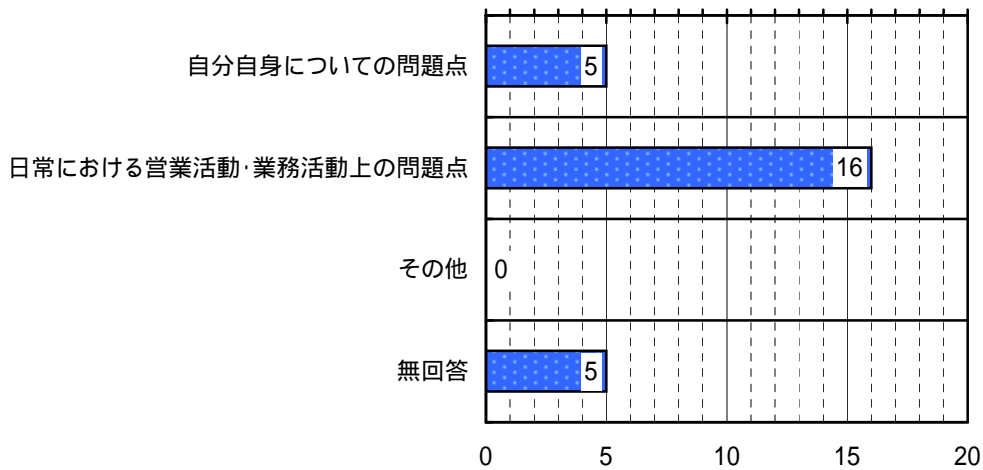
(3) 現状の問題解決にお役に立ちましたか？



(4) 今回のセミナーで、あなたの問題点は明確になりましたか？



(5) 明確になった内容をお教え下さい。(複数回答アリ)

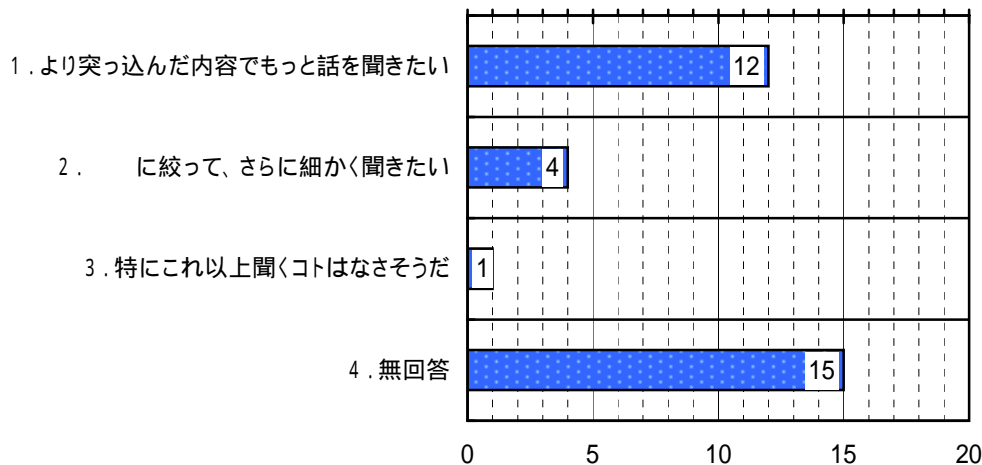


- ・ 提案営業の大切なこと。DM以外で活用させていただきます。
- ・ DMの改善
- ・ チラシのノウハウ。
- ・ お客様対応時のお客様の见えない要望にどう応えられるか。
- ・ チェーン報のコンテンツ, アンケート回収率アップ。
- ・ 塾業界の現場における「売りの仕組み」の欠落。マニュアル化の遅れ。
- ・ チラシの作り方を改めて確認できました。間違っていなかったと思います。
- ・ 年をとれば何事も大儀になります。 時々のカンフル剤。
- ・ 営業ツールの磨き上げ, 顧客先への指導。
- ・ 業種上DMは難しいが、顧客先, 銀行, 保険会社藤へのツールを増やしていきたい。
- ・ 一度の営業チャンスをより活かす, 効率化の重要性 改善。
- ・ DMの作り方はこれまでデザイン性を重視していた。認知力という観点が無かった。
- ・ もやもやとしていたことを形にもらった感じです。
- ・ DMデザイン(往復はがきタイプ)
- ・ お客様に対する当社の認知度をアップさせる意識変革ができました。
- ・ 自分の考えの再確認ができた。安くレスポンスの上がるツールの必要性。(会社はきれいなデザインで、お金をかけたものを望んでいるが...)
- ・ 課題が明確になった 1)システム化 2)対話力効果 3)積極的販売
- ・ 営業方法の指導の仕方について。

(6)「 やってみたい! 」と思われたことがあればお教え下さい

- ・二つ折りの名刺は面白いと思った。
- ・認知度を意識して、営業に取り組みようと思います。
- ・営業マンへの販促ツールの作り方。
- ・認知 判断 対応の区分け。
- ・少量からスタートする企画開拓用DM。
- ・DM送付。
- ・アンケートを返して頂いた方へのお礼状。
- ・今日聞かせて頂いた内容は各部の担当者へ伝えたい。
- ・塾生(保護者)に定期送付している広報誌の改善。
- ・自社内でテーマを考えてみたいと思います。有難うございました。
- ・二つ折り名刺・チラシ作り。
- ・営業活動のマニュアル・システム化と考える。
- ・紹介促進。
- ・仕組みをどう組織に浸透させていくか。今日の内容は私が思っている方向と一緒にだったので、どう形にするか。
- ・広告(折込チラシ)のレイアウトを変えてみようと思いました。
- ・インテリア展示会のパンフレット作り。
- ・現在のお客様に対しての紹介DMを作成しようと思いました。
- ・相手の気持ちになって、コミュニケーションのとりやすい質問の重要性を改めて感じさせられた。
- ・普段の生活の中で、空洞ゾーンを見つけたい。自分がコンサルタントになった気持ちで、他社のサービスを見て、良いところは真似して、ダメなところを反面教師にしていく。
- ・DMの認知, 判断, 対応に取り組む。
- ・DMとチラシ。

(7) 次回のセミナーの内容についてご要望はありますか? (複数回答アリ)



【その他、具体的なご要望】

- ・新規客のつかみ方
- ・販促ツールの具体的な事例をもっと知りたい。
- ・具体的なツールをもっと紹介して欲しい。
- ・売込み, 困り込みと言うと消費者サイドとしては抵抗を感じており、必要な時に役立つ体制を作れたらと思いました。
- ・停滞した組織, 人材の活性化のためにできること、今からやらなければいけないことの方針について。
- ・「口コミ」中心型サービス業についての戦略
- ・営業活動の有効なシステム化。
- ・新規開拓について
- ・人を上手に動かす技術。
- ・新規開拓の意識向上について。
- ・売りの仕組みの中で、定量化というのがありましたが、この効果を数値化するという点で、数値化しにくい販促活動はどうすればよいのか?
- ・著書を購入したい。