

## セールスレップとは

### 1. セールスレップとは販売代理人の意味で有り、独立個人の営業マンである。

セールスレップシステムは、**メーカー・販売先・セールスレップの三者が三方得**になる仕組みである。

セールスレップは、メーカーと販売先を結ぶ橋渡し役として「販売のコーディネータ」の役割を担うと人材として注目され、近年その数が急速に拡大している。特に、中小企業やベンチャー企業など、販売員を社員として雇用、教育することが難しい中小企業では、「独立事業者のセールスレップ」は、販売機会拡大の販売推進役として期待されている。

#### 買い手にとってもメリットがある。

- ・ 価格を安く仕入れることができる
- ・ メーカーの情報が手に入り、メーカーへも提案ができる
- ・ セールスレップも複数メーカーの販売代行で収入が増える

セールスレップには、「**提案力**」が特に重要である。

- ・ 顧客との接触から得られた知見や営業展開手法などを商品メーカーに伝え、売り方の提案、商品の改良や製品開発に向けての提言をメーカーに行うことはセールスレップにとっては重要な仕事のひとつである。

仲介者としてのセールスレップにも利益がある

- ・ 複数メーカー（競合しない商品）の販売代行することで収入が増える。
- ・ 企業に属さないため、部下の指導の必要がなく精神衛生が向上する。
- ・ 転勤、単身赴任がないため、家庭生活が安定する。
- ・ 担当する販売テリトリーが保障されているため、営業活動に専念できる。
- ・ メーカーとの契約期間は、業績次第で契約更新されるため不安定ではない。
- ・ 商品の仕入れや保管の責任を負っていないため、開業・運転資金が少なくてすむ。

#### セールスレップの職務内容

商品の売り込み、注文獲得、メーカーへの注文伝達が基本的役割となる。

- |                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| 1) 複数メーカーと契約          | 5) マーケティング、情報の収集・報告 |
| 2) 商談の代行              | 6) 商品上の問題解決         |
| 3) 取引先支援活動            | 7) 出荷・配送活動の調整       |
| 4) 新製品のマーケティングと販売促進活動 |                     |

#### セールスレップ・ネットの構築

得意分野を持ったシニアが共同でネットを構築することで優位性を作り上げることができる。いろいろな組織の検討が出来るであろう。

## 2. セールスレップとは(概要)

(経済産業省セールスレップ検討委員会・全国中央会全国統一基準書より)

セールスレップの姿勢は「**販売のプロ**」であると同時に「**マーケティングのコーディネータ**」である。セールスレップのビジネスモデルには大きく何種類かある。メーカーの総代理店的な存在となる形態、個別の商材についてフィーを得るという一般的なレップの形態、そしてコンサルタント的な形態等である。

さらに現在では、商品開発型、企画開発型、市場調査型、プロモーション型、展示代行などを得意とするセールスレップも登場している。

わが国のセールスレップでは企業間取引に習熟した人材を育成することで、営業のみならず、商品開発、営業戦略、販売促進企画などの人材が育成され発展してきた。これからもセールスレップを目指す人にとっては、単にセールスレップといってもその形態や方法は同じではないということが言える。

セールスレップシステムは、**メーカー・販売先・セールスレップの三者が三方得**になる仕組みである。三方得になるためには、互いの利益を削り合うのではなく、付加価値をつけていかにプラスの売上を上げられるかという仕組みが重要である。

低コストで幅広く活用できるセールスレップというと、営業マンを持たない中小企業が活用を中心と思われがちだが、大企業でもセールスレップの活用価値が高まっている。

セールスレップは、メーカーの一連の製品群を効率よく顧客に適合した組み合わせに仕立てあげてプレゼンテーションする一方、**メーカーに顧客の要求に合わせた製品開発を促し、無駄な機能を削ぎ落としてコストダウンのアドバイス**をするという重要な役割もある。

セールスレップは、モノづくりメーカー企業の立場で製品企画開発、マーケティング、製品調査、販売計画などを重点に置き、販売先である専門分野も同時にマスターすることが求められる。

専門分野は、商業(商社、小売、卸)、工業、環境、IT、サービスなど多岐にわたり、セールスレップはそれぞれの専門分野において企業プロジェクトの成否を握る重要な役割を果たしている。

### 3.関連リンク

事業NO	16
事業名	セールスステップ・ネットの構築
リンク名	リンクアドレス
セールスステップ協同組合	<a href="http://www.e-rep.jp/rep.htm">http://www.e-rep.jp/rep.htm</a>
日本セールスステップ協会	<a href="http://www.jrep.jp/shiken/index.html">http://www.jrep.jp/shiken/index.html</a>
むらまちネット(むらまちおこしセールスステップ)	<a href="http://www.channel-e.tv/muramati/">http://www.channel-e.tv/muramati/</a>
営業セールスステップ	<a href="http://www.1rieki.com/keihi/sales/02.html">http://www.1rieki.com/keihi/sales/02.html</a>

中高年・団塊世代...へ戻る

脳卒中障害者...へ戻る