

**【記入例】**

記入日 平成 年 月 日

**STEP 1**

会社名 ○△□株式会社

担当者名 赤城様、榛名様

**STEP 2**

主な販売地域と販売チャネル、販売先での使用用途 新規 /  既存

関東地区での販売が主。（本社は東京。神奈川支店、宇都宮市店、大宮支店あり）  
現在は食品や衛生材料の販売会社だが、mil-kinを用いての「食品衛生コンサルタント」分野の新規開拓を狙っている。

もしくは、食品衛生材料（洗剤など）との抱き合わせでmil-kinを販売したい。  
☆現在の業種、mil-kinを用いての新規分野の開拓の可能性があればご記入ください。

**STEP 3**

販売体制について（販売人数など）

現在、社全体で営業マンは50人程度。  
その内のほとんどにmil-kinを持たせて実演販売をさせる。  
東京本社（20人）、神奈川支店（10人）、宇都宮支店（10人）、大宮支店（10人）  
☆どの程度の販売体制を構築できるのかご記入ください。

**STEP 4**

年間販売台数見込みとその根拠

現在の顧客数は300社。その内、150社はmil-kinの導入が見込まれる。  
初年度は150台。次年度以降は年間100台の販売を見込む。  
☆どの程度の販売台数が可能なのか、具体的な数字をお書き下さい。

**STEP 5**

競合他社の把握と対策について

現在の取引先が中小企業がほとんど。（大きくても100人規模の企業）  
●▲×商事などの大手が相手にしないような中小企業が主な取引先。  
地域密着型の営業なので、●▲×商事のような大手よりも細やかなサービスができるので活路は十分にある。  
☆自社の立ち位置をご説明ください。

※STEP1～STEP5までをご記入ください。

担当者による判定結果とその理由

部長	担当者
日付	日付
印	印

決裁者による判定結果とその理由

社長	部長
日付	日付
印	印

**STEP 6**

記入日 平成 年 月 日

**STEP  
1**

社名

担当者名

主な販売地域と販売チャネル、販売先での使用用途

新規 / 既存

**STEP  
2**

販売体制について（販売人数など）

**STEP  
3**

年間販売台数見込みとその根拠

**STEP  
4**

競合他社の把握と対策について

**STEP  
5**

※STEP1～STEP5までをご記入ください。

担当者による判定結果とその理由

部長 日付	担当者 日付
印	印

最終判定結果とその理由

社長 日付	部長 日付
印	印

**STEP  
6**