

ヒット商品

実務改善ツール販売 【物流営業提案書フォーマット】



物流工房
Logistics Factory

物流企業の営業力は提案書でまだまだ伸びる！

トップクラスの物流企業とその他企業の間にある差は何でしょう？

それは提案内容の「表現力」です。

NLFでは提案内容を最も解りやすく表現するツール「物流営業提案書」で表現力を高める研究を日夜続けています。

その「物流営業提案書」の基本フォーマットと付属解説をセットでご提供しております。

こんな企業様におすすめ！

1. 提案営業によって競合他社と差をつけたいとお考えの企業様
2. 提案書をどのように作成したらよいかお悩みの企業様
3. 荷主企業から改善提案を求められている企業様
4. 改善提案をすることによって既存荷主企業の困り込み戦略をお考えの企業様
5. 見積り営業から提案営業に変更していきたいとお考えの企業

ここがポイント！

1. 内容を解りやすく表現する「提案のポイント」によって提案書の表現力アップが可能です
2. 本商品は提案書フォーマットですので、御社のオリジナリティを盛り込むなど自由なスタマイズが可能です
3. 現在、戦力不足とお考えの営業部隊の教育ツールとしても最適です。

現状認識

弊社では、(ご提案先企業)様の抱える物流の現状と課題を次のように認識しております。

- (1) 現在、
様は、本社工場の物流に関して、見直しを行うことを考えている。
- (2) 現在は10社以上の物流会社と常用で契約を行っている。物流会社との契約は、いくつかのパターンがあり、統一はされ
- (3) 配送先でのオペレ
物流会社だけのモ
- (4) 運送費の値引き要
どういった点を改
- (5) 物流会社を集約す
せるということは



<提案ポイント2>
 現状認識は、現地見学や
 事などで出ている同業他
 その際は 現在感じてい
 題、 今までの自社対応

ソウハウが
 行うには、
 を1社に任
 スや新聞記
 す。
 していない課
 す。

物流改善における現場チェックポイント

今回ご提案内容の実現にあたり、次のような視点で現場確認と改善点の明確化を図ります。



コストダウンの考え方

指 標

$$\frac{\text{トータル物流費 (支払物流費 + 社内物流費)}}{\text{売上}} = \frac{\text{○}}{\text{(チェックすべき項目)}} \%$$

売上を上げる

- 1) 単純に売上が上がれば物流費も減る。
- 2) 売上を上げるための物流サービスは、ある程度のコストアップが必要。
- 3) 物流費が下がらなくても、現状のコストアップにつながれば良い。

トータル物流費の割合を下げよう

費
ある。

SAMPLE

売上に対する

ト

・ 物流コストの捉え方

