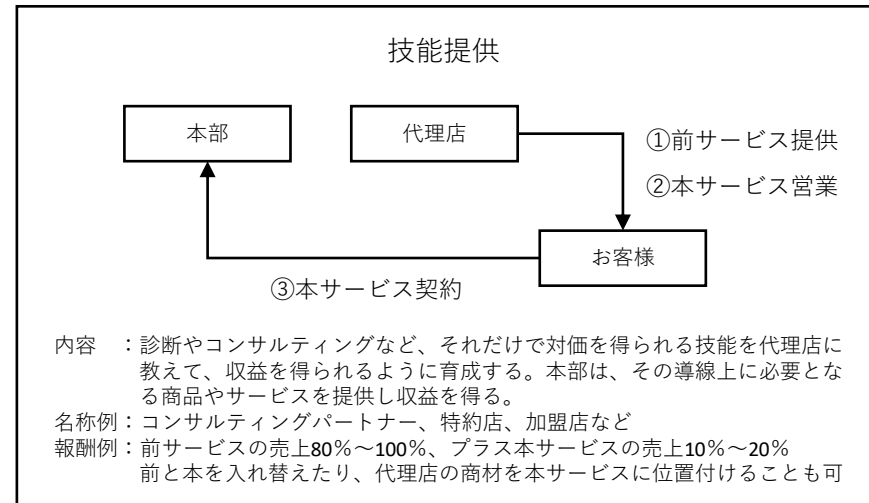
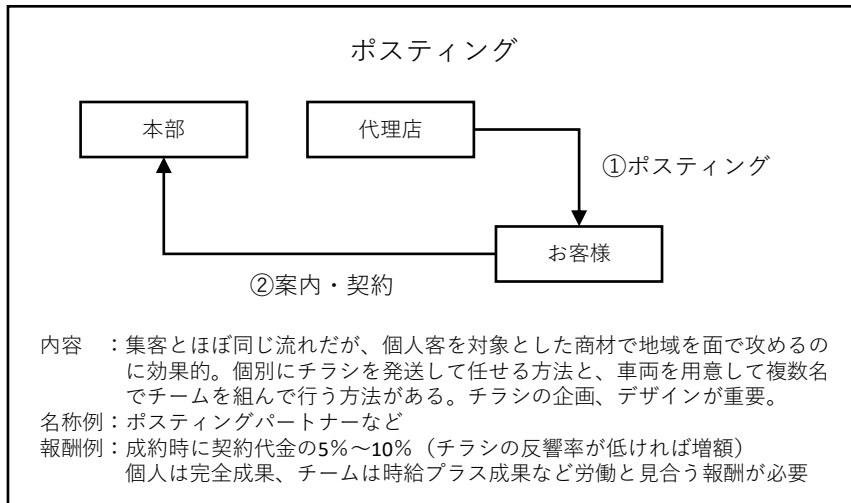
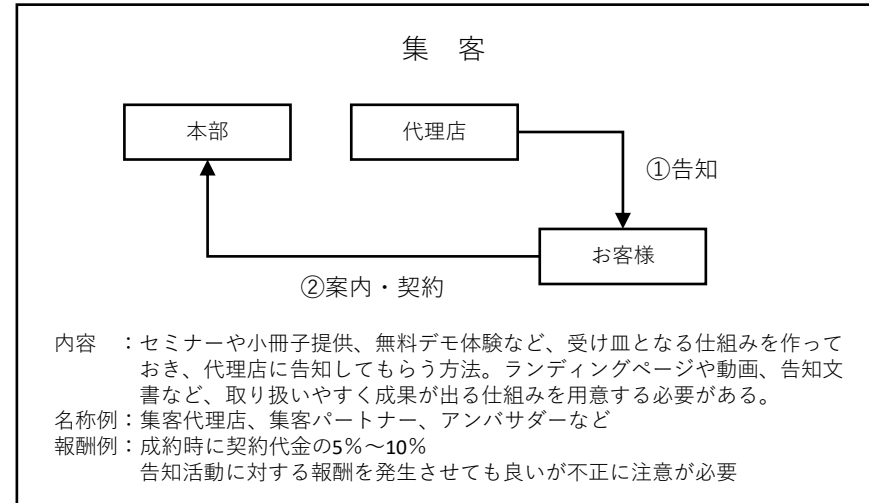
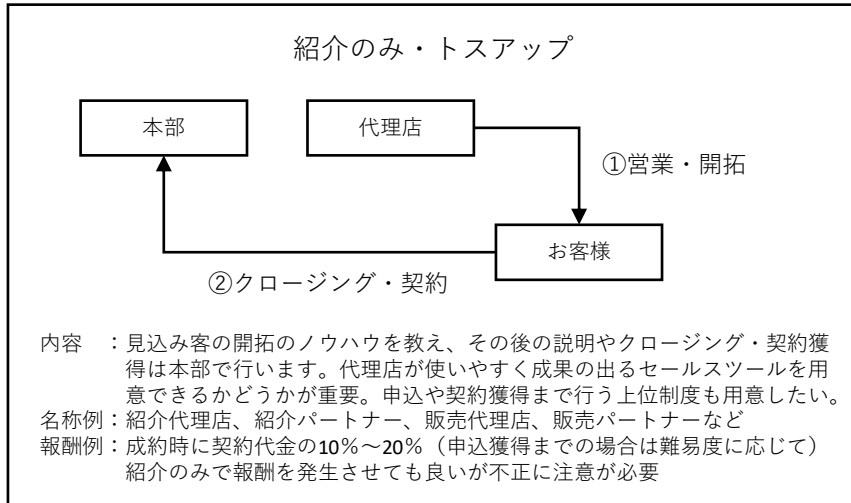


代理店展開のバリエーション

<マーケ型>

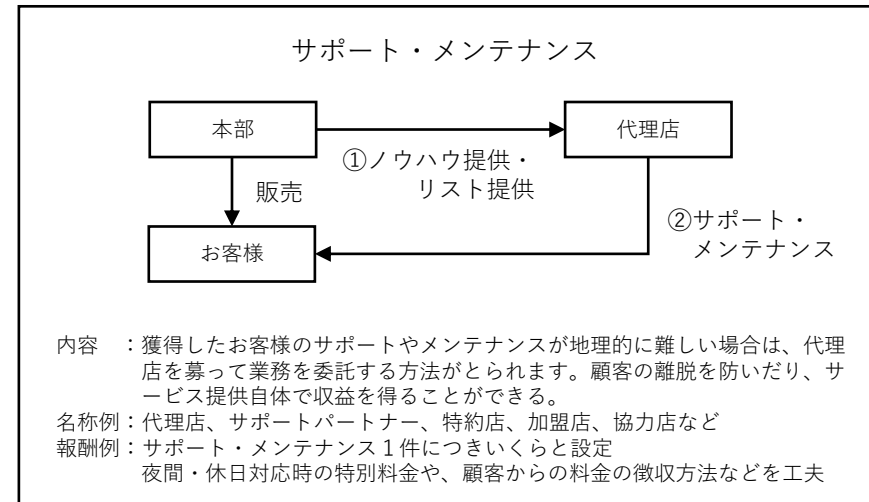
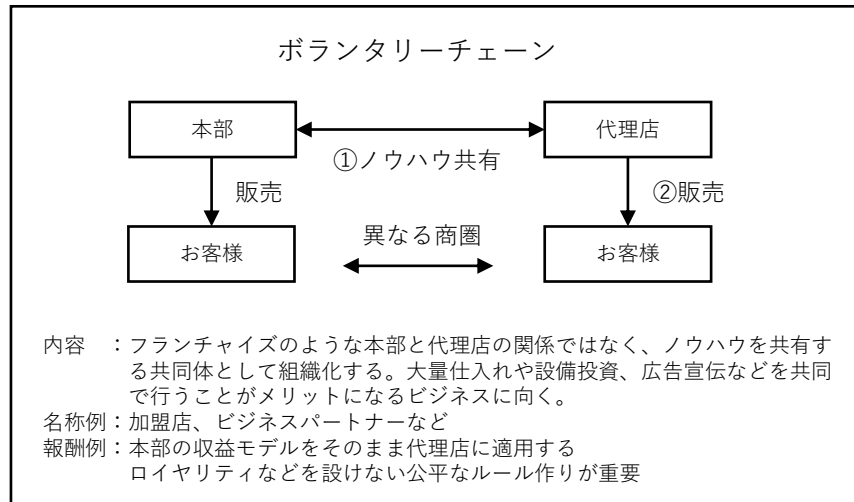
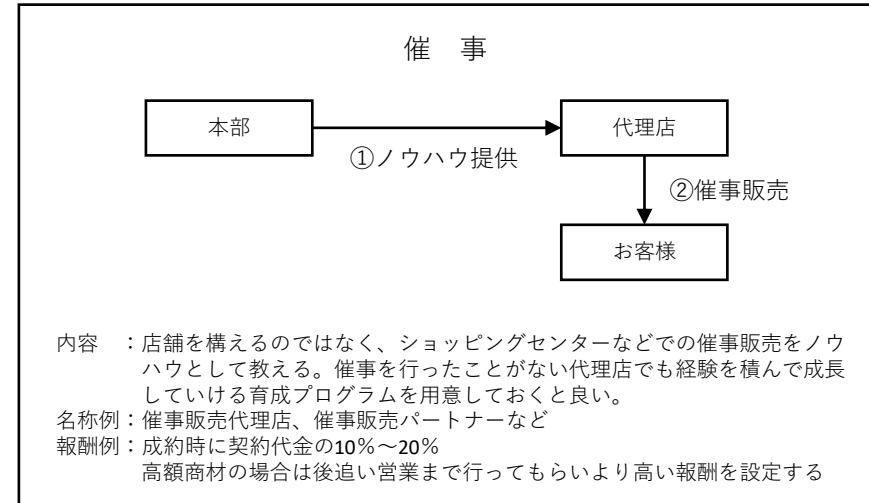
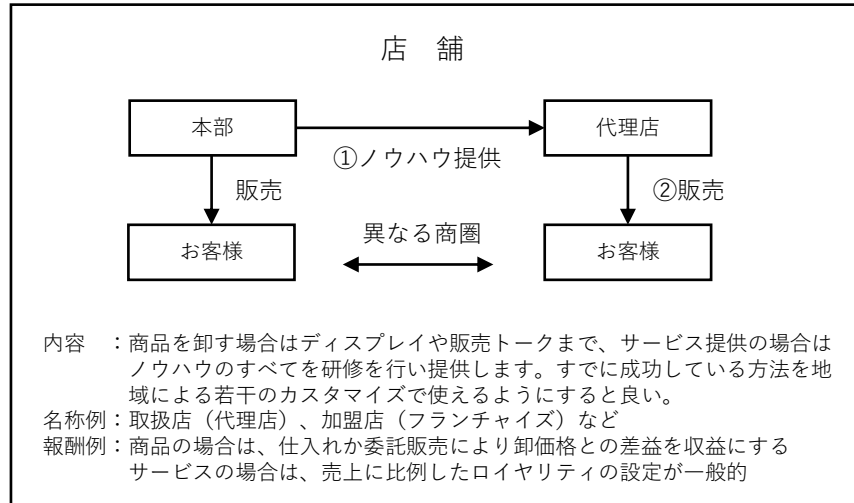
新規顧客リストの獲得（マーケティング）を目的とした代理店展開の方法です。顧客リストを持っている代理店だけでなく、新規開拓を行ってもらえる代理店も募集・育成していくことが、事業拡大には必要不可欠です。



代理店展開のバリエーション

<シェア型>

商圏に限られている場合は、自社が行っている業務の一部、または全部を任せて事業拡大を狙います。ブランド使用とノウハウ提供を行うフランチャイズも代理店展開の一つ。より早く成功するためには、複数パターンを試すことを推奨します。

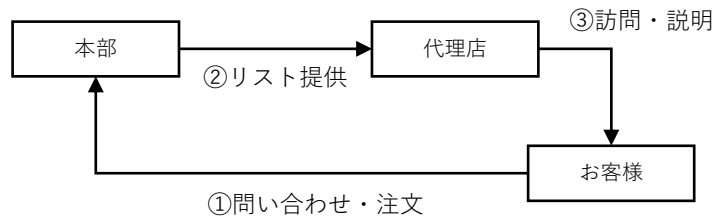


代理店展開のバリエーション

<サプライ型>

商品・サービスのニーズが強く、全国から問い合わせ・注文が入るといった状況では、機会損失を避けるために代理店展開を行います。自社で採用、教育をするよりもスピーディーに、加盟金を設定すれば資金調達しながら事業拡大することが可能です。

リスト提供

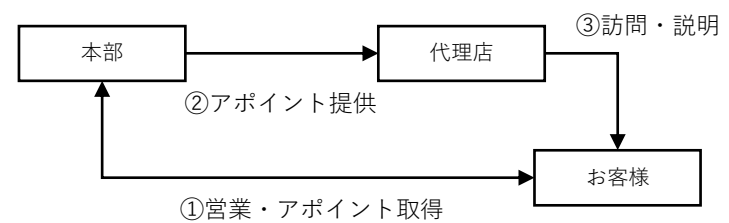


内容：地理的な課題やリソース不足を解消するための代理店展開です。いかに迅速に対応できるか、リストを振り分ける仕組み、お客様へのサービスレベルをどこまで高められるかが売上に直結します。

名称例：営業パートナー、訪問パートナーなど

報酬例：どの時点で成約するかと、業務内容によって報酬を設定
リストを無駄にされないように購入してもらうという方式も有効

アポイント提供

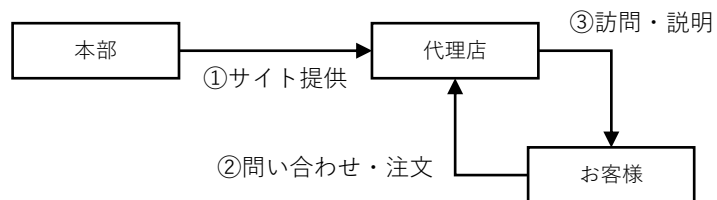


内容：リスト提供より一歩進んだ方法に、本部がコールセンターなどでアポイントを取得して、入った日程を代理店に振り分けていくというのがあります。代理店はアポイント調整などの業務が不要で数多く対応できます。

名称例：営業パートナー、訪問パートナーなど

報酬例：訪問で1件いくらプラス成約でいくらと設定
代理店を中長期で育てたい場合は固定費を支払うケースもある

ローカル展開



内容：ポータルサイトのようにWebの仕組み自体ができている場合は、都道府県単位などローカル展開することも可能。権利を販売してシステムを提供。広告やマッチングサイトなどで使用される展開方法。

名称例：加盟店、ローカルパートナー、ビジネスオーナーなど

報酬例：ビジネスモデルによるが決済は代理店に任せて100%収益にするなど
本部へは売上連動のロイヤリティか固定ランニングのいずれかを支払う