

# 営業改革（法人営業・チャネル営業）—初期診断サービス—

## 営業組織におけるお悩み（例）

- ✓ 毎年予算目標を設定しているが未達に終わることが常態化している。
- ✓ 営業担当者は忙しくしているが成果が上がらない。もっと効率的に成果を上げたい。
- ✓ 営業担当者が決まった取引先に御用聞き営業をしている。もっと積極的に提案営業をしていきたい。

「営業組織のあり方に課題認識はあるがどこから手を付けるべきか迷っている」というようなお悩みをお持ちであれば初期診断をお勧めします。営業組織における課題の洗い出しを行い、課題解決のための施策案とセットでご提示させていただきます。

## 標準コンサルティングステップ

初期診断フェーズ（2か月～2か月半程度） ※対象範囲によります。		改革フェーズ
ステップ1 診断		ステップ2 取り組み施策の策定
ステップ3 改革の実行支援		
目的	貴社営業組織において何が課題なのかを洗い出すこと	診断結果から出てきた課題に対して取り組み施策を検討し、優先順位を明らかにすること
内容	ヒアリングや資料読み込み、データ分析などを通じて営業組織における課題を様々な切り口で整理する。	営業組織の課題の要因分析をし、課題に対する取り組み施策とその実行計画を作る。施策の優先順位をつけ、全体スケジュールを明確にする。
		実行計画を進め、成果を出すための仕組みを構築すること
		Step2で明らかにした改革のための計画を実行に移す。

## 初期診断の視点

弊社の経験から「収益構造分析」「営業プロセス分析」「PDCA分析」の3つの視点で営業組織における組織的な課題は概ね抽出できると考えております。

	収益構造分析	営業プロセス分析	PDCA分析
着眼点（例）	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 低利益案件の多い営業担当者はどのくらいいるか</li> <li>✓ 儲かる商品を積極的に販売しているか</li> <li>✓ 売べき顧客に営業しているか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 訪問準備が適切にできているか</li> <li>✓ 提案までの確率が低い/提案から受注までの確率は低くないか</li> <li>✓ 顧客のニーズは聞いているか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 目標設定が目指すべき方向に構造展開されているか</li> <li>✓ 営業活動を管理するKPIが設定されているか</li> <li>✓ チェックしている内容や頻度は適切か</li> </ul>
方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 販売データ分析</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 営業担当者/管理職インタビュー</li> <li>✓ 既存顧客へのインタビュー 等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 営業管理職へのインタビュー</li> <li>✓ 営業管理資料の確認</li> </ul>

## プロジェクト成果物

### 【Step1 診断】

- ✓ 現在の営業組織の問題はどこにあるか？（収益面、営業プロセス面、PDCA面等）
- ✓ 営業組織の改善余地はどこにあるか？

診断報告書

### 【Step2 取り組み施策の策定】

- ✓ 改善のための方向性（基本方針・必要施策）と具体策
- ✓ 具体策の優先順位と取り組みステップ

営業改善計画書

## 法人営業改革の主なプロジェクト実績

- 営業組織の初期診断/営業計画策定～PDCA導入支援  
印刷業他
- 提案型営業の設計/導入支援((新しい営業方法への転換)  
農業機器メーカー他
- 営業計画策定方法の見直し～月次PDCA導入支援  
農業機器メーカー他
- 法人営業強化のための戦略課題の整理と強化策の具体化  
電子部品メーカー

その他多数