

<事例企業概要>

- 業種
輸送機器パーツ製造業
- 社員数
社員32名、うち営業職7名
- 主な事業
輸送機器向けパーツの
企画・開発・販売

輸送機器パーツ製造業における営業力強化事例

コミュニケーション活性化と
部門間連携で売上アップ

輸送機器パーツ製造業



診断アンケート



経営支援

Before

改善前

- ① 重点顧客への営業戦略が不明確
- ② 営業活動が担当者任せ
- ③ 営業組織内の意思疎通不足
- ④ 営業と開発部の情報共有不足

戦略なき営業活動と、組織間連携不足
による商品開発の遅延により、売上停滞

After

改善後

- ① 重点顧客に対する営業戦略立案
- ② 営業会議で問題点・対策を共有
- ③ 小集団での社内の仕組みづくり
- ④ 商品企画プロセスの再定義

商品企画→開発→販促のサイクルが
確立され、2年間で5%の売上アップ

診断アンケート
実施の背景

営業力強化を目指すが何から
始めれば良いか分からない状況

御用聞き営業のままで、営業としての戦略がない中、営業力強化が必要だと認識していた。何から始めて良いか分からない状況だったため、事例企業から当研究会の診断士に相談あり。

改善の
アドバイス

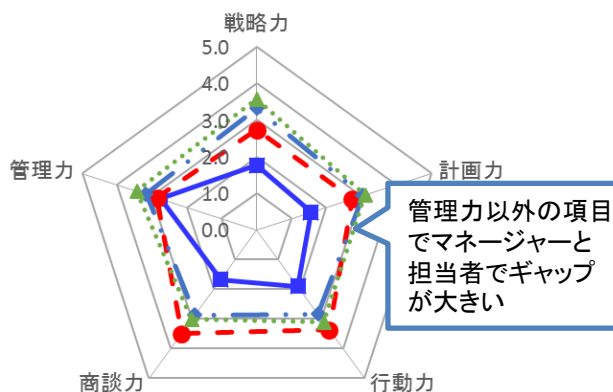
営業組織内で「やるべきこと」
を定めて、活動を見える化

- ① 自社の強みを共有し、営業スタイルの転換に向けた目標を定める。
- ② 営業担当者から意見を吸い上げる場を設定し、目標と具体的なアクションプランを定める。
- ③ 営業プロセスとプロセス毎の「やるべきこと」を定めた上で、実行結果の見える化を進める。
- ④ 営業プロセスの中で出来ていないことに焦点を当て、計画的に教育を行う。

アンケートに
よる診断結果

マネージャーと担当者の
意思疎通不足の実態が判明

- 営業マネージャー
- 営業担当者
- 他社マネージャー平均
- 他社担当者平均

事例企業の
経営者の反応

アンケート結果を基に、課題
解決に向けた取組みを希望

- ① アンケート結果は、ある程度想定した内容であるが、間違いなく当社の問題点の主要な部分を言い表している。
- ② 特に個人別のコメントは、営業担当者の本音を知ることができて大変興味深く、参考になった。
- ③ アンケート結果から、営業部門の課題や、切実な悩みが良く分かったので、課題解決に向けて、診断士による経営支援を、是非、お願いしたい。

アンケート回答の分析結果

- ① 目指す姿や営業方針が設定されていない。
- ② 営業担当者間で「いつ何をやるべきか」の認識の違い、営業スキルに差がある。
- ③ 会社が、商品内容・商談技術の教育の場を用意していない。
- ④ 売上実績の管理はしているが、売上に至る営業プロセスはあまり管理されていない。

営業力診断アンケートワンポイントPR

「担当者が成果を出せない」——このような悩みはありませんか？ その原因は「担当者とのコミュニケーション不足」にあるかも知れません。営業力診断アンケートを用いることで、マネージャーと担当者との間の認識の違い、コミュニケーションの問題を明らかにできます。

アンケート実施後の 経営支援の内容

組織内のコミュニケーションの活性化を図りながら、営業のプロセスとマネジメントの標準化を中心に営業力強化の経営支援を実施

- ◆ 改革の下地作りとして、小集団で、顧客である小売店舗に対するPOP・ディスプレイ提案などテーマを決めて、コミュニケーションをとりながら社内の仕組みづくりを実行した。
- ◆ 業績優秀者の営業手法を分析して「営業モデル」を作成し、成功パターンの共有と営業としてやるべきことの徹底、マネージャーの育成・指導の強化を図った。
- ◆ 営業活動の前工程である商品企画→開発→製造→販売促進の流れを再定義し、どのタイミングで誰が、何をするのかを明確化し、組織間の連携強化と社員の主体的な活動を促進した。
- ◆ 顧客別の営業戦略とアクションプランを作成し、営業会議で定期的に進捗を管理し、改善を促していった。

情報共有の仕組みづくり
コミュニケーション活性化

営業プロセスの標準化
やるべきことの明確化

商品企画プロセス再定義
組織間の情報共有

顧客別戦略の明確化
案件管理の徹底



経営支援の成果

商品企画→開発→製造→販売促進の流れが明確になり、営業アクションを徹底できる体制に変革。2年間で5%の売上アップを実現。

- ◆ 顧客に届ける情報のスピード化の実現、営業アクションの徹底を実現
 - ・ 新商品情報など顧客に伝えるべき情報をスピーディに確実に届ける体制が整い、販促・提案件数が増えて、顧客からの問い合わせ件数が約15%増加。
 - ・ 商品企画部門と営業部門の情報の共有が進み、商品企画の短縮化、新商品販売数の増加を実現。

活用した営業力強化 メニュー

売上UP研究会が用意している「営業力強化メニュー」を応用して、事例企業の営業課題に合わせた経営支援をスムーズに実施

No.	営業力強化メニュー	内容
1	重点顧客との関係強化法	重点顧客ごとに顧客戦略や案件戦略を一表にまとめ、各部署ごとの行動に落とし込み、PDCAを回していく
2	組織営業のプロセスと管理	営業担当者が各営業プロセスごとに行うべき行動や指標を組み込んだ営業設計図を作り、PDCAを回していく
3	営業会議の実践法	営業設計図に基づいたPDCAを回すため、進捗管理、個別案件解決や営業力の組織的底上げ法を習得する