

富田賢の 新規事業のための 情報 STATION

2015年
5月号

巻頭特集

前年対比での 営業目標の立て方

個々人がコミットした数字作りで
PDCAを回す

新年度に入って、営業活動を始めている企業が多いと思いますが、きちんと新年度の各営業マンの営業目標を合理的に立てて、スタートができていますでしょうか？

「散歩のついでに富士山に登った人はいない」という言葉があります。これは、目標を設定して取り組まないと何事も達成できない、ということの意味しています。なんとなくやっていて、何かを成し遂げることはないわけです。

前年対比での目標設定の仕方

目標を立てるにあたっては、
次の3つのステップで、目標設定をします。

▶ステップ 1

まず、前年度の数字を記載し、その数字をもとに、数字が悪かった部分・領域・項目や、悪かった動き・取り組みを書き出してみてください。

●前年度の売上(営業成績) : _____ 円

●悪かったことや課題、改善したほうがよいこと:

.....

.....

.....

▶ステップ 2

それらの課題をどのように改善することができるかを検討し、それらを改善することで、どのくらい数字を伸ばせるかを、自己評価として、計画をしてください。数字を記載。

●前年度の課題をどのように改善するか:

.....

.....

.....

●改善した上で、達成できる売上目標 :

円

.....

▶ステップ 3

ストレッチ目標として、自分で立てた数字のプラス5%~20%くらいの数字(市場の成長度合い等を勘案して、プラスする%を会社として決めてください)を、目標設定をして、自分の上司とその数字について話し合い、妥当かどうかを検討してください。自分として、新年度の目標として、合意して、新年度の目標数字を決めてください。(その数字を、上から決められたものではなく、自分で立てて、合意して、コミット(約束)する数字として、決めてください。)

●ステップ2で出した数字に、〇〇%をプラスした
売上目標 : _____ 円

●本人と上司で検討して合意・コミットした
売上目標 : _____ 円

次ページへ続く

営業担当者がコミットできる数字を作るのが重要

ここでのポイントは、営業(売上)目標を、経営層や上司が一方的に決めたもので、上から押しつけられたものという位置づけにしないことです。

そういう状況になってしまっていると、営業目標が達成できなくても、どうせ、この数字は、自分が決めたものではなく、勝手に決められたものということで、当事者意識や数字への達成意欲が下がってしまいます。

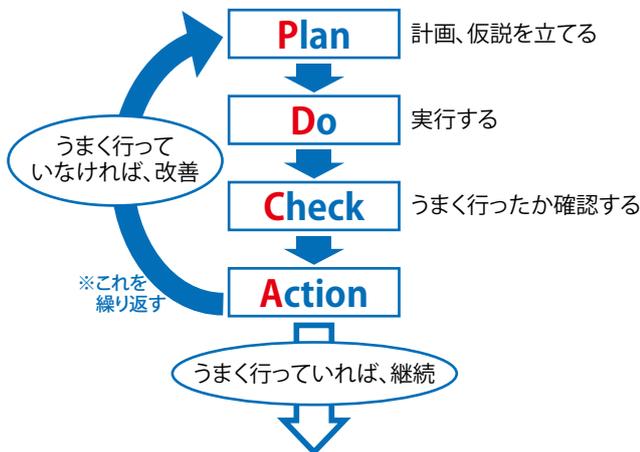
そうではなく、自ら、前年度との比較の中で、かつ、前年度の課題や問題の解決・改良をする中で、営業担当者自らが達成をコミット(約束)する数字として決める必要があります。

なんとなく、前年度の数字に+5%~10%などを上乘せただけした数字は、達成する根拠のない数字となり、結果として、達成できないこととなります。

ここでご紹介した3つのステップを踏んで、前年対比の売上目標を立てて、新年度の営業活動を推進しましょう!

営業活動におけるPDCAの大切さ

営業においても、PDCAをきちんと回すことが大切です。



何かやる前には、きちんと計画を立てることが必要で、そして、実行したら、必ずレビュー(CとA)をして、PDCAをおざなりにしないことが重要です。PDCAをきちんと回している会社は、建設的な試行錯誤の積み重ねができ、必ず、業績がアップしています。

営業目標の数字だけが目的化しないようにする!

営業目標の数字を立てた後は、営業の数字だけが目的化してしまわないようにすることが大切です。

売上目標は、目標であって、その事業(もっと言えば、その仕事)をなぜやっているのか、やるのかという目的とは違うわけです。

ピーター・ドラッカーは、事業の定義の3つのポイントとして、

- ①自社の強みを生かすことができるか?
(まず自分達の強みを探す)
- ②市場があるか?
(市場があるところで、他社より良くやる)
- ③何のためにやるか?(目的、志)

を言っていますが、最後の何のためにやるのか?ということを考え、しっかり認識することが、営業活動に意欲を持って取り組むためには、重要です。

日本では、江戸時代の士農工商の名残か、営業や商売について、やや卑下する風潮がありますが、「営業活動とは、お客様が求めているものをご説明してお届けする作業」です。自分が営業しているモノ・サービスのお客様にとってのメリット、社会における意味をきちんと考えて取り組みましょう。そうすると、より一層、能動的に取り組めるようになります。



セミナー開催報告

● 2015年3月27日
株式会社クレハ (コンサルティング先企業)
商品開発部門での研修・講義を行いました!

企業研修

Web <http://www.tccconsulting.co.jp/archives/6323>

これまで、1年3ヶ月、毎月1回、3時間行わせていただいた研修ミーティングの最終回を行いました。

部署の行動指針の作成と毎月の確認、商品開発工程の時間スパンの管理、商品開発のアイデア発想、MBA流問題解決の手法、ハーバード・ビジネス・レビューなどで参考となる文献の解説などを、毎月、行わせていただきました。

クレハの皆様、たいへんありがとうございました!

● 2015年4月13日(月) 14:00~17:00 **外部講演**

新規事業部門のビジネスリーダーが 身につけるべき最強スキル ～アイデア発想から、戦略立案、アライアンス、 事業計画書作成まで徹底解説!～ 新社会システム総研

Web <http://www.tcconsulting.co.jp/archives/6392>



今月も、先月に続き、このテーマで、講演をさせていただきました。約40名の新規事業の御担当の方にご参加いただきました(8割以上は、東証1部上場企業の方々でした。)

参加者アンケート

- 新規事業立ち上げのポイントが整理できて大変参考になりました。やはり知識だけではなく、実行することの大切さを改めて認識しました。ありがとうございました。
- 非常に熱意あふれるセミナーであり、参考になる点があった。特に他社とのアライアンスの考え方など参考になった。
- 事前に書籍を読んでいたので、お会いできてよかったです。
- 新しい視点を与えられ、発想の幅が広がりました。
- 新規事業は大きなカベかと思いましたが、基本的なことは、人とやる気なんだなあと思いました。
- 新規事業だけでなく、会社運営について勉強になりました。
- 今更ながら、ビジョンの大切さを学んだ。
- 新規事業における課題とポイントが確認できました。
- 非常に参考になりました。
- 大変有意義な内容をありがとうございました。社内でアピールしていきたいです。
- 私自身が新しいネタを見つけるのは難しいですが、そういうアイデアが出やすい仕組みや風土作りはできると思いました。
- 今の思考では新規事業ができる環境でなく、考え方が勉強になった。撤回目標を設定する事が勉強となった。
- 参加した中では若手の方と思いますが、何か発信をできればと思います。
- 企業内での意思決定のヒントや重要性。撤回条件をあらかじめ決めておくことなどを学びました。
- 撤回条件を事前に設定する事は何とかできたらと思います。

● 2015年4月22日(水) 15:45~18:45 **企業研修**

ホンダ自動車販売株式会社 (コンサルティング先企業) 新規開拓営業や仕事の心がけについて講演しました

Web <http://www.tcconsulting.co.jp/archives/6392>

当社のコンサルティング先企業であるホンダ自動車販売株式会社(山梨県富士吉田市。自動車販売、及び、ドコモの1次代理店としてのドコモショップ、auショップ、SoftBankショップ等の運営、SXLの住宅の山梨・長野での販売、保険ショップの運営 <http://www.honda-ms.jp/company>)にて、全社的な営業会議の後に、3時間、講演をさせていただきます!

富田賢の著書『これから10年活躍するための新規開拓営業の教科書』や『世界のエリートが教えるちょっとした仕事の心がけ』の内容とともに、前年度との対比での各営業担当者の目標設定の仕方や、部下への対処(褒める・叱るの基準)、顧客生涯価値(CLV)の向上、リレーションシップ・マーケティング、営業面での差別化の仕方などをお話させていただきました。(ビジョンと行動指針については、時間がなく、十分、お話ができない状況でした…)

ホンダ自動車販売の皆さんは、非常に素直で、真面目な方々でした!とてもお話がしやすかったです。同社の基礎力の高さや、社員を大切にしているスタンス、社員間の雰囲気の良いさを強く感じました。懇親会も、たいへんありがとうございました!



● 2015年2月25日(水)・3月30日(月)・
4月27日(月)の17:30~19:00 **企業研修**

株式会社佐野(コンサルティング先企業) 著書『世界のエリートが教えるちょっとした 仕事の心がけ』の内容を講演しました

合計3回にわたって、コンサルティング先企業の株式会社佐野(静岡県袋井市。機械や工具の専門商社)にて、講演させていただきました。各企業さんによって、フィットする部分とフィットしない部分がございますが、できる限り、皆様のお役に立つようにアレンジしてお話をさせていただきます。



▼富田賢の Facebook にて日頃の活動をご覧ください。
<https://www.facebook.com/tctomita>

Working Space

意識を高めるだけでなく、お客様志向の一つ一つの行動を取る！

このところ、コンサルティング先企業さんを中心として、企業での研修の講演をさせていただくことが増えています。

各企業さんは、社員の基礎力を高める取り組みをしておられると思います。これは、とても重要なことです。

「企業は、一人一人の社員の集合体」ですので、一人一人の能力や意識を高めていくことが不可欠です。

「人」は、バランスシートには載らないわけですが、「人」を資産として捉え、「人」の成長の分だけ、会社の成長する！と考えることが必要です。

しかし、ここで気をつけるべきは、お客様は、社員の意識の高まりを待ってくれませんし、意識うんぬんよりも、目の前の対応をきちんとしてほしいと思っている、ということです。ここが重要です。

もちろん、意識を高めた結果として、お客様対応の一つ一つの行動が、具体的に改良されていってれば、自ずと業績は良くなるわけですが、環境整備に力を入れて、掃除や整理整頓などに力を入れたとして

も、結果として、お客様対応が改良されていなければ、業績の向上は見込めません。

顧客（ユーザー）が、モノやサービスの購入を決めるのは、①製品・サービスの機能・スペック・内容、②価格、③対応の仕方・お客様対応の3つの組み合わせが、自分が求めているものとフィットした時となります。③の対応の仕方・お客様対応の部分の満足度を高めることで、①の内容が同じだったとしても、②の価格を引き上げも可能になります。

しかも、この顧客が求める3つの組み合わせは、日々、刻々と変化しています。営業推進においては、この3つの組み合わせをお客様が求めているものに合わせることが必要です。その観点も踏まえながら、お客様に喜ばれるの一つ一つの行動を徹底して、実践していくことが重要です。

今後も、多くの企業の皆様にお役に立つお話をし、皆様の会社が高収益の良い会社となるように貢献できたらと思います。

セミナー開催情報

● 2015年5月11日(月) 14:00～17:00 アライアンス(提携)が 新規事業立ち上げの切り札だ!

～自前主義からの脱却で、

売上を獲得するノウハウを大公開～

新社会システム総合研究所

★詳細とお申し込みは、こちら

Web <http://www.tcconsulting.co.jp/archives/6336>

◇新橋駅もしくは虎ノ門駅から徒歩数分。

◇参加費:お一人32,400円(ティーシーコンサルティングのWebやメルマガ等を見た、と伝えていただきますと、5000円引きで御参加いただけます。)

受付中!

環境変化の速い時代は、常に新規事業の立ち上げに取り組むことが大切です。しかし、アイデア出しから、製品開発、事業構築、新規開拓営業、販路確立まで、すべて1社だけで行うのは、大きな困難が伴います。日本企業は、なんでも1社でやろうとする“自前主義”が強いため、新規事業立ち上げがうまく進まない、売上になかなか結び付かない、という状況に陥ることが多いです。

当セミナーでは、外部と組むことによる新規事業立ち上げや売上アップのノウハウを、わかりやすく、徹底解説します。

どのような会社と組むのがよいのか、どのように提携先を見つつけるのか、提携先とどのように交渉するのか、アライアンスをどのようなパターンで行うのか、アライアンスによる利益をどのように享受するのか、アライアンスを新規事業立ち上げの切り札とするためのノウハウをご説明します。

アライアンスは、組織内の意思決定やモチベーションなどの問題から、新規事業立ち上げの推進が進まない際にも、有効な手段となります。

感想・ご相談・お問い合わせは、こちら! お気軽に♪ support@tcconsulting.co.jp

私たちは、アライアンスにより、
新規事業を立ち上げ、
あなたの会社の売上をアップします!

約7年で150社以上の豊富な実績



株式会社 ティーシーコンサルティング

〒107-0062 東京都港区南青山2-11-13 南青山ビル7階
TEL:03-4530-8537 FAX:03-3470-8538

とみたさとし

検索