

営業マン全員に利益意識を定着させ、 営業効率を3倍高める教育戦略

社長の悩みと、営業マンの思いのズレ違い

人件費はもちろんのこと、その他の経費はすべて粗利益の中から支払われています。その粗利益を作り出す「**最終工程の仕事**」が営業戦術になりますから、業績を良くするには営業戦術力を高めなければなりません。

ところが営業は形がなくてつかみ所がない上に、中心となる作業が会社の外でされるので、仕事の内容がいよいよはっきりしません。これが原因で営業には宗教に負けないぐらい、怪しげな迷信がいっぱいはびこっています。**地獄のスパルタ研修**はその良い例でしょう。

社長の中にはこの迷信にふり回され、間違っただ営業をしたり間違っただ研修を受けさせて大きな損を出している人が多くいます。しかもこの損失は見えないので、油断するとこの先何年も出し続けることになります。これでは将来が危なくなりかねませんが、解決策はあります。

1. 科学的問題解決法で迷信を払拭

まず1番目は、営業戦術を構成する「**大事な要因**」をはっきりさせます。

2番目は、大事な要因を「**ウエイト付**」し、比率を出します。

3番目は、大事な要因1つ1つの「**レベルの高め方**」を考え、これを手引書としてまとめます。

4番目は、この手引書を使って社内で「**営業マンの研修**」をし、営業マンの実力を高めます。

こうしたあとで力強く実行に移ると、正しい営業活動を全員で実行することになるので、会社全体の営業力が強くなります。こうした一連のやり方を「**科学的問題解決法**」と呼びます。

2. ランチェスターの法則で解決

これに役立つのが、ランチェスターの法則です。ランチェスターの法則は戦闘の法則として発表されたのですが、販売戦術に応用すると販売戦術の構成要因がはっきりつかめます。

しかもこの法則を使って計算をすると要因のウエイト付ができるので、**重要度の違い**が数字でつかめます。作業ごとのウエイトが解ると、能率がとても高めやすくなります。

3. 全く役に立たない営業セミナー

営業マンの研修では、セミナーの参加が中心になっています。しかし講師の説明内容と受講者の経営規模が一致しないことと、業種がいくつもあるために**ミスマッチ**が生じ、全く役に立ってないのが現状です。

解決策としては、まず**社長がインストラクターの先生**になります。

次は営業マンを「**6人~10人**」ごとグループに分けます。

そのあとこの**ビデオかDVDを教材**に使って、社長が解説していくのです。

こうすると**社長の営業方針**が営業マンに正しく伝わるばかりか、**教育の差別化**にもなりますから、3カ月もすると売上が上昇し始めます。

早く取り組むと早く成果が出ます。



ランチェスター経営(株) TEL 092-781-6122
竹田陽一 FAX 092-781-6001

