

1人当たりの純利を3倍に高める 1位作りの地域戦略

あなたの会社、大切なお金をバラまいていませんか。

業績を良くするための改善点はいくつもありますが「訪問営業型の業種」では、営業マンの「移動時間」が、最も大きな改善点になります。例えば移動時間が**45%を超す**と利益が出なくなり、**50%を超す**と道路には詳しくなるもののたいがい赤字になります。ところがこうなっている会社がとても多いのです。

その原因は、地域戦略を研究しない経営コンサルタントの中に「**営業地域を広くすると売上が上がる**」と、間違った説明をする人がいるのでつい惑わされるからです。このテープとCDはこれらを改善して、業績をよくする方法について説明します。

1.経費全体の7割を占める広義の営業経費

訪問型の業種では営業マンの人件費を初めとして、車の油代、償却費、修理代などの「**広い意味での営業経費**」が、なんと経費全体のおよそ「**65%**」も占めています。

そのため、年間税込給料が400万円の人の実質営業原価はこの3倍で**1,200万円**になります。500万円の人は**1,500万円**になり、1日当たりの営業原価はなんと**75,000円**にもなります。

営業マンがこれだけ多くの経費を使うので、営業地域の決め方が競争相手よりも悪かったら、**お金をバラまいて動くのと同じ**になります。この損失は営業マンの人数だけ拡大しますから、会社全体ではとても大きな損失になります。厳しい経済環境が続く中、こうした損失は早く止めなければなりません。

2.8%の改善で経常利益は2倍になる

逆に営業地域の決め方を改善して、移動時間を業界の平均より8%少なくすると経常利益は業界平均の**2倍**になり、移動時間を16%少なくすると経常利益は**平均の3倍多**くなります。社長にとって、これは絶対に見逃せません。しかもこの改善は工場の合理化と違って、設備投資の資金は全く必要ないのです。その根拠は次のとおりです。

移動時間	社内業務時間	面談・コミ時間
×	△	◎

1番目の移動時間は、経費が出ていくだけで1円の粗利益も生みません。

2番目の社内業務は必要ですが、これも1円の粗利益も出ません。

3番目の決定権者と面会したり、電話やFAXを入れる「**面談・コミ時間**」が、唯一粗利益を作り出す最も大事な時間になります。

多くの会社は移動時間が多くなり過ぎ、大切なお金をバラまいているのと同じ結果になっていきます。これを改善するには次の方法が有効です。

3.業績改善の2段階と陶山^{すやまとつあん}訥庵の戦略

まず**第1段階**は、地域戦略を研究して移動時間を少なくします。特に1回当たりの取引高が小口になる業種では、すぐこれに着手すべきです。

第2段階は、お客を集中して作る「**重点地域**」を決め、そこにより多くの営業力を投入して強い地域を作ります。こうすると経費全体の65%を占める広い意味での営業経費が少なくなるので、結局経常利益が多くなります。

これにとっても役立つのがこのテープとCDで、中でも1700年、元禄12年に長崎県の対馬島で8万頭の猪を全滅させた陶山^{すやまとつあん}訥庵の地域戦略が、強い地域作りにとっても有効です。

この教材を効果的に使い、あなたの会社から出ている見えないロスを1日も早く止めて下さい。

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

