

経営を総点検して営業力を強くする

業績を良くするには経営を構成している7つの要因に対して、自社の経営規模に合わせて目標を決めるとともに、自社に合った戦略で経営をしなければなりません。ところが時間がたつと、徐々にこれらに狂いが生じてきます。

まず1つ目は、商品の幅が経営能力以上に広がります。これでは1つ1つにかける経営力が弱くなるので、どれも競争に負けてしまいます。

2つ目は、営業地域が経営能力以上に広がります。こうなると生産性マイナスの移動時間が多くなるので、販売効率が低くなって業績が悪くなります。

3つ目は、新しいお客を作り出す方法が徐々に古くなるので、新しいお客が少なくなります。

4つ目は、粗利益を作り出すこととは関係ないものに、多くの経費が使われるようになるので営業力が低下していきます。

これらを放置しておくとう経営はギリ貧になり、やがて危なくなりかねません。これに歯止めをかけ、経営力を高めるのが経営の総点検になります。経営の総点検を実行し、戦略ルールに反しているものが見つかったら、思い切ってカットしたり修正します。こうなると再び営業力が強くなるので、業績が良くなります

- | | |
|--|---|
| <p>1. 商品や有料のサービスを点検して強いものを作る</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 力を入れる重点商品をはっきり決める B. 商品の幅が広くなり過ぎてないか C. 重点商品には経営力を集中して投入する <p>2. 営業地域を点検して強い地域を作る</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 力を入れる重点地域をはっきり決める B. 営業する地域の範囲を狭くする C. 営業簿記の実行が欠かせない D. 現在の会計はドンブリ勘定になっている E. 重点地域には販売係を再配分 | <p>3. 業界と客層を点検して強い客層を作る</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 重点業界と重点客層をはっきり決める B. 業界と客層の範囲を狭くする <p>4. 営業方法を点検して営業力を強くする</p> <p>5. 顧客維持の方法を点検してお客の流出を少なくする</p> <p>6. 人の配分を点検して販売力を強くする</p> <p>7. 資金の配分を点検して経営力を強くする</p> <p>8. 経費の配分を点検して販売力を強くする</p> <p>9. 業績を良くするには全体の整合性が必要</p> |
|--|---|

経営を総点検して

定価 7,150円(税込)

CD-R 1巻。1時間11分。テキスト付



1938年生。久留米市出身。福岡大学経済学部卒。建材メーカーで経理と営業を担当後、28歳のとき企業調査会社に転職。中小企業の信用調査と倒産会社の取材を担当。35歳のときにランチェスター法則と出会い、以来同法則を経営全体に应用、研究する。44歳のときにランチェスター経営を創業。講演は、4300回に。ランチェスター先生の墓参は7回に。

お申し込みはFAXで。発送は代引でします。メールアドレス customer@lanchest.com

ご住所	〒			業種	従業員	人
会社名	役職	ご氏名	様			
TEL	FAX					

経営の総点検