

売れない時代に業績を伸ばせ！

# 売れない時代に業績を伸ばせ！

## I. 組織営業のすすめ

「営業は自分との戦い」と言われるように、セールス担当者それぞれが目標達成や業績拡大をテーマに、自己責任のもとで日夜セールスに励んでいる。ただし、個人主義がいき過ぎると、担当者それぞれが個人商店と化してしまい、顧客対応のブラックボックス化や顧客ニーズの多様化に対応しきれず、受注減少や失注につながりかねない。そこで、チームで業績を上げる組織営業を行うための着眼点について検証したい。

### 1. 組織営業の理想と現実

セールスの個人責任体制は、担当者が既存顧客に対して自社商品を提案するため、責任の所在がはっきりしている。そのため、ライバルとの駆け引きなどへの対策を迅速に行いやすい半面、個人でできる範囲には限界も生じやすい。成功ノウハウの蓄積など、セールスのレベルアップを図ろうとしても、「仕事の進め方」など共有化の不足により、成果に結びつかないケースも多い。また、組織営業やチーム営業などの「方向性」は間違っていないのに、その取り組みが中途半端なために、方向性そのものを疑問視してしまい、もとの“個人商店集団”に戻ってしまうこともある。

最近、成果主義を導入して営業成績をダイレクトに給与や賞与に反映させ、モチベーションの向上につなげようとする企業は多い。だが、評価につながることしかやらない担当者が出てくるなど、チームワークに支障を来すケースもある。これらの問題点を解消するためにも、組織営業を行える仕組みづくりの進め方を確認したい。

### 2. セールスの仕組み化

セールスの仕組みを利用するのは営業現場である。ただし、だからと言って仕組みをつくる際、営業現場の要望ばかりを聞いて設計しても、うまくいかないケースが多い。「これはムダ」「こんな機能が欲しい」「これがあつたらいいな」などと、すでに顕在化した問題をその都度、モグラたたきのようにつぶしていくような対応の繰り返しでは、部分的によくても全体の整合性が取れなくなり、業績成果が安定しない。

もっと効果的・効率的に結果を出すためには、どうすればよいのだろうか。既存の枠組みややり方にとらわれず、新しい仕組みづくりに向けたポイントを挙げると、次の3点になる。

# サンプルレポート

本レポートは、サクセスネットで公開している  
ビジネスレポートの一部を公開したサンプルです。  
サクセスネットサイトにログインした後、全文を  
閲覧することができます。