

プロセスを「数値化」する / 会社を成長させる 「数値化」マネジメント (2)

Index

- 1 まずはビジネスプロセスを定義することから
 - 2 ケーススタディから見る、数値化マネジメントの活用方法
 - 3 数値化マネジメントをはじめるにあたってのポイント
-

1 まずはビジネスプロセスを定義することから

数値化マネジメントの基本は、「プロセスの定義」です。

第1回でも話した通り、「ビジネスプロセスを定義し、それぞれの工程ごとに数字を測定して問題を把握し、分析して解決策を探り、素早く実行に移す」というのが、数値化マネジメントのサイクルです。

プロセスを定義しなければ、そもそも何の数字を測定すればよいかもわからず、問題解決にもつながりません。

「プロセス」とは何かを改めて定義すると、「インプットとアウトプットのある工程」です。

どんなビジネスや業務にも、必ず“頭”と“お尻”があります。自動車の営業であれば、「頭 = インプット」は初めてお客様と接するところ、つまり相手が店舗に来店したり、メールで問い合わせをしてきた時点になります。そして「お尻 = アウトプット」は、販売契約を結ぶことです。よって「初めての接客から販売契約の獲得まで」が、「自動車営業のプロセス」と定義されます。

さらに、頭とお尻の間も、いくつかのプロセスに分けることができます。数値化において重要なのは、この「プロセスに分ける」という作業です。なぜなら、これによって問題のありかが明確になり、具体的な改善策が見えてくるからです。

2 ケーススタディから見る、数値化マネジメントの活用方法

では、数値化によるプロセス管理の手法を実際のビジネスにどのように当てはめればよいのか、ケーススタディで見てみましょう。

取り上げるのは、私の会社が運営するコーチング英会話事業の「TORAIZ（トライズ）」です。2015年に事業をスタートし、2017年12月現在で生徒数は約1400人。学習の拠点となるセンターは、関東に7カ所、関西に1カ所を展開するまでに拡大し、2年弱の間に急成長を遂げました。

とはいえ、事業を立ち上げた当初は苦労の連続でした。トライズでは、専属のコンサルタントがサポートしながら、1年で英語を身につけるための独自プログラムを提供しており、従来の英会話スクールとは一線を画すまったく新しいビジネスです。今でこそ「コーチング系英会話」と呼ばれる市場が確立しつつありますが、その先駆けであるトライズを立ち上げた当初は、業務のワークフローもはっきりしていなかったため、どこに何の問題があるかさえ掴めない状況でした。

新規事業における当面の目標は、顧客の獲得です。そこで私はまずビジネスプロセスを定義し、それぞれの数値を測定して、顧客獲得数の増加を目指すことにしました。

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。