

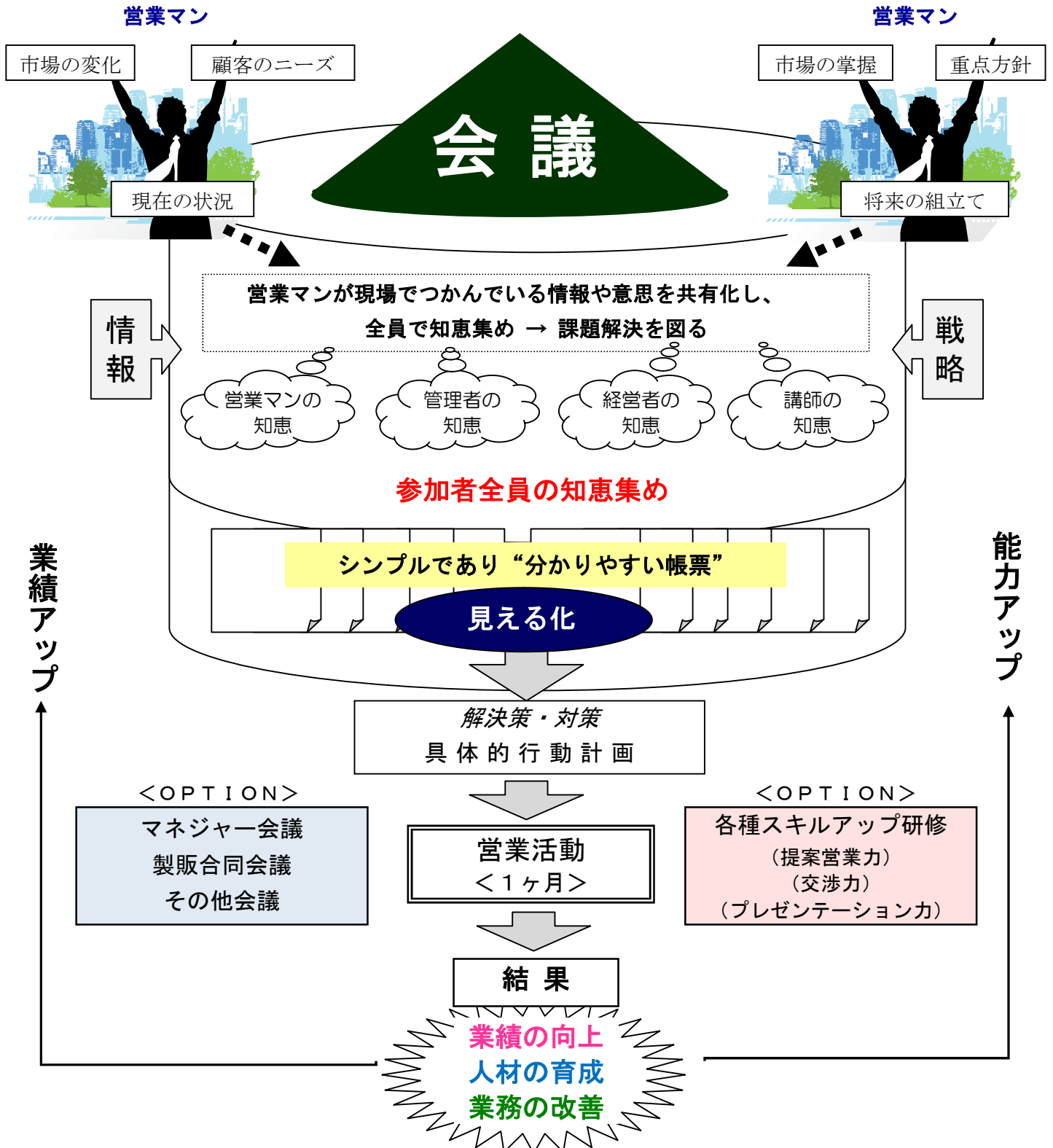
会議を活用した“営業力強化”

ねらい

どの企業でもほぼ毎月行われている営業会議。

時間や内容、参加者と、会議の中味は様々と思われませんが、はたしてあなたの会社の営業会議は効果的ですか？

弊社では、貴社の営業会議に講師を派遣し、1年間(12回)、独自の仕掛けと資料で会議を活性化させ、営業力を強化します！！



『営業力を強化したい!』とお考えの経営者の皆様へ

◆パターンⅠ◆

- 前年実績よりも業績が下がってもやむなしと、営業マンの半数以上が目標未達を起こしている
- 次年度の販売計画にも弱気と不安を抱えている

<ポイント>

営業会議の資料を、結果報告型から未来創造型に設計し直し、定着化を図った。

<改善事例>

A社の〇〇支店では、ここ数年、売上が伸び悩み、目標未達と前年割れが慢性化しつつあった。そこで、経営トップからの要請により、弊社の営業力活性化プログラムを導入した。毎月1回の従来の営業会議の時間を、効率的・効果的に活用し、業績の向上ももちろんだが、一人一人の能力開発と、重要情報の共有化と、日常業務の改善に取り組んだ。



徐々に前向きなムードに変わり、半年後には全員の明確な目標意識、1年後には支店全体の一体感が高まり、業績が回復するとともに、次年度への先行提案や布石が行われるようになった。特に、マネジャーの意識が明らかに高まり、意識的な部下指導が行われるようになった。

◆パターンⅡ◆

- 営業マンが訓練されておらず、“御用聞き営業”になってしまっている
- 営業マンが、業績の悪化は客・環境のせいと思っている

<ポイント>

まずは、若手社員の自主性と前向きな姿勢を育て、ある程度、心構えと行動力がついてきた段階で、提案営業の仕方を共有していった。

<改善事例>

B社では、人材育成に目を向けていなかったため、気づいた時には、営業マンは御用聞きしか出来ず、力のある上級マネジャーがあと数年で退職、次に続く幹部社員が育っていなかった。そこで、経営トップからの要請により、営業力活性化プログラムを導入した。

毎月1回の会議にて、営業マンや若手マネジャーの目標意識、自ら考える姿勢、意見を出し合う風土等を醸成していった。



その結果、環境のせいになくなったことはもちろんのこと、“以前は理解できなかった上級マネジャーの指導”も若い人達が理解できるようになり、全社で提案営業を行う体制になり、方針の浸透や戦略の実行もしやすい組織となってきた。

毎月1回の会議を活用し、営業力強化を図ります!