

営業の”ムリ・ムラ・ムダ”を省き、 効率化で創出できた営業資源を売上につなげる

営業効率化支援 コンサルティング

詳しいご内容・お打ち合わせをご希望の場合は、
下記までお問い合わせください。

お問い合わせ先：
株式会社日本能率協会コンサルティング
ビジネスイノベーション本部

お問い合わせフォーム：<https://www.jmac.co.jp/inquiry/reply/contact.html>
お問い合わせ番号：03-4531-4307



お問い合わせフォーム

このような課題はありませんか？

- 営業担当者が本来行うべき業務に集中できていない
- 営業担当者の事務業務が多い
- 営業部門内の分業が進まない
- 営業担当者は訪問しているが効率が悪い
- 営業担当者の時間の使い方に対するマネジメントができていない
- 営業効率化の諸施策を打っているがなかなか続かない



営業の”ムリ・ムラ・ムダ”を省き、
効率化で創出できた営業資源を売上につなげる！

営業部門では、労働人口の減少・働き方改革推進などの流れから、業務の効率化が求められています。しかしながら、決して売上・利益を損なって良いわけではなく、「効率化」と「売上・利益の向上」を同時に実現しなければなりません。

JMACの 特徴

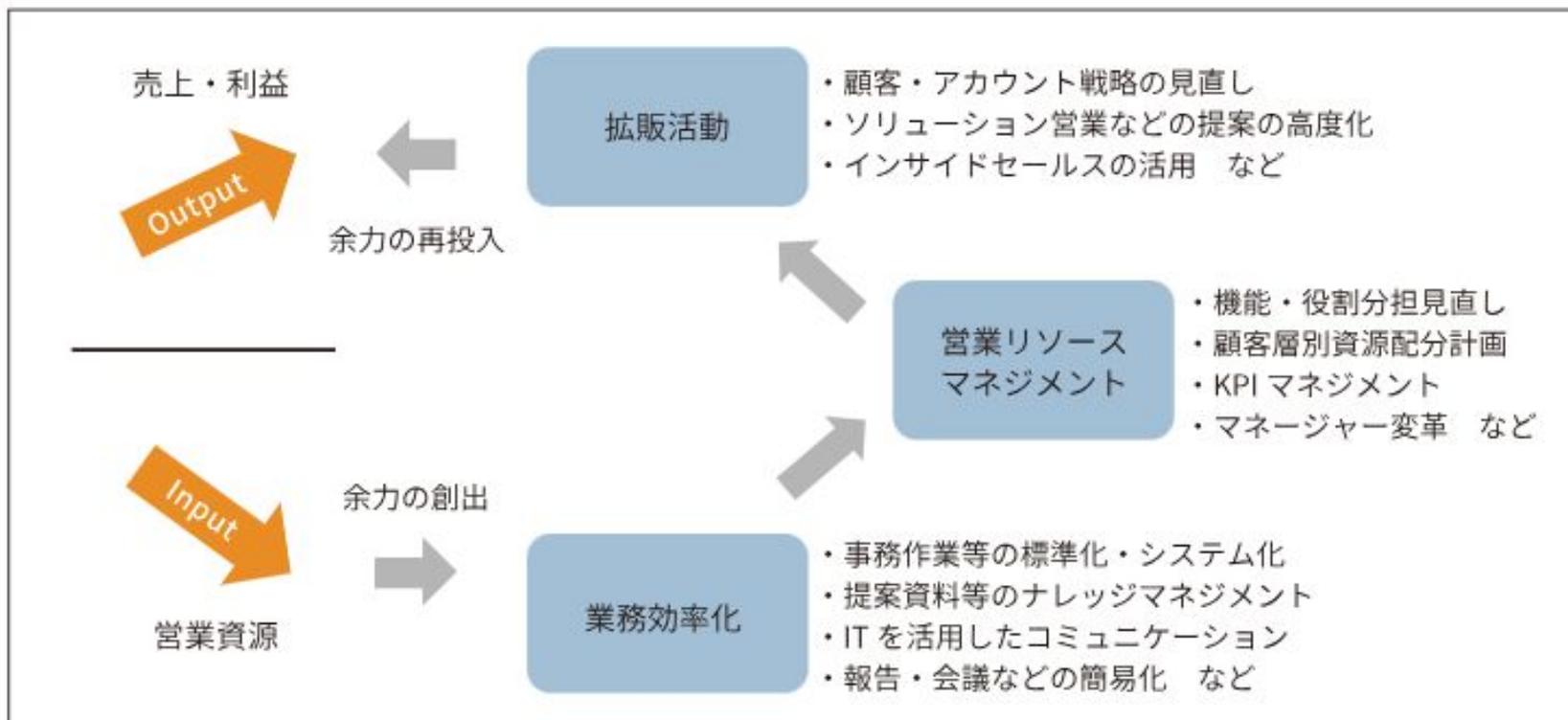
JMACの営業効率化コンサルティングでは、上記の「効率化」と「売上・利益の向上」の同時実現を可能にする営業生産性向上のアプローチをとります。それは、業務を変え、資源配分のマネジメントを変え、拡販活動の方法を変えることです。弊社はこの3つのアプローチを有機的に同時に行い、企業の営業効率化に貢献します。

さらには、営業支援部門(バックオフィス・受発注機能)の効率化も重要となります。営業部門が本来業務に専念できるよう、営業支援部門の改革もお手伝いします。

コンサルティングの進め方

1. あるべき姿の設定	<ul style="list-style-type: none">● 営業効率化に取り組む背景● 本プロジェクトの目的● 営業のあるべき姿、営業生産性目標（3年後）● トップヒアリング● 市場競合調査
2. 営業部門・営業支援部門の機能・役割・業務整理	<ul style="list-style-type: none">● 各部門および職位ごとのミッション・役割設計● 各部門の業務全体像の整理
3. 現状の問題点把握	<ul style="list-style-type: none">● 機能・役割分担上の問題点● 業務効率化上の問題点● 営業資源配分上の問題点● 顧客対応上の問題点● 将来に発生しうる問題点● 上記問題点の構造● 実態把握（機能・業務分担調査、業務量調査、活動量調査、同行調査）
4. 重点課題と実行施策	<ul style="list-style-type: none">● 営業・営業支援部門の内勤処理業務のシステム化● 業務効率化● 営業リソースマネジメント● 拡販活動● インサイドセールスの強化● 顧客層別戦略対応● SFA導入● アカウントマネジメントの導入● マネジャー研修の実施● 上記3年間の実行計画
5. プロジェクト成果のモニタリング	<ul style="list-style-type: none">● モニタリングすべき指標● 指標の把握方法● 対策会議の内容・頻度・メンバー設定● 生産性指標設定● モニタリングシステム設計● 対策会議実施

コンサルティングの進め方・ご対象部門



対象 部門

- 営業部門
- 営業企画部門
- 営業支援部門

Case①

業界	卸売業
会社プロフィール	中建築資材卸A社
テーマ	中期経営計画を実現するための営業生産性向上
背景	需要減、卸中抜きといった経営環境の変化を見越し、営業生産性向上を方針として打ち出した。しかし、業務の仕方・営業スタッフ・顧客要求のバラツキのために非効率な営業から抜け出せなかった。
取り組み内容	<ul style="list-style-type: none">● 単なる内勤業務の削減ではなく、浮いた資源を拡販余地のある顧客開拓に投入● フィールドセールスとインサイドセールスの役割分担の明確化と機能移管● 生産性向上の日常モニタリングを可能にするための営業マネジャー教育の実施

Case②

業界	製造業
会社プロフィール	機械メーカーB社
テーマ	営業生産性向上
背景	同社は製品の品質が高く、比較的高い評価をエンドユーザーから獲得していたものの、知名度、ブランドイメージともに、業界トップの競合他社には遠く及ばず苦戦していた。営業生産性を高めるべく、訪問件数や提案件数の向上を試みたが、成果を出せなかった。
取り組み内容	<ul style="list-style-type: none">● 営業活動時間の配分見直し● 得意先格付けの見直し● 営業活動の質を高めるための、営業スキル向上

Case③

業界	製造業
会社プロフィール	住宅資材メーカーC社
テーマ	営業間接部門の効率化
背景	同社は、縮小する市場に合わせて、販売会社の効率的運営に着手。その中で、複数ある販売会社の営業サポート業務の効率化・標準化に取り組んでいたが、なかなか進展が見られなかった。
取り組み内容	<ul style="list-style-type: none">● 営業サポート業務の可視化● 受発注業務の標準化・効率化● 標準化・効率化で浮いた時間を攻めの営業業務に活用

面談

貴社課題について理解し、JMACのアプローチの説明、ご提案の方向性についてご相談します。
必要に応じて、NDAをご準備します。
現場視察により理解を深めさせていただく場合もございます。

提案

お打ち合わせ内容を踏まえて、貴社課題に添ったコンサルティング計画提案書をご提示させていただきます。

契約

JMACご提案を採用いただきましたら、業務委託契約書の締結準備をさせていただきます。

実施

コンサルティングを実施スタートいたします。
キックオフを経て、

- 現状分析
- 関係者ミーティング
- 改善支援
- 推進報告会

を実施しながら課題解決に努めます。

お問い合わせ先：
株式会社日本能率協会コンサルティング
ビジネスイノベーション本部

お問い合わせフォーム：<https://www.jmac.co.jp/inquiry/reply/contact.html>
お問い合わせ電話番号：03-4531-4307