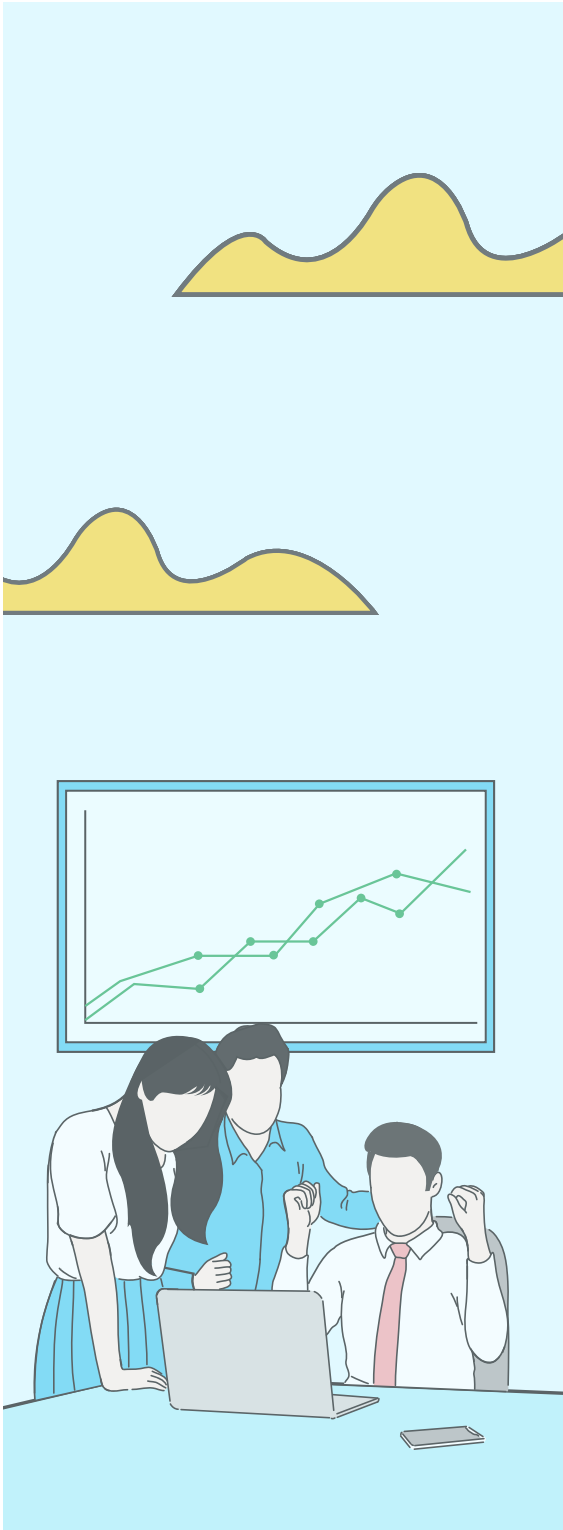


営業マネジメント 5つのセオリー





営業力の向上に課題を抱えていませんか？ 近年、働き方改革、人手不足など、企業を取り巻く環境が厳しくなるなかで、営業力を向上させていくのは非常に困難です。このような中で営業力を向上させるには、新しいマネジメント手法を取り入れる必要があります。本資料では、営業担当者の活動を効率化し、営業力を向上するために必要な、効果的なマネジメント方法について解説します。

これからの時代に必要な営業マネジメントとは

ビジネスに関係するさまざまな社会問題が深刻化し、日本企業を取り巻く環境は激しく変化しています。そうした中で営業力を向上させるためには、営業現場でのマネジメントのやり方を変えていく必要があります。まずは、営業マネジメントのあり方について「これまで」と「これから」でどのように変化したのかを確認し、現代に必要な営業マネジメントを考えていきましょう。

かつての営業マネジメント

勘と経験に頼るもの

昭和から平成にかけての営業マネジメントは、マネージャーの勘と経験に左右されるものでした。マネージャーの成功体験をベースとした指示が多く、とにかく結果を出すことばかりを声高に叫ぶものでした。

数値データを把握していない

売上金額など、営業活動の結果数値については把握するものの、そこに至るまでの活動（見込み客獲得率や商談化率など）については、数値データが取りづらく重視されていませんでした。したがって、売上アップもしくはダウンの理由がわからず、「結局は人間関係、運が勝負」などといった根拠のない理由をもとにした改善に留まっていました。

結果評価しかしない

マネージャーは、部下の行動を評価せずに、結果だけで部下を評価する状況でした。結局は、どのような行動をしようが結果さえ出れば何の問題がないとされていました。

これからの時代に実践すべきマネジメントとは

効果的なやり方を用いたマネジメント

働き方改革などによって労働時間削減が求められるようになり、マネジメントにかかる時間も減らさざるをえなくなってきました。よって、マネジメントについても営業担当者の活動が効率的かつ営業成果につながるものとなるように行うことが求められています。

ITツールを導入したマネジメント

業務効率化を推進するには、ITツールの活用が必要不可欠です。CRMをはじめとしたツールを活用し、マネージャーが素早く意思決定できるような仕組みの構築が求められています。

さまざまな数値データを用いたマネジメント

厳しい環境下で競合との戦いに勝ち抜くために、さまざまな活動を分析して営業戦略を立てる必要があります。そのために、営業プロセスごとの数値を可視化し、数値に基づいた改善を実行することが重要です。

営業担当者に効率的な活動をさせるマネジメントを行うための 5つのポイント

では、営業力を向上させる効果的なマネジメントを行うにはどのようなポイントがあるのでしょうか？5つのポイントを紹介します

1. 営業プロセスを可視化する

営業活動には、ヒアリング、アポイント獲得、提案、見積り提出、受注、納品、検収、請求といった一連のプロセスがあります。プロセスの各過程がどのような状況になっているのか。例えば、ヒアリングした顧客からアポイントを獲得できる率がエリア別、担当者別に全体平均と比較して高くまたは低くなっているかといった状況を可視化できるようにします。状況が可視化されることで、課題やとるべき対策が明確になり、適切なマネジメントを実施できるようになります。

2. 営業担当者全員が営業プロセスを実行できる仕組みを構築する

例えば、ヒアリングを実施したら提案を作成する前に必ずアポイントを獲得し、より詳細な顧客のニーズを理解する必要があります。しかし、営業担当者が独自の営業アプローチを実施していると営業対応の質が担当者によって下がるなどの課題が生じます。また、営業プロセスを可視化するためにも、営業担当者が営業プロセスの各活動を正しく実行するようコントロールする必要があります。

3. タスク漏れを防ぐ仕組みを構築する

例えば、自社サービス概要資料の送付や契約内容に関する上司との確認など、営業アプローチの中で、営業担当者は顧客からさまざまなリクエストを受けます。多くの案件を抱える営業担当者にとって、こうしたタスクを漏れなく対応することが困難である反面、ミスが発生した際には顧客からの信頼に影響を与えることもあるでしょう。そのため、営業担当者は顧客から依頼を受けた際には速やかにタスクとして登録し、また期限内に対応されるようリマインドを通知する必要があります。こうしたタスクの対応状況をレポートとして可視化し、遅延の発生状況をモニタリングすることで、適切な指導が可能になります。

4. KPIを明確化する

営業成果（営業力）を測る指標がKPIです。KPIがなければ営業力が向上したのか把握することができません。KPIは営業ファネルごとに設定すると良いでしょう。

営業組織のKPIの例

- 商談化率
- 受注率
- 受注単価
- 受注までのリードタイム など

5. KPIの状況を把握する・共有する

KPIの状況をリアルタイムかつ手間なく把握・共有できる仕組みを構築しましょう。KPIを迅速に把握することで、営業活動の改善を迅速に行えるようになります。改善を積み重ねることで営業力の向上につながるでしょう。

これらのポイントを実行することで、営業力の向上と業務の効率化が実現できるでしょう。

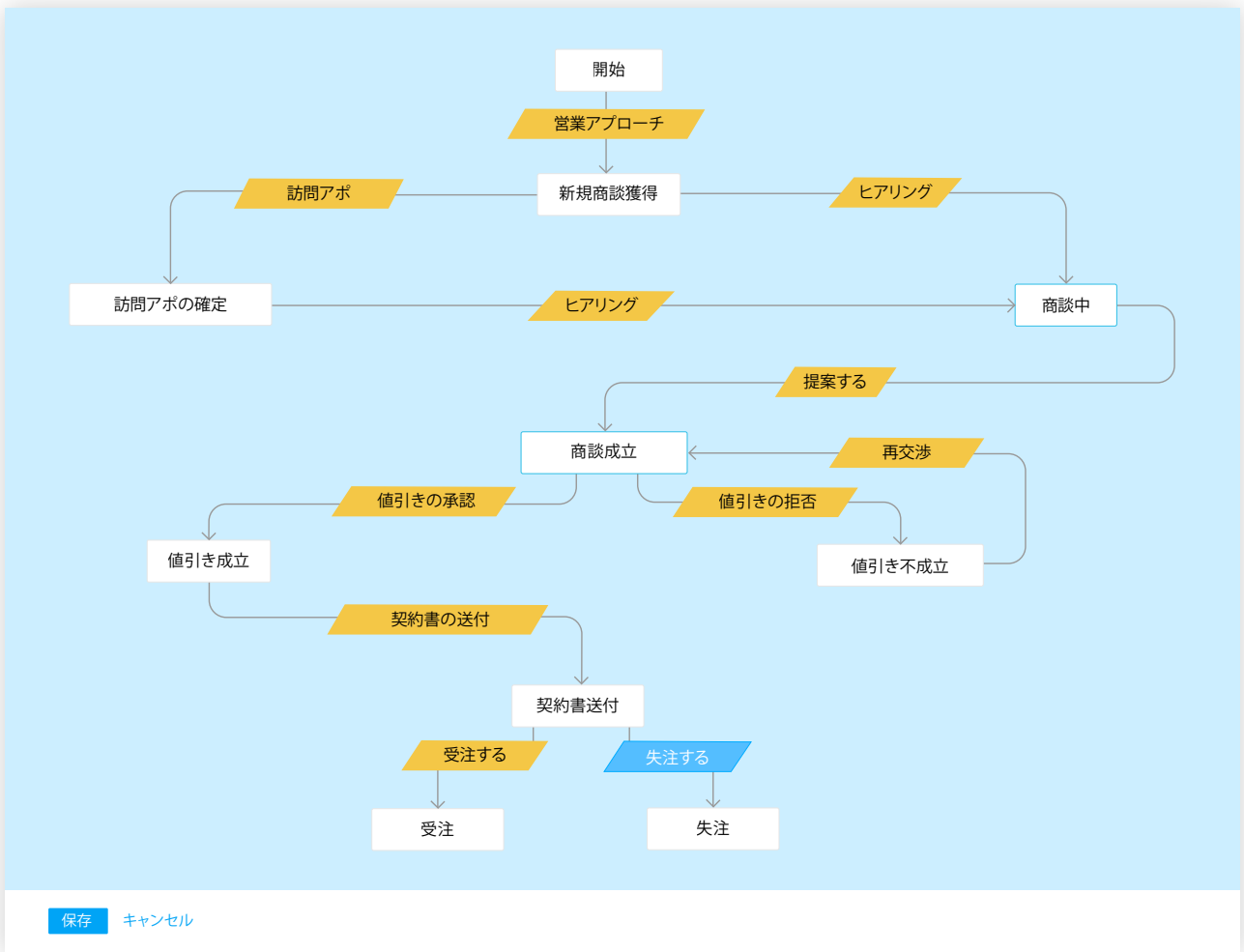
この実行のカギとなるのがCRMの活用です。次のページからは、CRMの具体的な機能を解説します。

CRMを用いた効果的なマネジメントの実践方法

ここでは、5つのポイントの実行を支援するZoho CRMの機能を紹介します。

ブループリント

ブループリントは、営業プロセスを自由に設計する機能です。さまざまな営業の形態に応じて、営業活動においてやるべき活動を可視化します。さらに、期間設定機能や営業プロセスが実行されたかを管理するタスク機能まで有しています。この機能を活用することで、営業プロセスの可視化と、営業担当者全員が営業プロセスを実行できる仕組みを構築することができるでしょう。



ワークフロー

ワークフローは設定した条件が満たされた時に登録されている業務を自動的に実行してくれるものです。ワークフローを使うと、サンクスメールの自動送信や見込み客データの自動作成、担当者の自動割り当てなどが可能になります。



ダッシュボード

ダッシュボードは、営業組織のKGI・KPIの進捗状況をリアルタイムで参照する機能です。ブループリントに沿った営業プロセスを実行することで、必要な情報がCRMに登録されてゆくため、特別な集計作業を行うことなく最新の数値を把握することができます。



レポート

レポートは、特定の条件でデータを抽出する機能です。例えば、ダッシュボードで確認したKPIで進捗が著しくない数値があった際などに、レポート機能を使ってその原因を分析していきます。

1. タブ情報

タブの選択

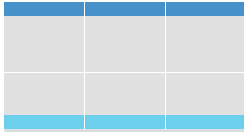
商談 ▼

関連タブの選択

- 取引先
- 連絡先
- 連絡先の役職
- ステージ履歴
- キャンペーン
- 商品

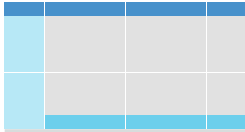
2. レポートの種類

表形式レポート



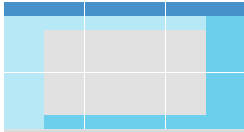
表形式レポートでは、データの一覧を表示します。

サマリーレポート



サマリーレポートでは、データのグループ化や合計数などを表示します。

マトリクスレポート



マトリクスレポートでは、縦横軸を利用してデータを項目別に表示します。

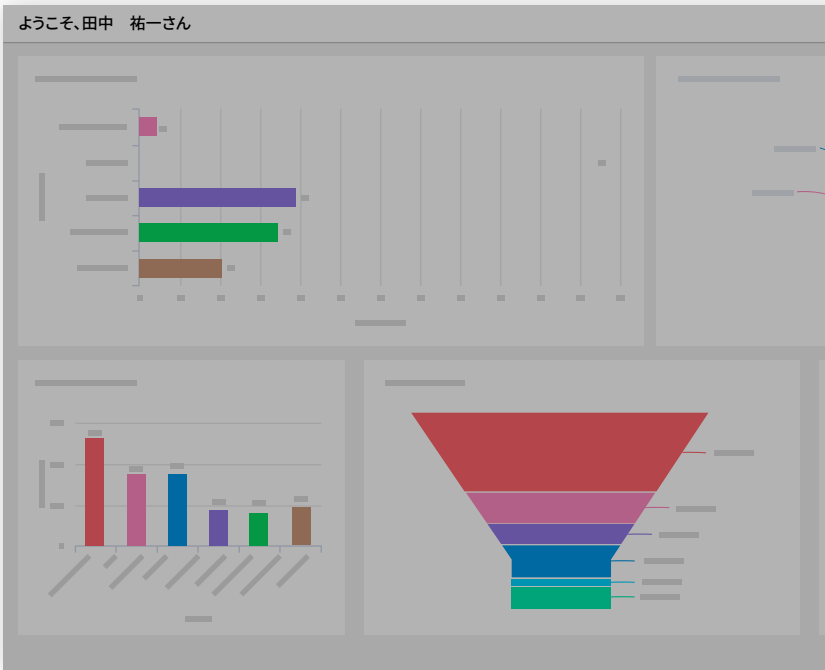
次へ
キャンセル

Zia (ジア)

Ziaは営業アシスタントAIです。営業担当者が入力するデータや毎日のタスク状況を分析して、営業担当者のKPI(営業成果)がどのように進む見込みか予測してくれます。

この機能により、営業担当者はいち早く軌道修正することができるでしょう。

ようこそ、田中 祐一さん



Zia

売上予測

¥1,905,678 の売上を達成しました。

メモ: 営業フォローの頻度を増やし、タスクの期限切れを防ぎましょう。

水曜, 1月 22

注意

先月のタスクの完了率が普段より**54% 減少**しました。

今日

提案

同じタスクの処理に業務時間の30%を消費しているユーザーが3人います。ワークフロー機能を活用し、タスクの処理を自動化しましょう。

[ワークフローのルールを表示](#)

ゲーミフィケーション

Zoho CRMのゲーミフィケーションは、メモの追加やメール送信といった毎日のタスクをゲームのように捉え、活動結果に応じてバッジやトロフィーを獲得できる機能です。営業チームメンバーとトロフィーの数を競ったりすることもできます。ゲーミフィケーションを活用することで、営業プロセスの実行がさらに楽しくなるでしょう。

トロフィー		バッジ				+ 新しく追加	
トロフィー	チャレンジ	アクション	タブ	基準			
 見込み客のスピードスター	商談獲得マスター	変換	見込み客	1 日	10 ポイント	<input checked="" type="checkbox"/>	
 最短タスク処理	タスクの完了	完了	タスク	10 ポイント	期限切れ -5 ポイント	<input checked="" type="checkbox"/>	
 最短平均商談期間	受注	受注	商談	10 ポイント	期限切れ -5 ポイント	<input checked="" type="checkbox"/>	
 メール送信マスター	メール送信	送信	メール	5 ポイント		<input checked="" type="checkbox"/>	
 メモ登録チャンピオン	メモの追加	作成	メモ	5 ポイント		<input checked="" type="checkbox"/>	

この資料では、営業力を向上するために必要な、効果的なマネジメント方法を解説しました。働き方改革などの社会環境の変化によって、企業はより効果的なマネジメント方法を探しています。マネジメントをより効率化するための要点は、本資料で紹介した5つのポイントとCRMの活用です。IT技術の進歩により、営業成果に直結する新しい機能がCRMに加わっています。CRMをいち早く活用することで営業力が向上し、企業としての競争力向上につながります。この機会にZoho CRMの導入を検討してみてくださいはいかがでしょうか。




15日間無料でお試しいただけます。

[登録はこちら](#)

自社での活用方法に関するご質問や製品デモのご要望などがございましたら、
ゾーホージャパン株式会社営業窓口までお気軽にお問い合わせください。

ゾーホージャパン株式会社 営業窓口

 0120-007-542

 sales@zoho.jp

Zoho、Zoho CRM のロゴマークは Zoho Corporation Pvt. Ltd. の登録商標または商標です。記載されている商品名、各製品名は各社の登録商標または商標です。また、当社製品には他社の著作物が含まれていることがあります。

本冊子の内容は、2025年5月8日現在のものです。本書に記載された仕様、デザイン、その他の内容については、改良のため予告なしに変更される場合があります。