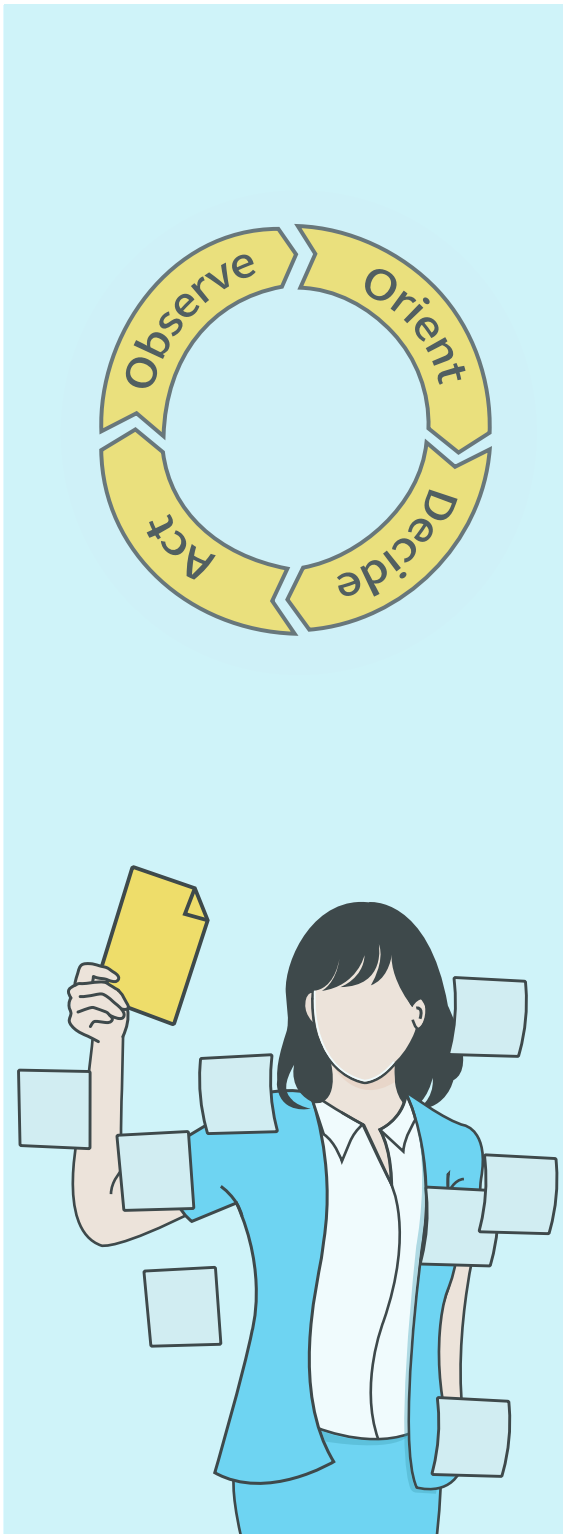


適応力を育てる マネジメント術





営業活動の成果を最大化するには、PDCAサイクルをしっかりと回すことが大切と言われてきました。上司から「PDCAを回せ」という指示を受けたことがある人も多いのではないのでしょうか。しかし、現在の営業現場では市場環境が急速に変化しており、PDCAサイクルではもはや対応しきれなくなってきています。そこで新たに登場したのがOODAループという手法です。

この資料では、OODAループの概要とOODAサイクルを実践するためのCRMの活用方法を解説します。

PDCAサイクルの限界

まず、PDCAサイクルの概要と、なぜPDCAサイクルが近年の営業現場に合わなくなっているのかを解説します。

PDCAサイクルとは

PDCAサイクルとは、工場の生産性を上げるために作られたフレームワークであり、決められた工程を改善していくための手法です。

製造業界で作られたフレームワークですが、さまざまな業界での業務改善にも応用できることから、営業部門をはじめとしたビジネスのあらゆる部門に導入されるようになりました。

多くの営業部門では、PDCAサイクルを活用して以下の流れで営業活動が行われています。



営業部門におけるPDCAサイクル

計画(P): 営業計画を立てる

実行(D): 営業計画の実行

評価(C): 営業成績の評価

改善(A): 改善案の立案

今でこそPDCAサイクルは多くの営業現場に定着しましたが、ITツールが浸透する以前は営業成績を可視化することが難しく、スムーズにPDCAサイクルを回すことが困難でした。しかし、2010年以降は、CRMやSFAといったITツールの浸透により営業成績がスピーディに可視化できるようになりました。その結果、ボトルネックとなっていた営業成績の評価をスムーズに行えるようになり、PDCAサイクルをスピーディに回せるようになりました。



PDCAサイクルの限界

ところが、万能に見えるPDCAサイクルも近年では時代に合わなくなっていると言われていいます。現在のビジネス環境は、変動性 (Volatility) や不確実性 (Uncertainty)、複雑性 (Complexity)、曖昧性 (Ambiguity) が高く予測が困難であり、これらの頭文字をとって「VUCAの時代」と言われています。

PDCAサイクルは、計画(P)の精度が高いことを前提に成り立っています。よって、このようなVUCAの時代では、精度の高い計画を立てることが困難であり、PDCAを始められないということが発生しがちです。また、始められたとしても計画(P)の立案に時間がかかりすぎてしまい、マネジメントサイクルが機能せずに改善スピードが遅くなる状況に陥ってしまいます。そして、事業スピードも遅くなっていき、企業成長に陰りが出るという結果につながります。

このような背景から、PDCAサイクルは近年の営業現場に合わなくなっていると言われています。

OODAループによるマネジメントサイクルとは

次に、OODAループの概要を解説します。

OODAループとは、VUCA時代にさまざまな組織が成果を上げるための新しいマネジメントサイクルであり、以下の単語の頭文字をとった造語です。

Observe (O) : 観察
Orient (O) : 仮説構築
Decide (D) : 意思決定
Act (A) : 実行

OODAループの特徴

OODAループの起点は、計画を立てることではありません。まず、ビジネス環境を観察・分析することから始めます。なぜなら、現代のビジネス環境は変化が目まぐるしく、その時々によって環境が異なるからです。そして、どのようにビジネスを進めるべきか仮説を立て、意思決定をして実行に移します。つまり、その時々によってアプローチが変わります。この、観察から実行までの流れをスピーディに行う手法がOODAループです。OODAループを採用することで、目まぐるしく変化するビジネス環境にも対応できるようになるでしょう。

PDCAとの違い

PDCAサイクルは、今の環境が変化しないことを前提に、精緻な計画を立てるところから始めます。そして、実行を経て計画通りに進んだかを評価し、次の計画を修正するという流れをとります。一方、OODAループは精緻な計画を重視していません。ビジネス環境の変化が速い時代においては、精緻な計画を立てる意義が低いという考え方に立っています。そのため、決められた工程を重視せず、その時々を環境をスピーディに観察し、その環境が変わらないうちに実行に移します。

このような背景から、VUCA時代に対応する新しいマネジメント手法としてOODAループが注目され始めています。

CRM活用によるOODAループの実践法

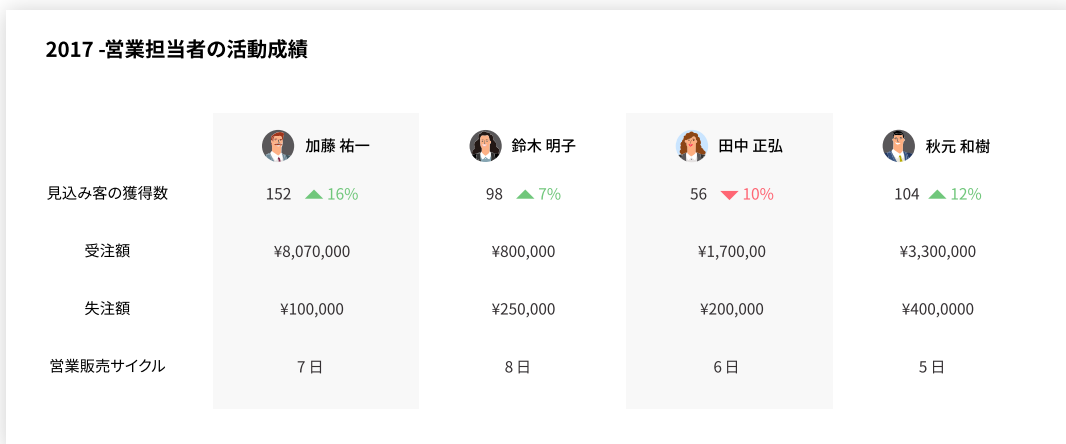
では、どのように営業現場でOODAループを回せば良いのでしょうか。

OODAループの導入を成功させるには、ITツールを使った省力化と業務の高速化が鍵となります。

ここでは、Zoho CRMを活用したOODAループの実践方法を解説します。

ダッシュボードを用いた数値の把握 ~Observe (O)~

Zoho CRMのダッシュボードを用いれば、マーケティング活動および営業活動全体の状況をリアルタイムかつスピーディに把握できます。ダッシュボードをカスタマイズして、目的に合わせて柔軟に数値を把握することが可能です。営業成績がどのようになっているか、迅速に把握することがOODAループの第一歩です。



レポートを用いた数値の分析 ~Orient (O)~

レポート機能では、さまざまな観点から数値を分析することができます。レポートのドリルダウン機能を使って詳細に分析することで、どのようなアクションを起こすべきか仮説を構築しやすくなるでしょう。



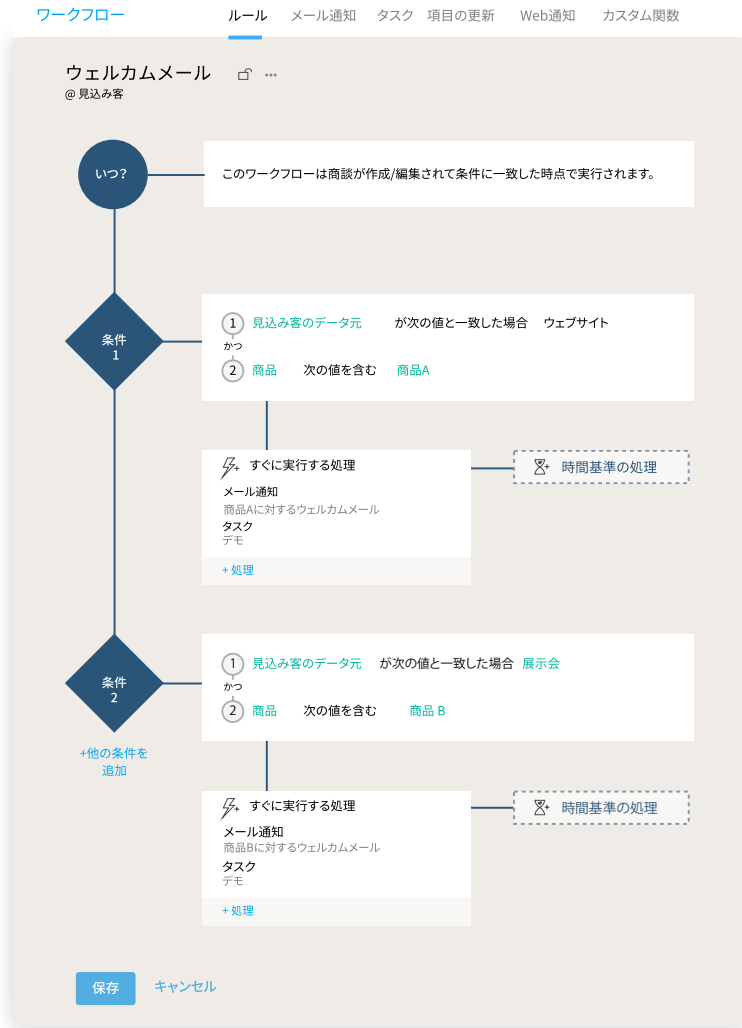
分析結果からの意思決定と実行準備 ～Decide (D)～

Zoho CRMのレポートには、予測レポートというものがあります。この機能を活用することで、現時点の数値状況を把握するだけでなく、今後どのように数値が変化するかまで把握することができます。これらの機能を活用して迅速な意思決定をしましょう。

ワークフローとブループリントを使った高速実行 ～A(act)～

Zoho CRMのブループリントは、営業プロセスを設計する機能です。この機能では、行うべき営業活動や条件分岐（特定の条件を満たした場合のみ行う業務）、その活動を行う期限などを登録することができます。また、ワークフロー機能では、設定した条件を満たした時の後続の処理を自動化することができます。例えば、見込み客がある資料をダウンロードした時に自動でセミナー案内メールを送ることが可能になるのです。こうした機能を利用すれば、Decide (D) において決定した事項を簡単にCRMに組み込むことが可能になります。






さらに、自社独自のビジネスステージとその過程で実施される活動を設計図のように描くことでCRMにパイプラインとして登録できるブループリント機能を利用できます。これにより、全営業担当者が正しいプロセスに従い活動するようコントロールし、各タスクをスムーズに実行できるようになっています。このように、Zoho CRMを活用することでOODAループを簡単に営業現場に導入することができるのです。

この資料では、OODAループの概要とCRMを活用したOODAループの実践方法を解説しました。不確実で予測不可能と言われるVUCAの時代には、PDCAサイクルに則って順序立てて進めるマネジメント手法では、市場で置き去りにされる可能性があります。OODAループのように、現場で起きている状況を把握したうえで、数値に基づいた分析を迅速に行い、意思決定から実行につなげるマネジメント手法が必要です。そして、OODAループを実践するにはCRMなどの営業活動を支援するITツールが不可欠となります。この機会にZoho CRMの導入を検討してみてもいかがでしょうか。



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