



『 営業会議の革新 』

営業開拓力の強化には心構えや技術的向上など、いわば「心・技・体」が当然重要である。しかしそれらと同じく重要なのが「営業部の体質づくり」である。これより「営業部の体質づくり」の根幹ともいえる営業会議について、革新すべき点を述べたい。

1. スケジュールを立てる

—∞—∞—∞—∞—∞—∞—∞—

悪い営業会議は、トップ・部門長が話しまくる、罵声・怒号が飛び交うなどである。これらに共通しているのは、いつ終わるかわからないことである。このような会議の後、トップ・部門長は自己満足に浸りきり、営業担当は疲弊している。

では業績が堅調であり、社員がイキイキしている営業会議はどうかというと、スケジュールがあることである。何時に始まり、どれだけの時間配分で、いつ終了するのが明確になっている。つまり、メリハリがあるのである。

2. 議事録を作成する

—∞—∞—∞—∞—∞—∞—

筆者の前職は東証一部上場企業であった。上場企業という見栄えは良かったが、会議の議事録はなかった。今にして思うと支店長の独壇場、結果を報告する場としての機能しかなく、会議と会議のつながりがない“点の会議”状況に陥っていた。

良い会社の議事録とは、トップコメントと決められたことのみ書かれている。言わばシンプルなのである。

3. 情報共有の場とする

—∞—∞—∞—∞—∞—∞—∞—

悪い営業会議の場合、情報が共有化されず、結果だけを詰め合っている。“忍耐・辛抱”は育まれても、人材は育たない。

良い営業会議は、これらの情報以外に全社業績、クレーム、入金管理状況などあらゆるものが共有化され、討議の対象になっている。

成果とは、業績＋人材育成である。ぜひ身近なマネジメントにも革新の手を差し伸べ、古いしきたりや因習に囚われず“蟬脱”を目指していただきたい。

以上

◆上記コンテンツは、タナベ経営 メールマガジン「マネジメントレター（無料）」バックナンバーより掲載しております。

詳しくはこちら http://www.tanabekeiei.co.jp/member/mail_magazine/index.html

◆本レターの内容につきましては万全を期しておりますが、ご利用によって被ることのある損害に対しましては責任を負いかねますのでご了承ください。掲載された記事の著作権は、すべて(株)タナベ経営および原作者にあります。

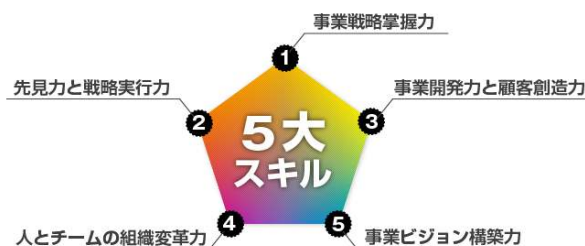
発行・編集 株式会社タナベ経営

「経営幹部」から「戦略幹部」の時代へ

プロ戦略幹部スクール

構造転換期を迎える日本経済と言われる中、過去の経験や成功体験だけでは成果を求められない時代になった。「プロ戦略幹部スクール」は、全社方針のもと、自社や事業部門の事業環境の変化を見極め、事業戦略を立案、推進できる“戦略幹部”に必要な3つの力、先見力、事業戦略力、組織変革力を鍛え、自らの手で次の時代を切り拓ける“戦略幹部”の養成を目指す。

回	テーマ
第1回	事業戦略を掌握する ～プロ戦略幹部の条件～
第2回	経営環境と取るべき基本戦略を学ぶ 経営戦略セミナーへ参加
第3回	先見力と戦略実行力を徹底的に鍛える
第4回	事業開発力で未来の顧客を創造する
第5回	人とチームの組織変革力
第6回	高収益体質の事業ビジョンづくり



会場：東京・大阪

日程：10月～3月

料金：427,350円

お問合せ

(株)タナベ経営 ネットワーク本部
担当 湯山

住所：〒532-0003 大阪市淀川区宮原3-3-41

TEL:06-7177-4006 E-mail: nw@tanabekeiei.co.jp