

売上アップ

【特集】—— 中小企業と コンサルタントのための 営業力強化支援

営業力強化による売上アップは、中小企業のみならず支援するコンサルタントにとっても重要なテーマだ。本特集では“営業支援のプロ”たちが、営業力強化のための理論や手法を大公開。売上に至る営業プロセスや5つの評価軸をはじめ、諸問題を可視化する「営業力診断アンケート」や、それらを解決する「営業力強化メニュー」について、その実践事例とともに解説。

長期的な経営支援の実現とコンサルティング能力向上のために——。

営業力を科学する売上UP研究会
<https://sales-up.jp>



- 第①章—— 営業の本当の問題を可視化する「営業力診断アンケート」
渡邊 卓
- 第②章—— 営業課題可視化による売上アップ実践事例1
—— 既存顧客関係強化と新規顧客開拓の両面で成果
緒川 直樹
- 第③章—— 営業課題可視化による売上アップ実践事例2
—— コミュニケーションの活性化と部門間連携で成果
坪田 誠治

【特集】—— 売上アップ 中小企業とコンサルタントのための **営業力強化支援**

第①章

営業の本当の問題を可視化する 「営業力診断アンケート」



渡邊 卓

中小企業診断士。営業力を科学する売上UP研究会代表。中小企業に寄り添った事業計画づくり、営業力強化が得意分野。著書に「事業計画のつくり方」(あさ出版)、「中堅社員・マネジャー層のための「実戦」経営戦略」(三修社) など執筆多数。watanabe4531@gmail.com

1 企業と支援者に不可欠な営業力

(1) 中小企業の最大の課題が営業力強化

「うちは営業が弱くて……」という経営者の嘆きを何度も耳にしたことがあるだろう。価格的に割安な他社に仕事をとられたり、取引先から値下げ要求を受けるなど、売上を維持していくことは大変である。

日本政策金融公庫が中小企業経営者に調査したところ、経営基盤強化に向けて注力する分野の1位は「営業・販売力の強化」だった(図表1)。

経営者が営業力の強化、その結果である売上アップに対して強い危機感を抱いている表れだ。

我々コンサルタントは、冒頭のような嘆きに対して経営支援が強く求められている。中小企業では、社長1人、または古参営業幹部に頼り切った属人的営業が多数を占める。大企業のように、組織的な営業活動ができていない中小企業は少ない。属人的営業の場合、キーマンが定年や病気で職を離れたら、売上が急減しかねない。そんな不安を経営者は抱えている。

企業が安定した売上を上げるためには、誰でも一定レベルの営業力を発揮できる組織的営業の仕組みが望まれている。

(2) コンサルタントにも営業力強化が必要

実はもう1つの側面がある。営業力強化による売上アップは、企業を支援する側である我々コンサルタントにとっても大事なテーマだ。何年も顧問として関係を継続している企業では、とすれば支援内容がマンネリになり、いつ契約が終了するかという不安が募りがちだ。新しい切り口やコンサルティング分野を打ち出して、関係強化の必要性を痛感している読者も多いだろう。

本特集では、企業の営業力がどのように構成されているかを理解したうえで、営業における問題を可視化するための営業力診断アンケートと、アンケート結果から明らかになった問題を解決する

図表1 経営基盤強化に向けて注力する分野

1位	営業・販売力の強化	65.1%
2位	人材の確保・育成	64.2%
3位	販売価格引き上げ・コストダウン	35.3%
4位	供給能力の拡充(設備増強等)	23.9%
5位	財務体質の改善(借入金返済等)	19.5%

注：3つまでの複数回答、n=544

出典：日本政策金融公庫「2019年の中小企業の景況見通し」2018年12月4日