



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成29年05月22日 第820号「週刊五十嵐レポート」

トヨタ生産方式による営業カイゼン

日経ビジネス誌に「トヨタ生産方式を作った男たち」というノンフィクションが連載されている。毎回楽しみにしているが、今回は「営業のカイゼン」。これは「ランチェスター経営」の考え方と一致している。

トヨタが行った営業のカイゼンは次の通り。まず営業マンが1日、どんな仕事を何分、行なっている作業分析をする。ストップウォッチを手に1日中、営業マンに付いて歩く。「バックヤードの整理、20分」「業務日誌の記載、30分。セールスするに出かける準備、5分」。車の中でもストップウォッチは手放さない。お客と接客しているときも隠して計測。

時間分析を行わないと営業のカイゼンはできない。実際に営業マンの仕事見ると、お客さんと接している時間は意外に短い。セールストークをしている時間はあっという間。原因は、事務の仕事や車の査定をしている時間が長くなるため、接客の時間が物理的に短くなる。営業カイゼンの肝は、接客する時間を最大限に増やすこと。接客以外の仕事のムダを切り詰め、余裕のある接客をする。

セールストークの指導はなく、セールス技術の研修もなく、店舗やヤードの整理整頓をして、事務所の仕事や打ち合わせ時間を短くすれば、余裕を持って営業に臨める。セールスするための事前の準備をできるようになる。営業の成約率も上がり、見込み客開拓に時間をかけることができるようになった。

ランチェスター経営では、営業マンの仕事は大きく3つ。お客の所へ行く「移動」時間と会議や打ち合わせの「社内」時間とお客との「面談」時間。このうち粗利益が生まれるのは「面談」時間だけ。「移動」も「社内」も必要だが粗利益を生まない。「移動」や「社内」を少なくし、「面談」を多くすれば、利益性は良くなる。訪問型営業の場合、地域戦略(ドミナント)につながっていく。特定の地域に集中してお客ができると効率の上昇に伴い利益性が抜群に良くなる(市場占有率の原則)。

営業は顧客と接する時間を最大限に増やすこと。ITが進化してもやはりココ。

ちょっと
気になる出来事

5月11日(木) 栢野克己(かやのかつみ)の「小さな会社の稼ぐ技術」セミナーを開催後、動画を編集。経営戦略の復習のために参加された受講者に8本の動画を配信。

編集するために何度か動画を見た。いろいろ聞き逃したものや見逃していたものが見えてきた。その中に栢野さんが役立つ図書をなにげなく言っていた。(新たな発見)

島根県にある断トツ企業の「不思議な会社に不思議なんてない」(島根電工/荒木恭司/あさ出版)。マクドナルドの創業者「成功はゴミ箱の中に」(プレジデントブックス)。「成功している人はなぜ神社に行くのか?」(くるり書房)。

「不思議な会社に不思議なんてない」は読んだ。いい会社の要素が凝縮されている。経営ノウハウをFC展開で全国へ。簡単にマネできない。

微差×積み重ね=大差。



一口×モ
知識

経営資源の目標

企業が業績をあげるうえで必要な3種類の経営資源について目標が必要。経営資源の「獲得」、「利用」、「生産性」に関わる目標である。

経済活動には3種類の資源が必要。それは、「人的資源」と「物的資源」と「資本(明日のための資金)」である。企業は、これらの経営資源を引きつけ、生産的に利用できなければならない。特に人的資源と資金を引きつけることができなければ、永續できない。

人的資源の入手は、マーケティングの考え方が必要。「われわれが欲しいかつ必要とする種類の人材を引きつけ、留めておくためには、わが社における仕事をいかなるものとしなければならないか」「いかなる種類の人材を獲得できるか。それらの人材を引きつけるには、何をしなければならないか」を問うことが必要。

P.F.ドラッカー「チェンジ・リーダーの条件」より

「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時

「戦略社長塾東京」小岩校 毎週水曜日 午前10時～12時

「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

