

チーム営業

◎◎ 2 ◎◎

ちのありたい姿を思い描くこと、それを皆で言葉にして共有すること、に意義がある。

◎◎◎ ◎◎◎
感じたことを言葉に

取り組むことは、5、6人のグループになって、3年後のビジョンと戦略ロードマップを描く。営業部(所)に考えた時間ができた。「収益を上げるにはどうしたらいいか」とつい考えたくなるが、最初に

現場ビジョン作る



◎マンガエッグ・エンターテイメント

感じるまま表現する

3年後に自分がどんな働き方をしていたいか? ビジョン? 経営者が考えることではないか?

感じるまま書いてみては? わ... 私は... うん... 私... 感じるまま書いてみては?

顧客視点で最高の知恵と技術を 武装ヘリのようになる!

すごい熱意! じゃあ俺は装甲車で応戦すんな!

部はどんな雰囲気なのか? 自分はどんな仕事の仕方をしていきたいのか? その実現のための戦略とロードマップは? 行動や判断の軸はどこに置く? イメージが作りやすいよう、さまざまな会社のあり方を描いたDVDを見せたり、雑誌を何十冊も用意する。ピンときたらそれを切り抜き、模造紙に貼って感じたことを言葉にする。「自己ベスト」「会社に行きたい!」「指名ナンバーワン」「仲間が最高!」「お客さまからありがとう!」などの言葉が次々に書き込まれる。ある時、30歳前後のおとなしい雰囲気のある女性社員が、雑誌にあった武装ヘリの写真を切り抜いて模造紙に張り付けた。「武装ヘリは

創造チーム」などありたいチームの姿を時間軸で考える。自分で考えたことが絵や文字で「見える化」され、営業部になると、事務スタッフまでもが新しいアイデアを出して営業に貢献する意欲を持つようになる。社員自身が考え、表現する機会を作ること、思わぬことが起こり組織が活性化していく。業績も環境が厳しさを増しても記録を更新していく。それでいて忙しくなるかというところでもなく、反対に残業が少なくなるという共通の特徴もある。どこに力を入れて、何をやめればいいのか学習していく組織になるからである。 (アイマム代表取締役社長嶋谷光洋、Food Team Co., Ltd.)

日本食糧新聞