

チーム営業

◎◎ 6 ◎◎

◎◎◎◎◎
周囲を巻き込む

継続的に収益を上げるには、一人のできる営業マンに頼るのではなく、組織と組織が関係を深めることが必要だ。営業メンバーも、ちろんのこと事務員も

「取引」と「取組み」が異なる。取引とは、単なる駆け引きで、ペーパースは損得勘定だ。「安い商品持ってきてい

に象徴されるように何とか介入する余地はない。値段と数量で商売が決まる。一方、取組みとは、どうゆう売場を巻き込んで取り組む

決断と第一歩を踏み出し、リスクを負いながらお互いが信頼できていく関係だ。業績が振るわないある営業所の事務員はこんな言葉をつぶやいた。「うちの営業所は、昔は商売していたのに、今は納品しているだけ」。

昔を懐かしんでいる暇はない。今すぐ周囲の量を増やしたいなら需要のある安い商品を買って

創発の場づくり
売上げを上げるには量の追求が不可欠だが、利益構造に視点を転ずると、価値ある事業をやっているかどうか考える必要がある。

ここでチームが力を発揮する。顧客の期待を超えるサービスを提供し続けるためには、一人の力では限界があるからだ。アイデアを出せる場があれば、創

発が生まれる。 実例を紹介しよう。 食品会社のA営業所は、高級スーパーB社に新しいお肉を紹介したいと考えた。そのスパーが大切にしていることを調べると、世界の塩コナーがあったこと、塩へのこだわりを感じた。そこでA営業所は、B社社

「取引」と「取組み」が異なる。取引とは、単なる駆け引きで、ペーパースは損得勘定だ。「安い商品持ってきてい

創発の場づくり
売上げを上げるには量の追求が不可欠だが、利益構造に視点を転ずると、価値ある事業をやっているかどうか考える必要がある。

ここでチームが力を発揮する。顧客の期待を超えるサービスを提供し続けるためには、一人の力では限界があるからだ。アイデアを出せる場があれば、創

発が生まれる。 実例を紹介しよう。 食品会社のA営業所は、高級スーパーB社に新しいお肉を紹介したいと考えた。そのスパーが大切にしていることを調べると、世界の塩コナーがあったこと、塩へのこだわりを感じた。そこでA営業所は、B社社

会議が自然にできるようになる。前述のA営業所の試食会も10分会議を3回繰り返した後に生まれたアイデアだ。できる営業所の日報は、こんな会議をやった、と内容について書かれている一方、業績の悪い営業所の日報は、どこで商談をしました、と単なる業務報告書になっているケースが多い。プロセスや改善、人が育つ仕組みに目が向いていない。 最近ではスタンダードも会社を強くし、利益を支える基盤になる。しかし、長時間の会議ではすぐに集まらない。コストもかかり、利益を圧迫する。そこで有効なのが、キッチンタイマーだ。会議する時間をセッティングしてスタートすると、集中力が高まり、繰り返すうちに内容の濃い

「取引」から「取組み」へ



後日
あの店はどんなことかわかるか？
世界の塩コナーが50種類ありました
それだ！その塩で試食会しましょう
おー10分経ったなキッチンタイマー！
短くてもアイディア出るな！
アールもカフエ感覚で良いですね
グッジョブ集中できます！
会議の質を上げる
皆ですぐ考える風土を作る、これが実は最も会社を強くし、利益を支える基盤になる。しかし、長時間の会議ではすぐに集まらない。コストもかかり、利益を圧迫する。そこで有効なのが、キッチンタイマーだ。会議する時間をセッティングしてスタートすると、集中力が高まり、繰り返すうちに内容の濃い

日本食糧新聞

© J-MAIL CO., LTD.