



売上を伸ばせば、会社の問題の8割以上は解決する！
【着実に売上を上げる強い営業部を作るためのコンサルティング・サービス】

営業組織強化・営業マン養成 コンサルティング

営業部を強くする！
営業マンの営業力を高める！
営業マネージャーの役割を担う！
そして、着実に売上を増やす！

**2012年5月～、
本格的にスタート！**



株式
会社

ティーシーコンサルティング

2012年4月

営業の組織と人を強化する！

- (株)ティーシーコンサルティングは、(株)ティーコネクション・ホールディングス時代から、**トップセールス的なビジネス・マッチング**(営業先や提携先の紹介)で、コンサルティング先企業の売上アップを達成してきました。
- しかし、それだけでは、継続的な着実な売上の確保はできません。やはり、各社の**営業組織(営業部)や人(営業マン)**を**具体的に強くしていく**ことがどうしても必要です。
- そのため、このたび、ソフトブレンサービス(株)などで、豊富で確実な実績を有する**政清三枝**を**シニア コンサルタント**として迎え、**TC社長の富田賢とのペア**により、営業組織と営業マンを強化するコンサルティング・サービスを**本格的にスタート**させます。

【シニア コンサルタント 政清 三枝】

神戸大学法学部卒業。採用コンサルティング、人事コンサルティング会社にて、大手・中小企業の採用支援・面接指導・評価、効果制度構築を行う。

その後、ソフトブレン(株)グループの中小企業向け営業支援を専門とするソフトブレンサービス(株)を経て、株式会社アイブランを設立。

2012年5月～、当社・シニア コンサルタント。営業組織構築や強化、営業マンの営業力強化のコンサルティング及び研修を得意としている。



- 皆様、お気軽に、ご依頼ください！



社内でこんなことが起こっていませんか？

①社員にやる気がみられない。

②営業の進め方について各人にバラツキがある。

③営業部の予算を一部の社員だけに頼っている。

④モデルとなる営業社員がいない。

⑤計画的な営業ができていない。



⑥トップ営業マンにリーダーとしての資質がない。

⑦成績のいい営業マンが下を育てることができない。

⑧営業会議が「詰め会議」になっている。

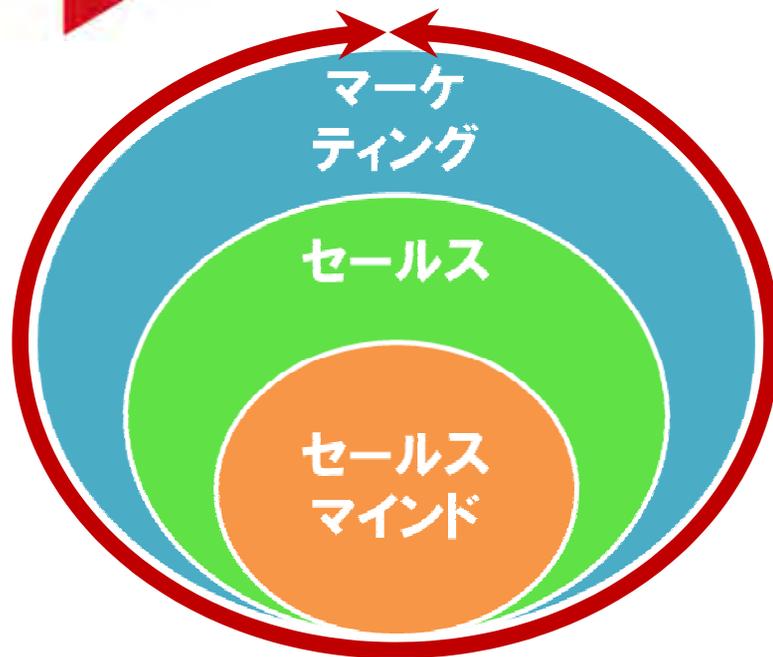
⑨受注見込みと実際の受注に大きな乖離がある。

⑩社長や営業幹部がいつも怒らないと組織が動かない

これらの原因は営業マネジメントの不在によるものです。

着実に成果を上げるために必要なもの

マネジメント



■マーケティング

モノが売れるしくみの全体像の理解
自社マーケティング分析の仕方
営業戦略の立て方

■セールス

営業スキル、対人対応スキル

■セールスマインド

営業組織に属するものとして仕事に対する姿勢。
自分の軸。目標達成意識。楽しむということ。

■マネジメント

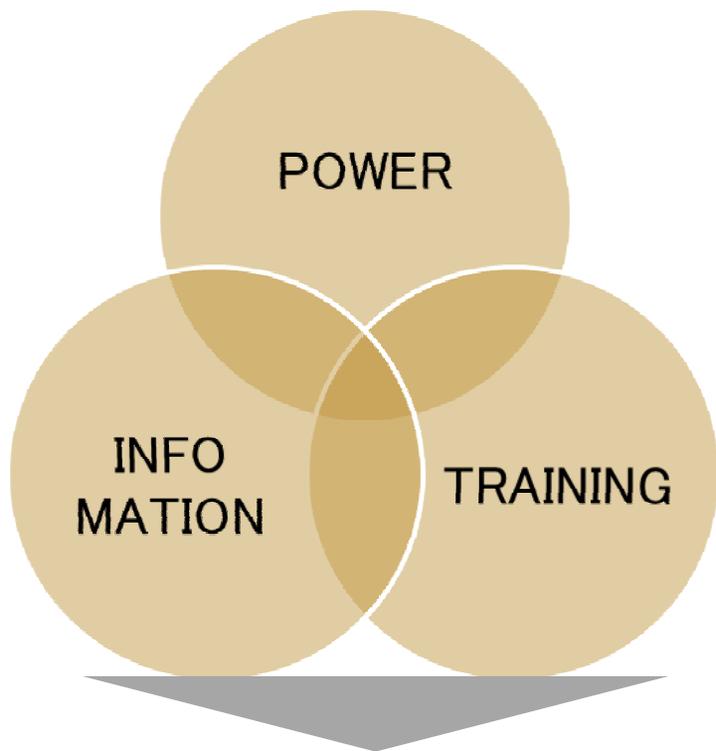
組織に対して、リーダーシップを発揮しながら
組織が円滑に動くための仕組みづくりを行う。
日報、月報、会議のやり方。営業ツール、
顧客管理方法も含む。

これらを**同時に学ぶ**とともに、
継続して体験・実践していく事で
確実に営業部を売れる組織に育て上げる。

これが営業マネジメントでやるべきこと

成果を出せる「営業マネージャー」の条件

社長・営業幹部のマネジメントは「PIT」



●POWER

何よりも、メンバーにパワーを与えなくてはならない。明るさや自信をもった発言。人に本気でぶつかる。そういった人物である必要がある。

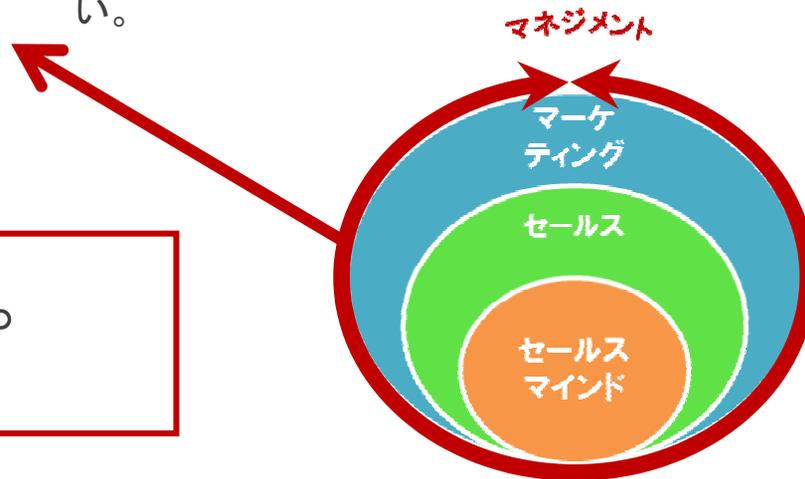
●INFORMATION

メンバーに勝てる有益な情報を与えなくてはならない。結果だけ求めてはいけない。

●TRAINING

メンバーが勝てるように、指導や研修を行い、スキルアップさせてあげなくてはならない。結果だけ求めてはいけない。

課題を発見し解決する。
結果を出す





「営業マネージャー」がいない、もしくは、 どうやって育てたらよいかわからない。

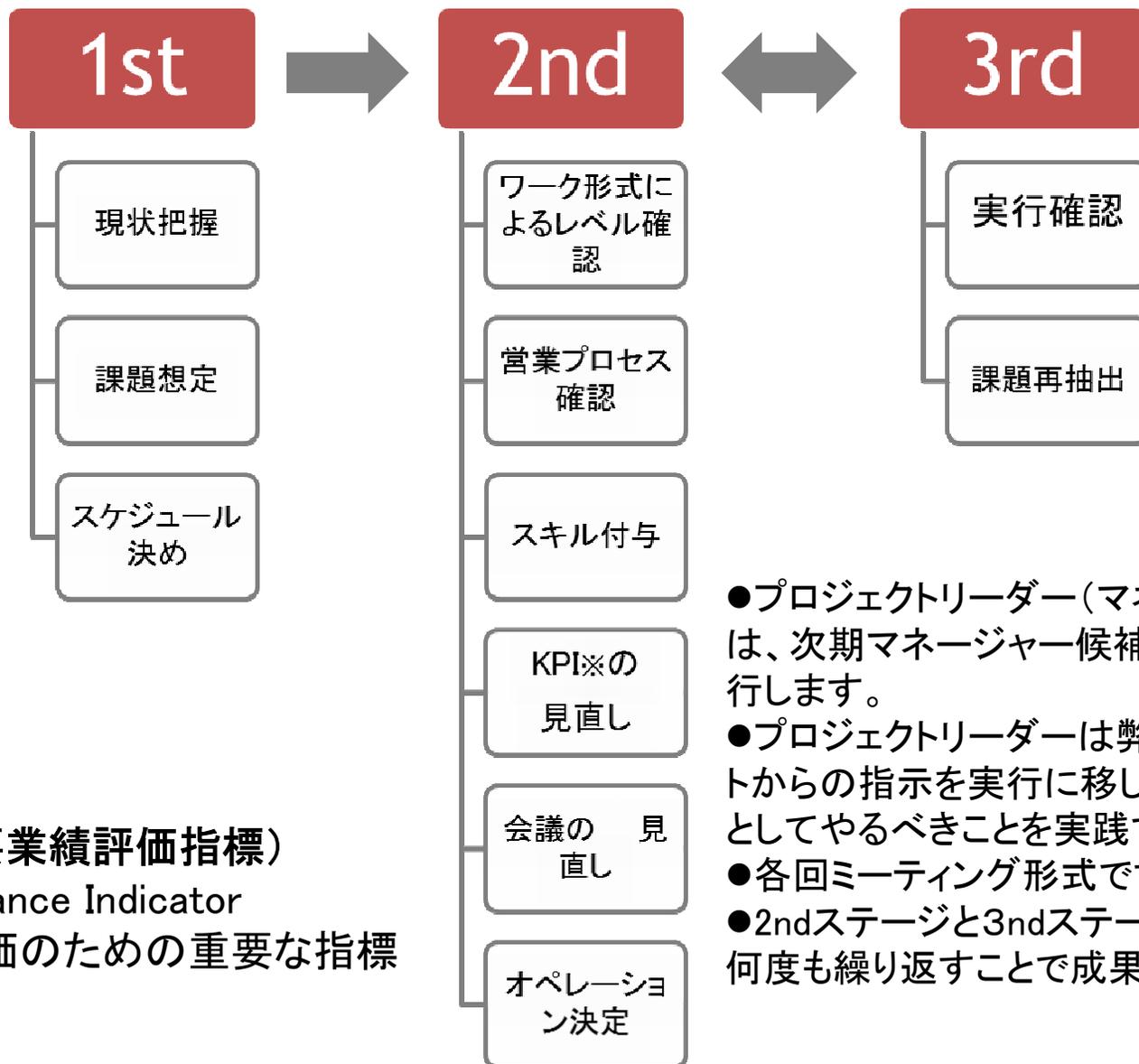
- 「営業マネージャーは、営業マンの延長線上にあるものではなく、前頁の「PIT」を実行し、**メンバーに営業をさせる人材**です。
「営業マネージャー」は会社全体を俯瞰して把握し、常に「どうあるべきか」という問題意識を持って、営業メンバー全員を動かしていかななくてはなりません
- 本来であれば、**経営者が社員を営業マネージャーとして育成できることがベスト**です。
しかし、**営業マネージャーの仕事を知っていて教えることができる経営者は少ないのが、実情**です。社長自身がトップセールスマンであるケースが多いのではないのでしょうか？
- **優秀な営業マネージャーをフルタイムで採用しようとする**と**高い給料が必要**になります。
一般営業メンバーであれば成果報酬型のアウトソースを活用すれば足りるケースがあります。
しかし、「営業マネージャー」は、**いずれ会社の要になる人材で育成する必要があります**。

「営業マネージャー」をアウトソーシングする！

- TCが「営業マネージャー」の役割を担えるコンサルタントを、一時的に投入し、社内に営業マネージャーとはどんな仕事をしなくてはならないのかを具体的に教えて教える。
- その結果、社長や経営幹部が経営の傍ら、営業マネジメントを兼務しながら営業スタッフが「営業マネージャー」として育つまで待つまでの間、営業成績向上をもたらす。



営業組織育成コンサルティングの進め方



※ KPI(重要業績評価指標)

Key Performance Indicator

業績管理評価のための重要な指標のこと

- プロジェクトリーダー(マネージャーもしくは、次期マネージャー候補)を決定して実行します。
- プロジェクトリーダーは弊社コンサルタントからの指示を実行に移し、マネージャーとしてやるべきことを実践で学びます。
- 各回ミーティング形式ですおすすめ。
- 2ndステージと3rdステージを何度も繰り返すことで成果を上げます。

コンサルティングの進め方



頻度	週1回～2週間に1回
時間	1回2～3時間程度
形式	営業会議形式
参加者	現行の営業の責任者。社長の場合は社長。 もしくは次期営業責任者候補 及び主要な営業メンバー(打合せにより決定)
参加人数	本コンサルティングの参加に相応しいメンバー最大5名程度。 但し、2ndステージのスキル付与部分については全営業メンバーが参加可能。人数は問わない。
始め方	・まずは2～3時間程度の課題想定ミーティングとして幹部会議とメンバー会議(前頁1st参照)を実施 ・現行の営業会議に弊社コンサルタントが参加 ・コンサルティング参加メンバーでどのようにすすめていくかの計画を立てる(前頁1st参照)

- **コンサルティングは営業会議形式です。**クライアント様の状況に応じて1週間に一回もしくは2週間に一回のペースで行います。**1週間に1回**が最も効果的です！
- 組織内全員と何度も対話をします。
→課題の本質を把握できる。
(ex.部下が言うことをきかないのではなく、上司が仕事の進め方を示していない。早く資料が出せないのではなく、基幹システムが複雑すぎて手間がかかりすぎる)
- 営業会議で、緻密な営業進捗のヒアリングを行なう
→やっておかなくては**いけない**ことを**会議で毎回指摘**されるので、自然に営業でやるべきことが身につく。
- 必要があれば、営業同行も行い、顧客と面談する。
→顧客のニーズやタイプを把握したうえで、営業スキル改善、営業ルール改善を行なうので、一般的でない個別具体的な改善施策を実施することができる。
- 正しいセールスマインド、セールススキル、マーケティングスキル、マネジメントを同時に見せる
→具体的にどうすればよいか、理論よりも感覚的に身に着く。

コンサルティングの進め方詳細(例)

1st	1回	営業幹部ミーティングにて課題の分析
	2回	営業メンバーとのミーティングにて課題の分析
	3回	営業会議参加、営業同行による課題の分析
	4回	営業改革キックオフミーティング 1. 改善すべき点 2. 新たに取り組むべき点 3. 役割分担 4. 改善スケジュール決定

3rd	10回	1. 必要な営業ツールの洗い出し 2. 実行役割分担
	11回	1. 営業会議フロー再確認 2. 営業資料確認 3. 実績確認 4. 課題の抽出 5. 課題の解決 ↓ 継続

2nd	5回	1. 目標の確認 2. 売るために必要な要素の理解 3. 現状の課題抽出ワーク(営業部の課題解決の仕方の現状)
	6回	1. セールスマインドの理解と共有 2. マーケティングの概要理解 3. 自社商品のマーケティング分析ワーク
	7回	1. セールスプロセスの標準化、共有化、見える化の重要性 2. セールスプロセスの確認と課題抽出 ① リスト収集・集客 ② 見込み客抽出 ③ 商談 ④ 納品・アフターフォロー
	8回	1. 商談スキルの習得 ① 事前準備(仮説の立て方) ② アプローチ(信頼関係構築スキル、外見、みだしなみ等) ③ ヒアリング(傾聴スキル、ヒアリング項目) ④ プレゼンテーション (解決策・プロデュース策提示、プレゼンスキル) ⑤ クロージング(行動決定) ⑥ アフターフォロー
	9回	1. マネジメントの理解とマネジメントポイント作成ワーク 2. 営業計画発表

●コンサルティングは営業会議形式で実施します。

●2ndステージについては課題により実施内容が異なります。

●3rdステージでは2ndステージにおいて学習したことが実行されているかを継続的に確認します。

当コンサルティングの効果

このコンサルティングを受けることにより、下記のような効果(成果)が得られます！！

①営業としてやるべきことが明確になる。

②営業の進め方が標準化される。

③やることが明確なので社員がやる気になる。

④組織営業が実現できる。

⑤計画的に営業ができる。

⑥営業マネージャーが育つ。

⑦部下の育て方がわかる。

⑧営業会議が解決の場になる。

⑨受注見込みと実際の受注の乖離が少なくなる。

⑩社長や営業幹部がいつも怒らなくてよくなる。



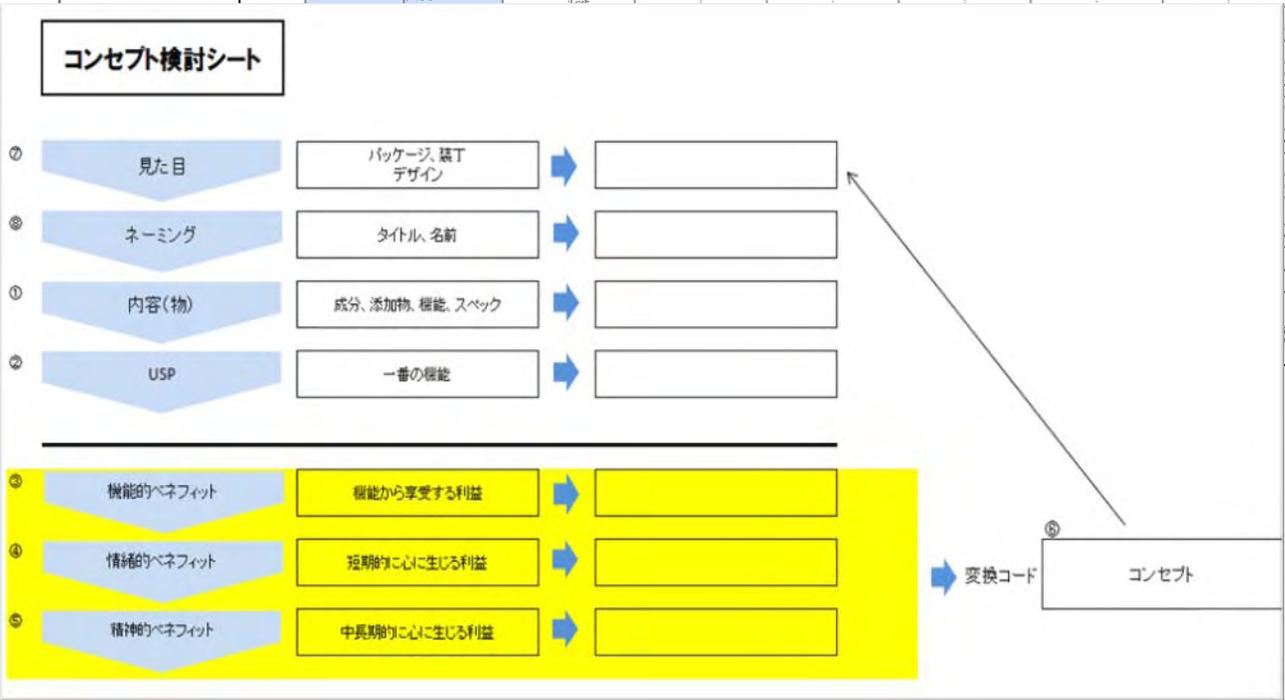
(参考資料1) 課題抽出シート

マインド	目標達成意識	各自が数字目標に対して達成しようとする意識をもっているか
	自己実現意欲	各自がキャリアビジョンを持ち、日々の業務をその途上ととらえているか
	時間意識	時間効率性を考えているか。また期日・時間厳守をしているか
	顧客意識	顧客のことを考えた行動、対応を意識しているか
	社内意識	チームのことを考えた行動、対応を意識しているか
	セルフマネジメント	自分で考えて、創造し、改善していったらいいか。
マーケティング	商品	主力商品と商品の幅の決定
	戦場	ターゲット及び営業地域、エリア、範囲の決定
	競合	競合相手決定、競合の情報収集
	戦術	具体的営業プロセスの策定に基づく営業方法とその仕組みづくり
	人員配置・資金配分	人の配分と組織づくり。営業資金の適正な配分
	生産能力・仕入ルート確保	メーカーなら生産体制、販社なら仕入ルートの確保と品質管理
	業界知識	業界に対する知見を十分に備えているか。それらの知見は最新のもののか。
	商品知識	業界の主な商品、技術、品質等に対する知識を備えているか。それらは最新のもののか。
	自社知識	自社の強みを理解しているか。自社の付加価値が認識され、共有化されているか。
	WEBマーケティングスキル	WEBを活用した効率のよい集客方法が実践されているか。
マーケティング開発スキル	自社商品を市場・顧客に結びつけるアプローチ方法を開発するスキルを有しているか	
セールス	人脈	顧客獲得や営業効率上有利な人脈をもっているか。また開拓ノウハウをもっているか。
	営業スキル	営業生産性の高いスキルが見える化され共有化、標準化されているか
	対人スキル	役割に応じたリーダーシップ、コミュニケーション、ファシリテーションスキルを有しているか
マネジメント	組織能力開発	プロセスマネジメント、ナレッジマネジメントができていますか
	営業マネジメント	マーケティング・営業プロセスに応じた適切なKPIの管理、活用手法をもっているか。
	業務オペレーションスキル	効率よく業務を遂行するためのオペレーションプロセスを構築、実行するスキルを有しているか
	課題解決スキル	論理的思考、プロジェクト運営等問題解決に必要なスキルを有しているか
	業務整理	各業務フローの見える化、共有化、標準化
	職務分担	各人のやるべきことを明確にする
	ツール整備	顧客管理、予実管理、各種営業資料の見える化、共有化、標準化
	営業会議フロー整備	課題解決の場としての位置づけ、解決フロー決定、確認事項決定
	育成	育成の仕組みを構築
	評価	正当な評価制度を構築

(参考資料2) 各種ワークシート

自社USP				MD計画サンプル														
① 製品	② サービス	③ スタッフ	④ チャンネル	月	10月		11月		12月		1月		2月		3月			
				留意	秋の行楽シーズン													
					クリスマス 食べ過ぎ・飲み過ぎへのケア 花冷え対策 お正月 冬のボーナス 卒業式													
				価格先行or価値先行	プライス	バリュー	プライス	バリュー	プライス	バリュー	プライス	バリュー	プライス	バリュー	プライス	バリュー		
				スキンケア	保湿	ビューティショット	ヘアケア	アロマ										
					ホワイトニング	薬用プロシアド	ホワイトスキン											
				洗顔・クレンジング	ソープ	フェイスケア	フェイスソープ											
				スペシャルケア(アブエイファンクパック)	しめ	ブラシージェル												
					しわ	Ataria 保湿ジェル												
					パック	キャビタパック												
				化粧品	スキンケア													
					ボディケア	ボディケア	ボディケア											
					シャンプー	シャンプー	シャンプー											

地	地域の規模	
	人口密度	
	気候	
人口動態	年齢、性別	
	世帯規模、家族構成	
	所得、職業	
	学歴、世代	
サイコグラフィック	社会階層、ライフスタイル、パーソナリティ	
行動	購買状況	
	求めるベネフィット(品質、サービス、経済性、利便性、迅速性)	
	使用者タイプ(非使用者、使用中止者、潜在使用者、初めての使用者、常時使用者)	
	ロイヤルティタイプ	
	製品に対する態度	





料金・体験プラン

項目	単位	金額(税別)
営業力強化コンサルティング 期間は、6ヶ月を基本とします。 ただし、3ヶ月間から始めることも可能で、 1年間続けると最も効果的です。	1ヶ月 1週間～2週間に 1回の訪問 (週1回が基本) なお、宿題等へのメール での対応を含む。	月次コンサルティング料 定価:50万円(税別) (回数や負荷、難易度によって、 ご相談により決めます。)

- お客様の課題、ニーズ、回数や負荷、難易度に応じて料金の変動があります。
ご予算や契約期間についてご相談をお受けいたします。
- コンサルティング期間内に、必要に応じて、複数人での社内研修を実施する場合、
別途、費用が必要となる場合があります。(例:「富田賢のシュートを決める!新規開拓営業」など)

まずは「どんなものか試したい」という方のために体験プランもご用意しました!

3時間の研修に本コンサルティングの重要な要素をダイジェストで盛り込みました。
この体験プランでTCコンサルティングの営業マネジメントの質を実感してください。

目的	営業目標を達成するためにリーダー、スタッフそれぞれが具体的に何をすべきかを知る。
時間	3時間
形式	研修形式 参加人数 10名まで
実施内容	① 目標数字の確認 ②セールスプロセスの確認 ③ 目標数字を達成するための行動量の確認 ④目標数字を達成するための質の確認 ⑤ 目標を達成するための1日の行動内容の確認 ⑥営業管理方法の確認
料金	10万円(税別)



問合せ先

代表取締役社長 富田 賢 tomita@tcconsulting.co.jp
シニア コンサルタント 政清 三枝 masakiyo@tcconsulting.co.jp

株式会社ティーシーコンサルティング

TEL: 03-4530-8537 FAX: 03-3470-8538

〒107-0062 東京都港区南青山2-11-13 南青山ビル7階

(東京メトロ「外苑前」から徒歩3分。青山通りのホンダの並び、伊藤忠の斜め前！)

