

## 売上高もとに対応優先順位

仕事は時間との戦いです。仕事を完ぺきにやり遂げることは理想かもしれませんが、現実的には不可能です。ではどうすればいいのか。よく言われることですが、優先順位、すなわちメリハリをつけることが大切です。

A社は食品機械の販売会社です。販売先は食品工場で、取引先を拡大し、業績を順調に伸ばしていきました。しかし、最近お客さまから、営業の対応が悪くなったなどのクレーム

た。その後、それぞれの営業マンに顧客別の売り上げに関するパレートの図を作成してもらいました。

パレートの図とは、売上額などを表す棒グラフを、左から多い順に並べるものです。また折れ線グラフを作り、全体に占める売上高の比率を見ることが出来ます。

ここからわかったことは①営業マンの抱える売上高の8割は、上位2～3割のお客さまで上げていること②お客さまの売上高と訪問に要した時間が必ずしも釣り合っていないこと、の2点でした。よって、売上高をもとにした訪問の優先順位を決め、上位2割のお客さまを中心に考えたスケジューリングを立てることとしました。

また、売上高が下位のお客さまには、対応マニュアルをつくって事務員が対応できるようにしました。事務員も直接お客さまに接するようにになり、モチベーションが高まるなどの二次的効果もあり、お客さまからのクレームが激減したのでした。

## 【診断士の目】

ムが増えてきたのが悩みのタネでした。原因は、営業マン一人当たりが担当する顧客数が増え、お客さま1社1社との接触が少なくなってしまうためでした。社長は中小企業診断士に相談することにしました。

診断士は、社員を増やすことなく営業の効率を高めるために以下のアドバイスをしました。まず、営業マン一人ひとりに、毎日の顧客訪問数、訪問先別営業時間を1カ月間記録するように依頼しまし

(中小企業診断士・東條裕一)

## 営業効率高めクレーム削減