

メンター通信

第23号

発行元

メンターシステム(有)
TEL0593-98-0123
FAX0593-98-0153

お陰さまで3期目突入です

この一ヶ月八日で3期目に突入です。
私は独立前から、今流行りのブログ
で日記を付けています。

(<http://www.i-mentor.jp/>)

の塾長日記よりお入り下さい)
一年前、二年前とさかのぼってみま
すと精神状態が変わっていく様がよ
く分ります。

初年度のこの日は、案内葉書を作る
のに必死で、パソコンに当り散らし
ていたようです。次の年は、暴発的
な独立を悔やむ内容が書かれていま
した。今年は、前向きにネットショ
ップの立ち上げを書きました。
ようやく前を見られるようになった

ランチェスターマネージメント三重

ランチェスターマネージメント三重は、
竹田陽一氏のランチェスター経営三重県の代理店です。
2003年11月に立ち上げたメンターシステム(有)が運営しています。
塾長 岩崎 功

『営業力強化4つの対策』セミナー
終了しました。有難うございました。

日 時 平成17年10月20日(木)
講 演 午後 7:00~9:00
場 所 中小企業家同友会 4F

◆お客様の声
営業を戦略として考えていくことは、
非常に重要で、いろいろな視点から

ようです。

私にとっては、かなりの進歩です。

「よくまあ、潰れんと、もっているなあ」これが正直な感想です。
運があつたからだと思えます。

もう一つ大きな理由は、中小企業家同友会に入会していたことが
大きいと思えます。

なんと言いますが、「経営」「金儲け」「成功」「金儲け」「ビジネス
」「金儲け」こんなことを宣伝しているところは山ほどあります
が、中小企業の経営について地に足が付いた考え方を教えても
らえたのがこの会でした。

それからそこでお知り合いになった先輩経営者の助言と励まし
です。

先日もイナトウの稲垣さんから、熱いメールを頂きました。
稲垣さんのメールは、いつもピッシリ詰まっていて熱意溢れる
メールで、大先輩から頂くと

「背筋をぴんと伸ばし姿勢を正し前を見る！」

そう言われているような気がします。目に力がある人というの
はメールにも力があるのだと感ぜずにはいられません。

もう一つは、人のご縁です。

同友会に入りたいと思つたのは、見学に行ったその時です。

私にとっては経営者の集まりなんて初めてのことで、こんな中に入って大丈夫かなあ。

「ちよつと覗いて合わなかつたら、止めておこつ。」ぐらいにしか考えていませんでした。

忘れもしません、文化会館の第3ホールを入り受付でうろつろしていたら、「おつ、岩崎さん！」

だれも知らないはずなのに声を掛けてくる方がみえるではありませんか。

ふつと見ると東洋電機の竹内稔さんでした。

私は竹内社長とは、一度しかお会いしたことがありませんでした。にも関わらず声を掛けて頂いて、本当に助かりました。

お人柄は家内から聞いて知っていましたので、直ぐに入会しようと決めました。(家内の方がよく知っています)

あの時声を掛けられずにいたら、どうなっていたかは分かりません。この縁を作って頂いたが、竹内社長に感謝です。

こういつた縁がなければ、どうなっていたのか。私は、相田みつを

さんの言葉が好きですがその中で

そのときの出逢いが
人生を根底から
変えることがある
よき出逢いを
みつを

も、次の言葉が一番好きです。

「そのときの出逢いが

人生を根底から変えることがある

よき出逢いを」

これからもよき出逢いで事業を継続していきたいと思っております。

営業力強化4つの対策セミナー後味

10月20日に営業力強化のセミナーを行いました。

多数ご参加頂き有り難う御座いました。

2時間という短い時間で伝えられたかどうか。

そこで、この通信でも少し触れておきたいと思います。

『営業力を強化する』と聞きますと、営業マンのスキルアップと考えるとまいがちです。

ですが、営業マンのスキルがアップしさえすれば会社の業績がよくなるか？と言いますとそうではないのです。

会社売れる仕組みになっていないのに、営業マンがいくら頑張っても、それは個人技ではありません。

会社をよくするということは、よい仕組みを作るということに他なりません。具体例を上げてみましょう。

セールスマンを悩ます4つのルール

私は、トヨタ系の車の販売店にいました。

当手を振り返りますと、営業マンにはいろいろなルールがありました。

取りようによっては、締め付けとでもいいましようか。

営業マンにとっては、やりにくい事はかりです
まず一つ目は、テリトリ制です。

一歩でもテリトリ外へ行けば、他の営業マンから
さまざまな攻撃があります。

例え成約に至っても、成績にはなりません。

2つ目は、注文を貰うことになってからの決まりです。

契約のときに少しでもお金を貰うことです。

当時は2万円貰って来い！なんて言われていました。

他の販売店はどうかと言いますと、「お金は後でよい」というのが
普通だったんです。

3つ目が値引きです。

一営業マンには値引き幅などと与えられていませんでした。

必ず会社に確認をとって、金額を出すのです。

4つ目が納車時のルールです。



全額入金事前に確認しない限り、納車をしてはいけません。
ローンの場合は別ですが、確認できない場合は車を持って帰って
来いというんです。

営業マンは、本当にやりにくいです。(今はどうか分りません)
では会社としては、どうだったのかを考察していきたいと思いま
す。

テリトリ制については、最後にまとめます。
まずは注文時の前金です。これは効果テキ面です。
とにかくキャンセルが少なくなります。

キャンセルは勿論受け付けますし、返金もするのですが、そこに
精神的な壁が出来てきます。

もう一つの効果は、キャッシュフローが改善されることです。

一ヶ月に会社全体で500台ほど販売されていました。

仮に2万円ずつ頂いてきても、一千万のキャッシュが入るわけ
です。

当時の金利はどの程度だったのか記憶にありませんが、通常車の
登録、納車は1ヶ月ぐらい掛ります。この効果たるや大変なもの
です。

次に値引きについてです。

これは前号でも触れましたが、値引きを言えないことで営業マン

は工夫をしなければなりません。

値引きの承認を得るには、タダ一つ。

お客さんが車を買うという時だけです。

このことで、買う気もない人に値引きを連呼するようなことは防げます。そして営業マンの販売確率も上がります。

納車時のルールは、かなり厳しいです。

言わずと知れた、不渡りの防止ですね。

そこで、私はできるだけ現金にしました。

振込みだと振り込み確認まで、数日掛ります。決済条件を現金で行うわけです。そうするとお金のことですから当日納車を取り止

めることも意外と話し安くなります。

そのお陰で、お金を数えるのがとても早くなりました。(笑)

これら3つは営業の戦術力を上げるために物凄く効果的でした。

この仕組みを作ることは、戦略分野になります。

最後に残ったテリトリ制ですが、テリトリを限定されることで私は無心で訪問することができました。結果として訪問件数が著しく増えたことになりました。

ランチエスター戦略を学んで、それとは別の観点で大変なことに気がつきました。

それは、集中してお客さんを増やすことの効果です。

テリトリをしつかり回ると言うのは、お客さんを守るという以外にも一つ大切な意味があります。

それが市場占有率の原則です。

市場占有率が、1位で、26%以上を有し、2位以下を10対6以上で離れた状態を、戦略的1位といいます。

この戦略的1位になると、

紹介が増え、経費が節約され、廃業倒産があるとお客さんが流れてくる1位の原則が働きます。

これは一営業員では体感できません。

しかし会社にとっては、勝手にお客さんが来るのですから、営業経費を掛けずに売れることになります。

店を開けていたら買いに来てくれるというのは、この市場占有率が影響します。

こう考えてきますと、

経営者の仕事は、『率先して金儲けをすることではな

く

率先して儲かる仕組みを作ること』

に他ならないと思います。儲かっている会社は、違う！

そうなるには、次の4つの手順で行っていくと早く手が打てます。

利益性の原則をマスターする

地域戦略の原則をマスターする。

営業マンの実力を強化する

新規開拓の実力を高める

一度、自分の会社の営業システムを見直してみても如何でしょうか。

本当に儲かる仕組みになっているでしょうか。

自然発生的に、営業をこなしているとしたら

景気の波や業界の波をモロに受けてしまいます。

手を休めて、戦略を考えて見て下さい。

先日行ったセミナーでお気付きになった点を頂きました。

営業を戦略として考えたいと言うことは、今後どうしても

意識していかなければならないということを強く感じました。

やっていかなければならないという事を強く感じました。

営業コストが高いという事も非常に強く感じました。

(アーム保険センター 田中様)

営業経費の中味の分析 (朝日金属 数下様)

陶山訥庵の戦略、細分化、一点集中、部分制圧、各個撃破、全

体制圧 (匿名さん)

地域戦略において、細分化 一点集中 部分制圧 各個撃破

全体制圧。のところ(陶山訥庵の究極の地域戦略)に興味を

覚えました。(MCシステム 出

口様)

営業は大変な仕事だ。でも話の内容が出来れば結構楽に出来る
うですね!どこまでいっても、何をしてもやはり人間関係が
一番大事ですね。(匿名

さん)

営業地域の決め方が参考になった

(東海フォトデザイン 岡様)

人間関係を作る重要性

重要度などの数値化による説得力、理解度の向上 (匿名さん)

全く営業をやっていないので新鮮に感じた。

これから営業をやっていく上で、良い勉強になった。

例えば、先生の実例を挙げての説明が分りやすかった(匿名さ

ん)

まったくの営業暦が無い者にとって、営業とはどういうものか
と受講した。どのような職業でもそうですが何をやるに

も技術が必要だと感じた(匿名さん)

営業の原理原則を理解し、実践しなければ成果は上がらないし、

今一度自分の営業を基本から見直す必要があると思いました。

(富士交通 萩様)

日頃から内容は、だいたい理解していましたが、実践するのが大切である。

(富士交通 加藤様)

一つ強い地域をつくるということに共感しました。その中でも一つ一つ取っていき最終的にその地域を得る。最近四日市にかわってきたばかりで、まだどこがどうということは全く分っていないだけに有難かったです。

(富士交通 服部様)

ランチエスターセミナーを何度か受けさせた頂き、今回はそのおさらいが出来、また営業の流れを全体的に掴むことができました。

(ライフサポート 棚橋様)

戦略社長塾 第一回(経営の本質とは)

私の方では、戦略社長塾を通じてランチエスター戦略をお伝えしておりますが、一人でやっていることもあり遠方の方、時間の取れない方にご迷惑をお掛けしております。

そんなわけでこの紙面で少しでもお伝えできればと考え、ご紹介

して行きたいと思えます。

またホームページでも別の角度で公開していきますので、ご興味
の御座います方は、ご覧下さい。

(<http://www.i-mentor.jp/>) WEB社長塾よりお入り下さい。

会社は粗利益をエネルギー源にして生きています。

人件費はもちろん、設備の支払い、借入金の返済もすべて粗利益の一部から出ています。

粗利益が不足すると会社は徐々に痩せていき、やがて死んでしまいます。会社の場合は、倒産といえます。

良い会社にするには、必要な粗利益を継続して取り続けることが
欠かせないこととなります。

そのためには、粗利益が生まれる大本に対して、自分にふさわしい目標を設定し、次に目標を達成する良い方法を考えたあと、力強く実行に移す必要があります。
では、その粗利益の大本とはなんでしょうか。

会社の中では、さまざまな仕事がありますが、お客様にお金をもらった時以外で、粗利益が生まれる仕事は一つもありません。

帳簿をつけるのは大切ですが、この仕事からは決して生まれません。



会議も必要ですが、この仕事からも生まれません。

全ての産業はお客さんがいるから成立しており、全ての会社もお客さんがいるから生存できているのです。

これは「不変の大原則」です。

したがって経営を考えるときには顧客を起点にすることが大原則です。自己中心に考えると粗利益の発生源であるお客さんから遠ざかるので、良い経営ができなくなります。

ここまでをまとめますと

経営の本質は、経営の源であるお客を作り出し、そのお客を維持しながら、徐々にその数を増やしていくことになります。

しかしそれを邪魔してくる多数の競争相手があります。

そこでお客さんが多いか少ないかは、競争相手と比較して相対的に判断する必要があります。

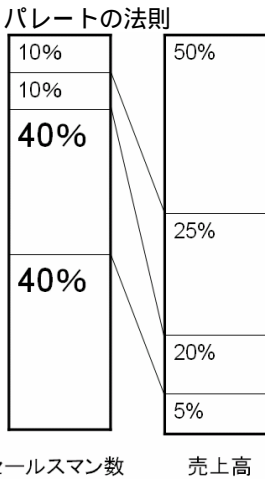
このことを市場占有率といいます。

持率ですね。

つまり経営の本質は、経営の源であるお客を作り出し

お客占有率（支持率）で一

位になることです。



なぜ一位にならないといけないか

その根拠はパレートの法則の中に見ることができません。パレートの法則は、次のようなものです。

固定給無しフルコミッションのセールスマン

を100人連れてきます。売上の高い順番に並べ替えますと、上位の20名(20%)で、全体の

売上の75%を占めると言うものです。次の4

0%を加えると全体の95%、次の40%で10

0%になるという自然の法則です。

この比率だと上位10%では全体売上の50%を占めることになります。

ここでもう少し中味を分析しましょう。

各層の一人当りの平均売上は次のようになります。

上位 10%	$50 \div 10 = 5.0$
11 から 20	$25 \div 10 = 2.5$
21 から 60	$20 \div 40 = 0.5$
61 から 100	$5 \div 40 = 0.125$

最下位層の40%は最上位層の40分の1になります。

昔のことわざで、『鶏口となるも牛後となるなかれ』ということがあります。上位の10%に入っていないと、牛の糞くずみたいなものだということです。

競合相手が50社ならその半分の5位で丁度真ん中ということになります。

