

## 強い営業組織づくりのための施策検討につなげる『営業組織診断サーベイ』のご紹介

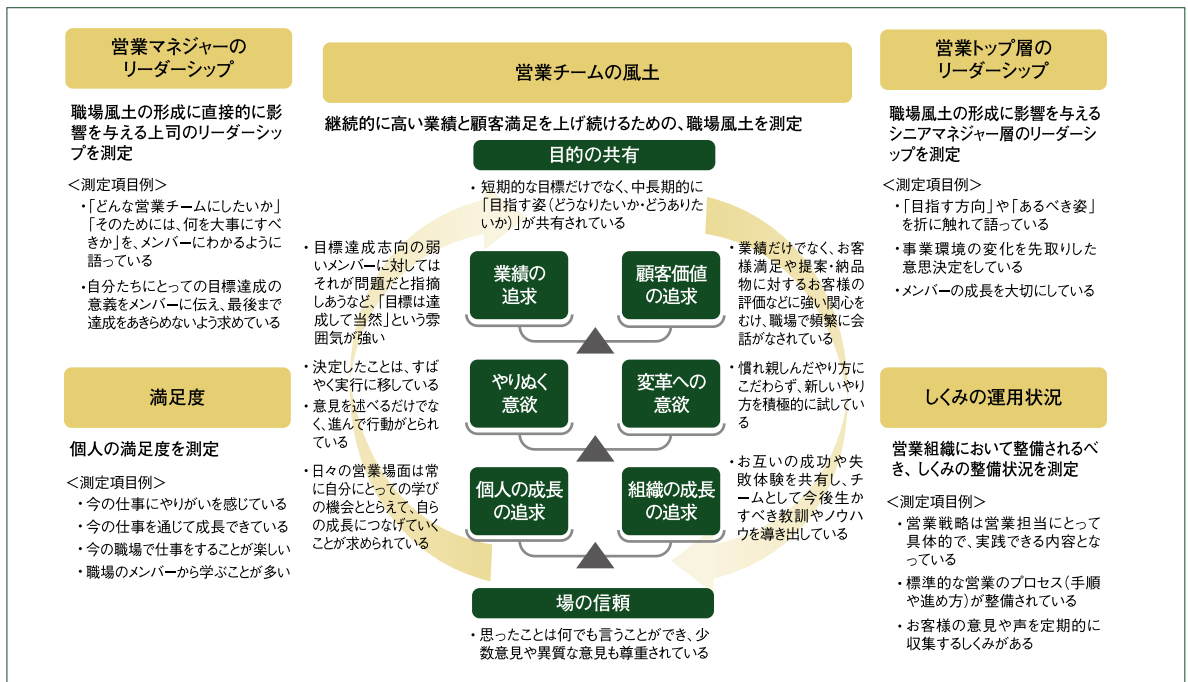
競合との競争に打ち勝ち業績向上を続けるためにも、営業組織の役割はますます高まってきています。そのような中、このたび、「強い営業組織」像に照らして、営業組織の現状を把握できる『営業組織診断サーベイ』をリリースいたしましたのでご紹介いたします。貴社営業組織を、変化に対応し、お客様への「提供価値」を継続的に高め、高い業績を上げ続けられる“強い営業組織”に進化させていくきっかけとして、ぜひご活用ください。

### 『営業組織診断サーベイ』の測定領域

#### ■「営業チームの風土」を軸とした診断領域

『営業組織診断サーベイ』は、小社の長年の“強い営業組織”の研究に基づいて設計されたものです。小社の研究によると、強い営業組織のキーは、顧客の最前線にいる営業チームに培われた風土にあることがわかってきました。そのため、『営業組織診断サーベイ』の測定領域は、「営業チームの風土」を中心に据えています。また、営業チームの風土づくりに欠かせない「営

業マネジャーのリーダーシップ」や「営業トップ層のリーダーシップ」、ならびに、営業組織の運営に必要な「しくみの運用状況」を測定領域として加えています。これにより、『営業組織診断サーベイ』では、強い営業チームの風土が備わっているかどうかを点検することが可能です。そして、強い営業チームの風土づくりに向けて、営業部門のマネジメント層のリーダーシップの発揮の仕方や、しくみの整備の仕方・運用の仕方をどうしていくべきかの、ヒントを提示します。



#### ■強い営業チームに培われた風土のポイント

- ①「目的の共有」と「場の信頼」が存在し、チームとして機能する土台ができている  
組織が単なる個人の集合体ではなく、チームとして機能するための最低限の条件ともいえる目指す方向性が共有されており、組織の土台となる場の信頼が築かれている。
- ②「業績の追求」と「顧客価値の追求」の同時実現  
目標達成へのこだわりと、お客様に対する価値提供へのこだわりの両方が高いレベルで実現できている。
- ③「やりぬく意欲」と「変革への意欲」の同時実現  
決めたことは最後までやりぬくこと、新しいやり方を積極的に取り入れることの両方が高いレベルで実現できている。
- ④「個人の成長の追求」と「組織の成長の追求」の同時実現  
個人の成長を強く求めることと、ノウハウ共有等、組織としての力を高めていくことの両方が高いレベルで実現できている。

## 調査項目の特徴

### ■営業部門のためのサーベイ

『営業組織診断サーベイ』の診断対象は、直接顧客接点を持つ営業・販売担当者が集まる営業部門です。サーベイの回答者は、営業・販売部門に所属する営業マネージャーや営業担当となります。

このような回答者が回答しやすいように質問項目の設計をしています。なお、“強い営業組織”の要素をそのままサーベイ項目に反映しているため、項目そのものが“強い営業組織”を表しています。そのため、特に営業マネージャーにとっては、回答することが日々の営業マネジメントを振り返るきっかけとなります。

#### <調査冊子見本>

##### 1. 営業チームの風土

###### ■第1部

あなたの所属するチームについて、以下のことはどの程度当てはまりますか。あてはまる程度を1つ選んでください。なお、「チーム」とはあなたが所属する最小のマネジメント単位の組織であり、「課」や「グループ」と呼ばれる組織単位をさします。  
※どうしても判断がつかない場合のみ、「\*わからない」に○印をつけてください。

	1 あてはまらない	2 あてはまらな	3 いまいち	4 あてはまる	5 あてはまる	* わからない
1) 短期的な目標だけでなく、中長期的に「目指す姿(どうなりたいのか・どうありたいか)」が共有されている	1	2	3	4	5	*
2) 目標達成志向の弱いメンバーに対してはそれが問題だと指摘しあうなど「目標は達成して当然」という雰囲気が強い	1	2	3	4	5	*
3) 業績だけでなく、お客様満足や提案・納品物に対するお客様の評価などに強い関心をもち職場で頻りに会話がなされている	1	2	3	4	5	*
4) 決定したことは、すばやく実行に移す	1	2	3	4	5	*

✓ 調査票は、Web形式と紙冊子形式の2種類からお選びいただけます。

✓ 調査領域それぞれについて、短文の質問項目(約120問)に5段階で回答いただく形式で、15~20分程度で回答可能なものです。

✓ なお、必要に応じてフリーコメントの記入欄もご用意します。

## 調査結果の活用

### ■営業マネージャーによる組織マネジメントの改善につなげる

『営業組織診断サーベイ』の結果は、部や部門でくくった単位で集計したり、課・チームといった最小組織単位で集計したりして、データをご報告します。営業グループごとの特徴やばらつきを確認するとともに、営業部門全体の課題を明らかにし、次の効果的な打ち手を検討することが可能です。また、これらの報

告書を、営業部門のマネジメント層や、メンバーにもフィードバックすることで、日々の組織運営を振り返り、次のアクションや施策を考えるきっかけとなります。なお、『営業組織診断サーベイ』を活用した研修・ワークショップをご実施いただくことで、サーベイ結果をより冷静に深く解釈し受け止めることができるとともに、今後の“強い営業組織”に向けた次のアクションを具体的に考えることが可能となります。

#### <報告書見本>

所属		項目	① 組織MGR.	② メンバー	①-②	①-②
目的 目的の共有	1	短期的な目標だけでなく、中長期的に「目指す姿(どうなりたいのか・どうありたいか)」が共有されている	4.6	5.0	-0.4	
	2	全社・事業部の中での自チームの役割を確認し、それを踏まえた今後のあり方を検討している	4.5	4.8	-0.3	
	3	自チーム	3.9	4.6	-0.7	
	4	メンバー間で営業活動を考え	4.2	3.2	+1.0	
業績の追求	5	目標達成しあうなど	4.4	4.0	+0.4	
	6	目標達成への関心が高い	3.6	3.0	+0.6	
	7	メンバー全員が最後まで当期目標達成にこだわり、可能な限りの営業活動をやりきっている	4.1	3.2	+0.9	
	8	個人目標だけでなく、自チームの目標達成に対してメンバー全員が強いこだわりを持っている	3.8	3.2	+0.6	

✓ ご指定いただいた回答者属性(組織単位など)ごとに集計結果をご報告します。

✓ マネージャー層とメンバー層の認識の違いを示したり、組織間での比較を行うなど、集計単位ごとにグラフを作成し、組織の状態をわかりやすく報告します。

お問い合わせは下記にて承ります。

サービスセンター ☎ 0120-878-300 (Tel 03-3211-6000)

受付時間 9:00~18:00(土日祝除く)