

KEYMAN-PRO **営業活動改善チェックシート**



「チェックシート」だけで 営業組織が変わる魔法のテクニック

・・・あなたは部下の営業マンにどの点をアドバイスしていいかわかりますか・・・

営業活動前>訪問活動中>**営業活動改善チェックシート**

Vol. **1**

【営業コーチ必携！】営業活動改善のチェックシート

営業コーチ：営業で、営業マンに助言する人

「名プレイヤー名監督にあらず」を「営業」という世界に当てはめると営業プレイヤーとして一流であっても、営業組織を引っ張る管理者として一流かどうかは分からない」ということです。

同期の営業のなかではいち早く優秀な成績を収め部下を持つ営業課長になりましたが、自分ではできていたことが部下はできていない状況で、部下がわかるように教えられれば問題はないのですが、よくあるのは

- ① 野放しにしてしまう
- ② 冷たくあしらう
- ③ 教えるが結果が出ない部下に逆上してしまう

などかえって組織運営上マイナスになってしまうケースがあります。

「営業は自信がある」「でも、営業コーチングは自信がない」という管理者向けに営業のコーチングについてチェックシートで営業マン育成をできるように設計しました。

“「チェックシート」だけで営業組織が変わる魔法のテクニック”
全9回シリーズでお送りいたします。

Vol.1：営業活動改善のチェックシート（本資料）

- Vol.2：見込客に向けた活動のチェックシート
- Vol.3：営業マンが信頼を得るための活動のチェックシート
- Vol.4：見込客の問題点を確認する活動のチェックシート
- Vol.5：見込客へ解決策提示活動のチェックシート
- Vol.6：見込客に決断していただく活動のチェックシート
- Vol.7：顧客満足度を高める活動のチェックシート
- Vol.8：営業コーチ見込度のチェックシート
- Vol.9：営業マンの顧客戦略のチェックシート

内容構成は営業活動および顧客心理向上フェーズごとに営業コーチの確認事項を明示して、部下の現状を把握して、育成するまでのチェック項目をPDCAで改善を図る構成になっております。

<営業プロセスごと>

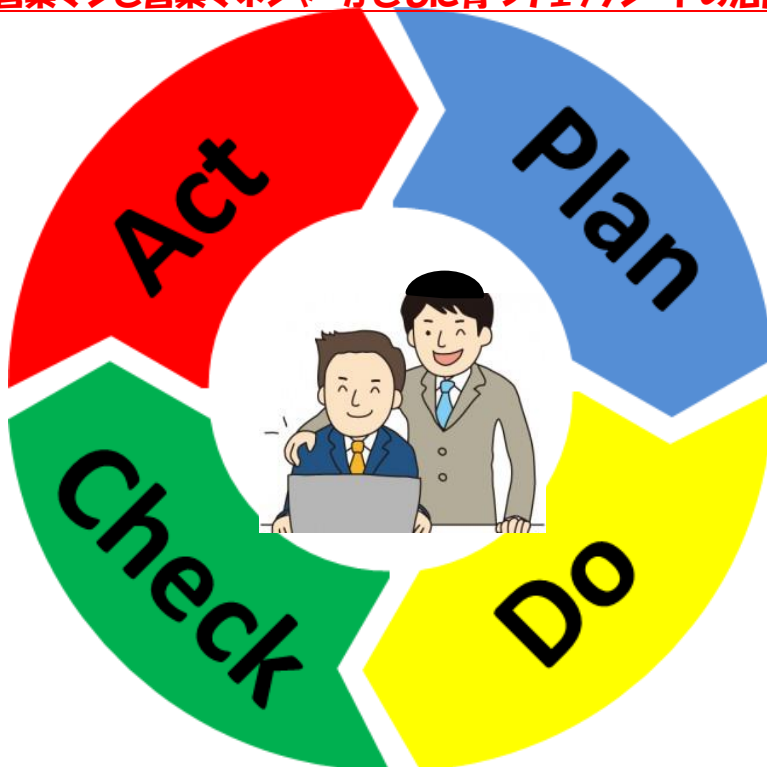
- (1) 営業のコーチングのための事前のチェック項目
- (2) 営業マンの行動のほころびのチェック項目
- (3) 営業コーチ時の対応とサポートチェック項目

に整理しております。

営業マンとの話の展開をどう進めるといいかを、チェック項目で確認して当該の営業マンの活動の軌道修正していくことができます。

営業マネージャーが部下育成するとともに、営業マネージャー自身も育っていくシナリオにしております。

営業マンと営業マネージャーがともに育つチェックシートの活用



【 文 書 構 成 】

営業コーチの
事前チェック項目

営業マンの
行動の確認チェック

営業コーチング
チェック項目

Vol. 1 営業活動の管理を支援する方法

B2B 法人営業マンとしては、営業の準備は当然であります。

営業マネージャーが営業活動を管理するためには、その指針となる事柄を事前に設定することが必要です。

1：営業マンの目標設定

営業マンは「数字」でその成果が測られる職種です。予算には売上予算だけの企業もありますし、受注予算や利益予算も含める会社もあります。

ほとんどの企業で予算数値（受注・売上・利益）の達成度合いによって営業マンや営業組織の評価が決まります。

目標設定に営業マンは敏感で「神経質」になります。営業マンへのボーナス、昇給に直結しているため目標設定そして活動後の目標達成率によって収入が変化するからです。「神経質」になる営業マンの心情は無理在りません。

目標設定の原則は

- (1) 客観的に公正・公平であること
- (2) 営業マンの半分以上（理想は80%）が目標達成できること
- (3) 毎年、目標設定の考え方は標準化し、コロコロ変えないこと
- (4) 不公平感のある目標設定は営業組織目標が未達になること
- (5) 大部分の営業マンが期の途中で未達を感じる営業組織はあきらめムードで目標予算を追いかけません。必要あれば、期の途中の目標変更もスタッフの専権事項です。



テリトリー（担当領域）設定の原則は

テリトリー設定は戦略内容として「専門性と範囲の細分化」と「営業ポテンシャルと仕事量の作業負荷で決め」ます。これらの2つの要素が等しくなるように各々のテリトリーを設定していきます。



2. 売上確度の指標について

営業活動毎に顧客の営業場面・ステージは変化していきます。それが営業として数字にどれほど近づけられたかを判断する共通の尺度として営業組織内で定義する必要があります。

営業マン10人いれば10通りの見込みの申告をすることでは予算に対する達成値が大きく変わります。これを是正するために共通語としての案件の受注に向けた確度指標を統一するのです。

業界・業種によって違いはあるので、見込客の反応がどうあれば、顧客の購入へのレベルが「上がった」、「下がった」を規定できるか
例えば

受注	レベル	KPI	確度
	【 A 】	稟議申請中と確認した	90%
	【 B 】	予算実施と役員の意向を確認した	80%
	【 C 】	見積提出と他社の動きを確認した	60%
	【 D 】	提案の優位性を確認した	50%
	【 E 】	顧客のBANTを確認した	30%

※1000万円の案件であれば・・確度を使って受注までの数字を読むことができます。

知恵を出して
考えてください



- ・レベル表現
- ・KPI
- ・確度

資料はチェックシート仕立てにしておりますので、「計画」「活動」「組織」「個人」の行動の確認に直結してご利用いただけます。

目標・指標・時間管理および要員・リソース管理を記載しております
本文内で代表的なチェック項目や参考数値を配置しておりますが、各事情に合わせてチェック項目・内容を追加修正してご利用ください。

また、計画立案のための「販売計画シート」「行動計画シート」「週間計画表」を入れてございますので、部下指導にお役立てください。

営業コーチ：営業活動前のチェック項目

氏名 _____

面談日 _____ 年 月 日

(1) 営業のコーチングのためのチェック項目

目標管理に対する準備

目標

- 1. ターゲット地域/業種/顧客を選びましたか？
- 2. 目標(達成金額、訪問件数、提案見積件数)を決めましたか？(例)

目標金額: 3000万円 商品単価: 200万円 受注客数: 15件 成約率: 30% 見積率: 70% 案件化率: 20%	(4) 受注 = 3000万円 ÷ 200万円 = 15件 成約率: 30% (3) 提案見積 = 15件 ÷ 30% = 50件 見積率: 70% (2) ヒヤリング = 50件 ÷ 70% = 71件 案件化率: 20% (1) 初回訪問 = 71件 ÷ 20% = 357件	逆算
---	--	--------

指標

- 1. 目標達成のレベル確認のKPIを設定しましたか？

例	確度	KPI	確度
受注	【 A 】	稟議申請中と確認した	90%
	【 B 】	予算実施と役員の意向を確認した	80%
	【 C 】	見積提出と他社の動きを確認した	60%
	【 D 】	提案の優位性を確認した	50%
	【 E 】	顧客のBANTを確認した	30%

時間管理

- 1. 活動計画(いつ、誰が、何を、どの日程で)をつくりましたか？
⇒ 作りましたと報告でうのみにしてはいけません。現物を確認してください。
- 2. 見込み客の具体的な掘り起こす手段、方法検討を行ったか？
(DM, テレマ、メルマガ、セミナー、イベント) 具体的プランを確認してください
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____

要員およびリソース管理

- 1. 製品に関する内部のトレーニングをしましたか？
⇒ 製品知識だけでなく、ロールプレーで確認してください
- 2. 体制作りや人の役割を決めるなどの概要見通しはつきましたか？
(見込み客発掘・訪問アプローチ・契約・納品・フォローまでの組織見通し)
- 3. 販売プロセス各段階の連携/パートナーの役割・選定の用途はつきましたか？
- 4. セールスツールは準備できましたか？
- 5. 利用できる予算は確保しましたか？
- 6. _____
- 7. _____
- 8. _____

営業コーチ：営業マンのチェック項目

氏名 _____

面談日 年 月 日

(2) 営業マンの行動のほころびのチェック項目

場面

計画

- 1. 計画を立案せず、行き当たりばったりで動いている
- 2. 目標達成するための必要な時間の見積りをしていない
- 3. できそうにない無理なことでもつい「出来る」といった態度をとってしまう
- 4. _____
- 5. _____

活動

- 1. 営業活動のプライオリティづけができていない
- 2. 活動予定では訪問に取り組むべき時に他のことを実行している
- 3. 営業活動の具体的な進捗状況はほとんどない
- 4. 見込客をフォローする行動パターンが身に付いていない
- 5. 行動計画立案時に相手のスケジュールを確認していない
- 6. 時間にルーズ(期限を決めない・提出期限が守れない・報告が遅れがち・顧客からの電話に追われている)
- 7. 報告・連絡・相談や報告書作成を怠る(報連相(ホウレンソウ)を怠る。)
- 8. 自らはイニシアティブをとらず、いつも人の言うことに従っている
- 9. 新規のお客が増えない
- 10. 販売プロセスで逆戻りの行動が見られる
- 11. クレーム処理に時間が掛かりすぎる
- 12. 契約書作成に時間が掛かる
- 13. 不明な直行・直帰(同じ顧客に何度も訪問・理由なくSCセンタに訪問)
- 14. 移動時間の掛けすぎがある
- 15. _____
- 16. _____
- 17. _____

組織

- 1. 周囲のリソース(人・物・金)や情報を上手に利用していない
- 2. セールスマンとして生産性を押し上げることに役立つ手段(電話、メール、顧客/見込客リスト、技術・サービス部門など)を効果的に利用していない
- 3. _____
- 4. _____

個人

- 1. ウソの報告をすることがある
- 2. 連絡が取れないことがある
- 3. 休みがちになる
- 4. 机の上が乱れている
- 5. 出来ない事を他人のせいにする
- 6. 活動における重要な事柄をメモなりして記録していない
- 7. オフィスに用もなく長く居すぎる
- 8. 時間を無駄にしている(計画的・効果的な時間活用していない)
- 9. 短い時間(または期間内)で何かすることに、すんなりと承諾してしまう
- 10. 内容・可能日程を確かめもせず、簡単に安受け合する
- 11. _____
- 12. _____
- 13. _____

営業コーチ：営業活動改善のチェック項目

氏名 _____ 面談日 _____ 年 _____ 月 _____ 日

(3) 営業コーチ時の対応とサポートチェック項目

活動管理のためのサポート処置

計画	<input type="checkbox"/> 1. 今後1ヶ月間の訪問活動計画について見直しを行う。 <input type="checkbox"/> 2. 行動計画を話し合い、合意を得たら、それを細かくに観察していく。 <input type="checkbox"/> 3. _____ <input type="checkbox"/> 4. _____ <input type="checkbox"/> 5. _____
活動	<input type="checkbox"/> 1. 訪問事前計画・事後分析の方法と習慣を身につけさせる。 <input type="checkbox"/> 2. 「活動管理」に関するトレーニングを受けさせる。 <input type="checkbox"/> 3. 「販売管理シート」、「行動管理シート」、「週間計画表」の利用を義務づける。 <input type="checkbox"/> 4. 訪問活動以外の活動を営業時間外にもっていき、訪問活動の時間をなるべく多くとるようにさせる。 <input type="checkbox"/> 5. 「見込客管理シート」、「受注管理シート」を利用して、現時点での見込客取引について、話し合い、予定されている活動の概要を確認する。 <input type="checkbox"/> 6. _____ <input type="checkbox"/> 7. _____ <input type="checkbox"/> 8. _____
組織	<input type="checkbox"/> 1. レビュー・MTGの実施(指標の設定と確認・訪問・報告の徹底・コール件数の設定とチェック・進捗管理と残作業の管理) <input type="checkbox"/> 2. フォロー(手紙・電話)の重要性を認識させる、また、フォロー計画をたてさせ、それをモニターしていく。 <input type="checkbox"/> 3. 提案書内容の適正化のレビューと活動件数のモニターと適正化させる。 <input type="checkbox"/> 4. 優先順位の変更に従って、受注計画を改めさせるー実行を促し、 <input type="checkbox"/> 5. 行動を綿密に観察していく。 <input type="checkbox"/> 6. 案件の状況に応じて利用可能なリソースとその使い道について見直しを行う。 <input type="checkbox"/> 7. クレームを中心にした報告の徹底をさせる。 対処しなくてはならない障害について話し合い、計画を立てる。 <input type="checkbox"/> 8. _____ <input type="checkbox"/> 9. _____ <input type="checkbox"/> 10. _____
個人	<input type="checkbox"/> 1. 嘘つく等の個人課題はその場で悪影響をしっかりと説明して是正を図る。 <input type="checkbox"/> 2. 見込度のチェックの洗い出しを行い、見込客の優先順位を改めさせる。 <input type="checkbox"/> 3. 顧客の課題を事前確認させ、行動計画に入れる <input type="checkbox"/> 4. 営業計画の見直し・修正をする <input type="checkbox"/> 5. 行動計画(週・月・3ヶ月)を立案させる <input type="checkbox"/> 6. 成功・成約事例の引用をする内容を詰め、資料として準備させる <input type="checkbox"/> 7. _____ <input type="checkbox"/> 8. _____

観察シート:

「販売計画シート」
 「行動計画シート」
 「週間計画表」



営業マンの活動改善のために「観察シート」を転載
 します。改善が必要な方のみご利用ください

月度販売計画シート

営業担当氏名		部署名		年 月 日
--------	--	-----	--	-------

営業活動		第1週		第2週		第3週		第4週	
		計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績
リストアップ 件数	新規								
	既存								
訪問件数	新規								
	既存								
【 A 】 アプローチ 件数	新規								
	既存								
【 S 】 サーベイ 件数	新規								
	既存								
【 P 】 提案件数	新規								
	既存								
【 D 】 デモ件数	新規								
	既存								
【 C 】 クローズ 件数	新規								
	既存								
【 C 】 クローズ 金額	新規								
	既存								

当月までの実績(期末まで残り か月)

年間受注目標	円	年間売上目標	円
受注実績	円	受注残	円
平均受注額	円	売上実績	円
残り受注目標	円	売上目標残	円
成約確率	%	月間売上目標高	円
見積率	%	<対策コメント>	
案件化率	%		
リード発掘率	%		
	%		

行動計画シート

営業担当氏名		部署名	年 月 日
--------	--	-----	-------

	活動項目	期限	優先順位	備考 <input checked="" type="checkbox"/>
1		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
2		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
3		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
4		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
5		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
6		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
7		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
8		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
9		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
10		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
11		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
12		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
13		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
14		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
15		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
16		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
17		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
18		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
19		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
20		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
21		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
22		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
23		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
24		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
25		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>
26		月 日	A1 A B C	<input type="checkbox"/>

週間計画表

営業担当氏名		部署名	
年 月 日			

年 月		1		4	
第 週		2		5	
		3		6	

月曜日		8		木曜日	
月 日		9		月 日	
		10			
		11			
		12			
<input type="checkbox"/>		13		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		14		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		15		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		16		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		17		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		18		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		19		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		20		<input type="checkbox"/>	

火曜日		8		金曜日	
月 日		9		月 日	
		10			
		11			
		12			
<input type="checkbox"/>		13		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		14		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		15		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		16		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		17		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		18		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		19		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		20		<input type="checkbox"/>	

水曜日		8		土曜日	
月 日		9		月 日	
		10			
		11			
		12			
<input type="checkbox"/>		13		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		14		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		15		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		16		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		17		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		18		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		19		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		20		<input type="checkbox"/>	

B2B 法人営業の究極的な商談開拓ご紹介

KEYMAN PRO シリーズをご紹介します。

ホームページ：<https://jbls.biz/>

B2B 日本市場のリード情報を提供するサービスです。

その効果は営業部門の方に「営業準備」＋「顧客理解」するツール

「営業準備」とは：

商談に向けた情報収集、提案先へのプレゼン資料の作成などを含めた事前準備を意味します。ただ単に「見込み顧客に関する情報収集して終わり」ではなく、課題を解決できる提案（ストーリー）を描ける状態を作ることが重要です。もちろん、事前に準備した通りに物事が進むことはほとんどありません。

「顧客理解」とは：

売上アップや顧客の囲い込みをするために顧客を理解しようとする取り組みのこと。企業視点だけで顧客を増やそうと試みても、商品やサービスが顧客に求められていなければ、リピーターになってもらうのは難しいですね。

KEYMAN PRO シリーズは以下の機能を発揮します

1：法人情報 120 万社のデータベースで活動タグ・業種・取り扱い品目で検索して見込顧客リストをリストアップ。そして数秒で出力されます。

動画（3min ウェビナー）を見る：<https://youtu.be/lRzZ7ojuCg>

2：上場企業・優良企業の人事異動情報・機構改革情報からアプローチしたい部署・キーマン氏名が数秒で出力されます。

3：上場企業・優良企業の有価証券報告書・組織図・経営計画などをもとに企業の詳細な事業計画や事業の課題や関連会社の情報を数秒で出てきます。

4：上場企業・優良企業の人事データベースに貴社のリストを upload することで、キーマンにあっていないリストが取得できます。「アカウントベースドマーケティング」ツール

5：貴社のハウスリストをアップロードすることでデータクレンジングができます。

営業資料ダウンロードできます

資料ダウンロードサイト（コラム一覧） ⇒ <https://jbls.biz/column/>

- (1) 【営業マネジャー必見！】 営業技術力を上げるシリーズ・・・全10回
- (2) 【いまさら聞けない！】 法人営業_電話の掛け方 シリーズ・・・全5回
- (3) 【営業コーチ必携！】 営業活動改善のチェックシートシリーズ・・・全9回

窓口

日本ビジネスリード株式会社

担当：お客様サポート D 渡辺

電話：03-5843-9376

Email：support@jbls.biz お問い合わせ：<https://jbls.biz/contact/>

著作権について

(1) 本資料の著作権は、日本ビジネスリード株式会社が保有しています。

(2) 本資料は著作権法による保護を受けており、本資料の使用者は、本資料の全部又は、一部を項番(3)に定める場合を除き、日本ビジネスリード株式会社の許諾なく無断で改変、公衆送信、販売、出版、翻訳/翻案することは営利目的、非営利目的に関わらず禁じられています。

(3) 日本ビジネスリード株式会社は、本資料の使用者が、以下の著作権表示を明記することを条件として、(1)及び、(2)の行為を行うことを許諾します。著作権表示：「Copyright @2017 JBL」(1) 本資料の全部又は、一部を複製すること。(2) 本ページに記載されている使用条件を配布先に遵守させることを条件に本資料の複製物を無償で再配布すること。

(4) 日本ビジネスリード株式会社は、本資料が第三者の著作権、特許権、実用新案権等の知的財産権に抵触しないことを一切保証するものではなく、また、本資料の内容に誤りがあった場合でも一切責任を負いかねます。