



組織が自走する「営業の仕組み」

なぜ、高価なツールを導入しても成果が上がらないのか？

経営者のための「仕組み化」再点検

仕組み化への投資、本当に報われていますか？



- SFA/CRMの導入
- 営業マニュアルの作成
- 外部研修の実施



- 入力作業に追われ、現場が疲弊している
- マニュアルが読まれず、元の本阿弥
- 売上がV字回復しない

「仏作って魂入れず」になっていないか



成果の差は、ツールの性能ではなく、組織の「OS (文化・考え方)」にある。

成果を生み出す、5つの本質的視点



これらを「経営のチェックポイント」として診断する。

視点1：共通認識

「見えているつもり」からの脱却

組織全員が「同じ現実」を見て、
「同じ言葉」で語り合えていますか？
「同じ言葉」を詩てますか？



- 顧客情報：課題や背景まで共有されているか？
- 勝ちパターン：受注に至る「勝利の方程式」は共通言語か？
- 戦略の腹落ち：誰に・何を・どう売るか、現場は理解しているか？

視点2：考え方 組織を動かす羅針盤

成果 = [考え方] × 熱意 × 能力

Bad Mindset	Good Mindset
目標 = 「強制されたノルマ」 ↓ 結果：やらされ感・管理強化	目標 = 「貢献と成長の機会」 ↓ 結果：主体性・創意工夫

視点3：目的 手段が目的化していないか？

陥りやすい罠：

- ・ SFA入力が目的化 → 「上司への報告のため」
- ・ 売上目標が目的化 → 「顧客満足不在の押し売り」



解決策：常に「何のために (Why)」を問い続ける。

視点4：やり切る力

「やったフリ」で終わらせない



40点でもいい。やり切って振り返ることで、次は50点になる。
中途半端は最大の敵。

視点5：仕掛ける仕事

未来への種まきを忘れていないか

こなす仕事 (Processing)



対応、処理、「守り」

仕掛ける仕事 (Proactive)



開拓、深耕、潜在ニーズ、「攻め」

「農耕型営業」を評価し、
仕組み化する。

「農耕型営業」を評価し、仕組み化する。

「知っている」から「出来ている」へ



知識だけでなく、自ら考えて行動する「場（環境）」と「ツール」のセットが必要。

目指すべきは「自走する組織」



- 1. 社長が細かく指示しなくても、現場が動く
- 2. 社員が主体的に考え、互いに協力する
- 3. 未来の売上が継続的に作られる

経営者の仕事は、問いかけること

仕組みづくりは一朝一夕にはいきません。
しかし、本質的な問いを投げかけ続ければ、
道は必ず拓けます。

まずは、どの視点から自社を診断しますか？

