

**ソフトブレイン、営業の見える化について実態調査
～ 営業のプロセスマネジメント実施は企業収益に影響を与える結果に ～**

営業課題解決サービスを提供するソフトブレイン株式会社(東京都中央区、代表取締役社長 豊田浩文、以下ソフトブレイン)は、営業活動の見える化と企業収益の関係について調査を実施しましたので発表いたします。

景気も足踏み状態から脱する傾向が見られ、現在の日本経済は回復基調にあります。それに伴い、業績が回復しつつある多くの企業が営業強化に乗り出しつつあります。

この調査では、営業課題としてよく挙げられる「営業の見える化」と「企業収益」との間に何らかの相関性があるかどうかを調査し、真に効果のある解決策を考えるきっかけへ導くことを目的としています。

■調査期間

2011年1月21日～2011年1月24日(4日間)

■調査対象

日本全国の営業部門のマネージャークラス以上である課長、部長、経営者の415名

■調査方法

インターネットによる調査

■主な調査結果と分析

1. 「営業の見える化」と「企業収益」には、相関性がある。

企業の営業活動において、営業の見える化を行っている企業は、厳しい状況の中も着実に収益を伸ばしている傾向があるのではないかと仮説のもと調査を行った。

営業プロセス(アポイントを取る、サービス・製品説明を行う、見積書を提出する、プレゼンテーション、クロージングをするなどの結果に寄与する一連の活動)を分解して活動している企業は、今回の調査で60.5%にのぼったが、分解されたプロセスを意識して活動しているだけでは、あまり収益との相関性は見られなかった。(参考:図1-a)

これに対し、分解された営業プロセスを見える化し、改善する「プロセスマネジメント」の仕組みを構築している企業(55.0%)とそうでない企業(45.0%)では、それぞれ増収増益、減収減益の予測傾向が高く、増収増益予測については、「プロセスマネジメント」構築企業は非構築企業より10%以上高い傾向がでている。(参考:図1-b)

これらから、営業の「プロセスマネジメント」が収益に影響を与え、営業課題解決方法として有効であると考えられる。

2. KPI(key performance indicator 重要業績評価指標)を定めてプロセスマネジメントを実施できている企業は増収増益予測の傾向にある。

分解された営業のプロセス上にKPIを明確に定めている企業(45.5%)とそうでない企業(54.5%)において、それぞれ増収増益予測に10%以上の差が出た(定めている企業が10%以上高い)。(参照:図2-a)また、部下が目標数値と現状数値を認識している企業(57.1%)とそうでない企業(42.9%)においても、それぞれ増収増益予測に10%以上の差が出る結果となった(認識している企業が10%以上高い)。(参照:図2-b)「プロセス上のKPIの設定」と「部下との目標数値と現状の認識の徹底」が収益に大きな影響を与え、営業課題解決の上で有効であると考えられる。

「プロセスマネジメント」は営業プロセス上の情報が数値化されて初めて効果的となり、営業の見え方と収益向上につながるマネジメントを行うことができると考えられる。

3. その他特徴的な傾向

(1)KPIを設定している企業の中で、営業部員(部下)に設定したKPIをいつどのようにチェックをしているかを組織的に定義し、共有して営業活動することは、収益に影響を与えられられる。(参考:図3)

(2) KPIを設定している企業の中では、営業部員(部下)の過半数がKPIを明確に認識している。また、KPIを基準として実際の営業活動が行われているかどうか、収益に影響を与えられられる。(参考:図4)

(3)従業員規模別にみた場合、規模が大きい企業の方が、KPIを基準とした営業活動が行なわれているという傾向にあり、収益予測にも差が生じている。

詳細、その他の結果は下記からご覧いただけます。

「企業の営業活動に関する調査2011」リサーチ結果 URL

URL: <http://www.softbrain.co.jp/research/>

ソフトブレインでは今後も調査を続けていき、日本企業の営業活動の実態と傾向を発表してまいります。

<参考資料>

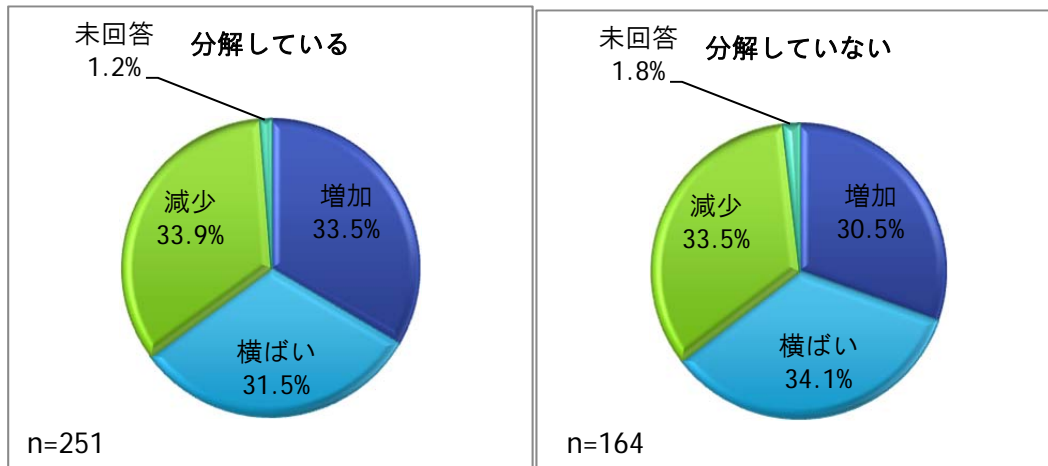
「企業の営業活動に関する調査 2011」リサーチ結果 URL

URL: <http://www.softbrain.co.jp/research/>

図 1-a. 営業活動のプロセス分解に対する認識についての収益比較

【売上高比較】

売上高は、「営業プロセスを分解して活動している」という回答数が 251 あり、その内「減少」が 33.9%で最も多いという結果となった。「営業プロセスを分解して活動していない」という回答数は 164 あり、その内「横ばい」が 34.1%と最も多い結果となった。



【営業利益比較】

営業利益は、「営業プロセスを分解して活動している」において、「増加」「減少」が 33.9%で同比率、「営業プロセスを分解して活動していない」においては、「横ばい」が 35.4%で最も多い結果となった。

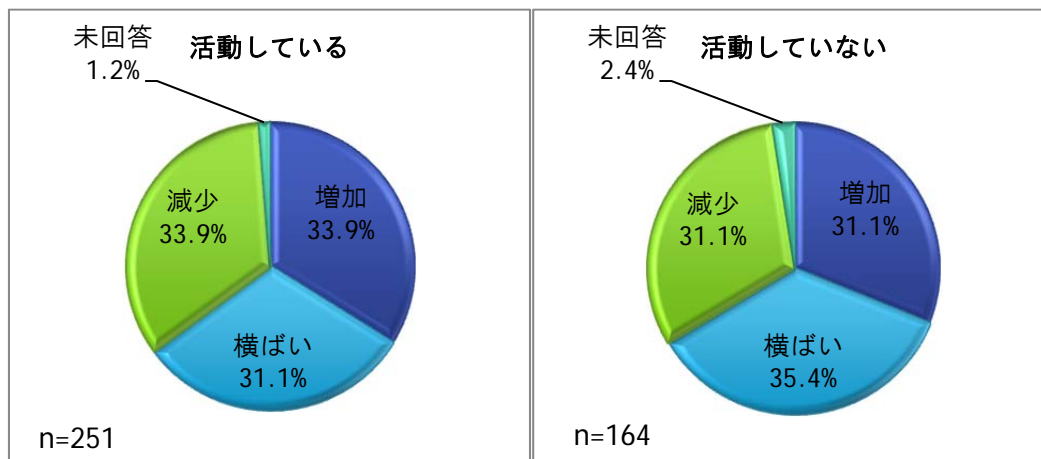
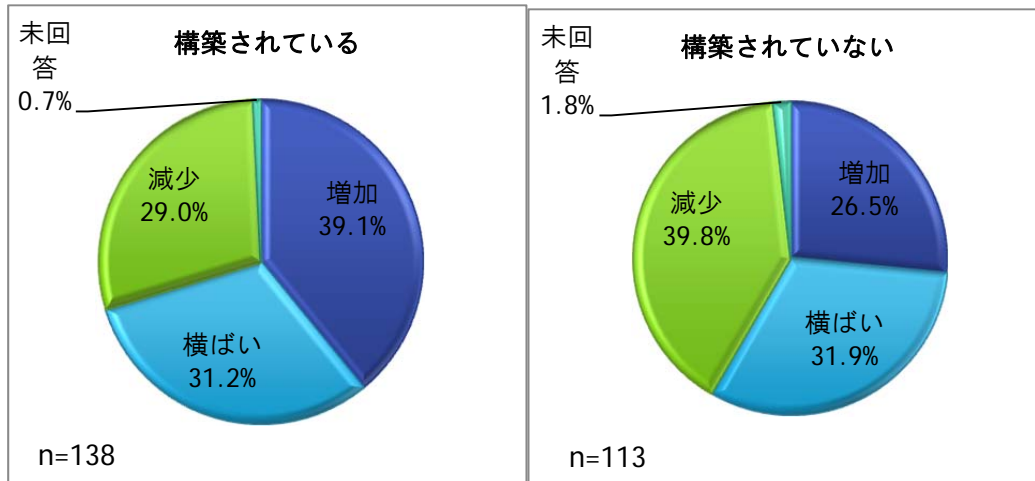


図 1-b. 営業現場におけるプロセスマネジメント構築に対する認識についての収益比較

【売上高比較】

売上高は、「プロセスマネジメントが構築されている」という回答数が 138 あり、「増加」が最も多い 39.1%という結果となった。「プロセスマネジメントが構築されていない」という回答数は 113 あり、「減少」が最も多い 39.8%という結果となった。



【営業利益比較】

営業利益も、「プロセスマネジメントが構築されている」において、「増加」が最も多い38.4%、「プロセスマネジメントが構築されていない」において、「減少」が最も多い41.6%という結果となった。

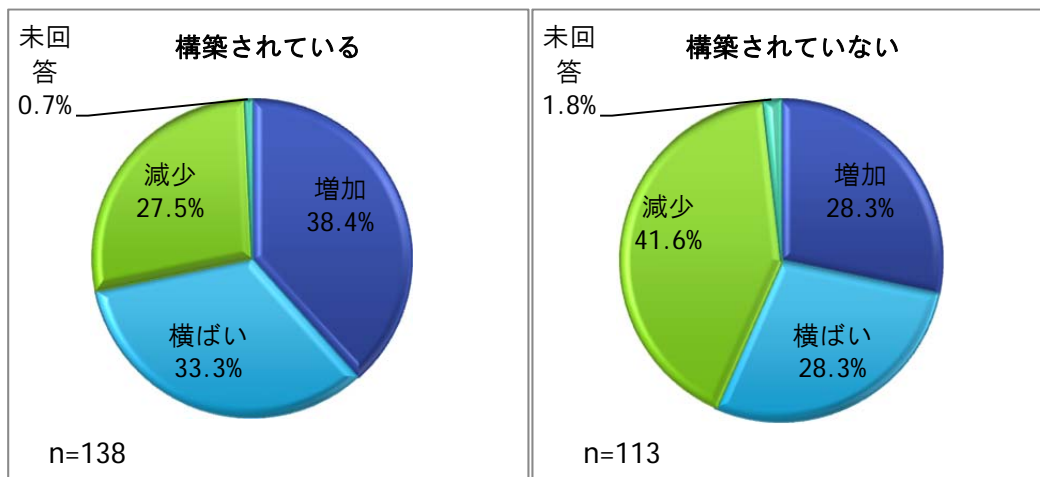
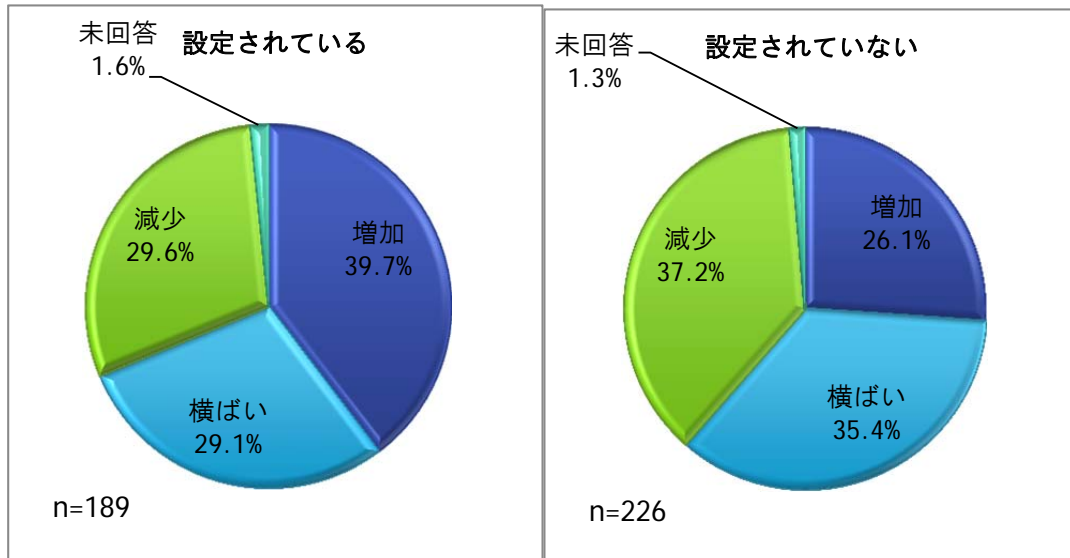


図 2-a. 営業プロセスマネジメント実践状況における収益比較【KPI の設定】

目標達成のために目標から逆算された営業プロセスにおける KPI(重要業績評価指標:業務の達成度を定量的に把握するための指標)が、部下と共通認識として明確に設定されているかどうかを調査し、売上高、営業利益予測を比較した。

【売上高比較】

売上高は、「KPI が設定されている」という回答数が 189 で、その内「増加」が 39.7%と最も多い結果となった。「KPI が設定されていない」という回答数は 226 でその内「減少」が 37.2%で最も多い結果となった。



【営業利益比較】

営業利益は、「KPI が設定されている」において、「増加」が 40.2%、「KPI が設定されていない」において「横ばい」が 35.8%と最も多い結果となった。

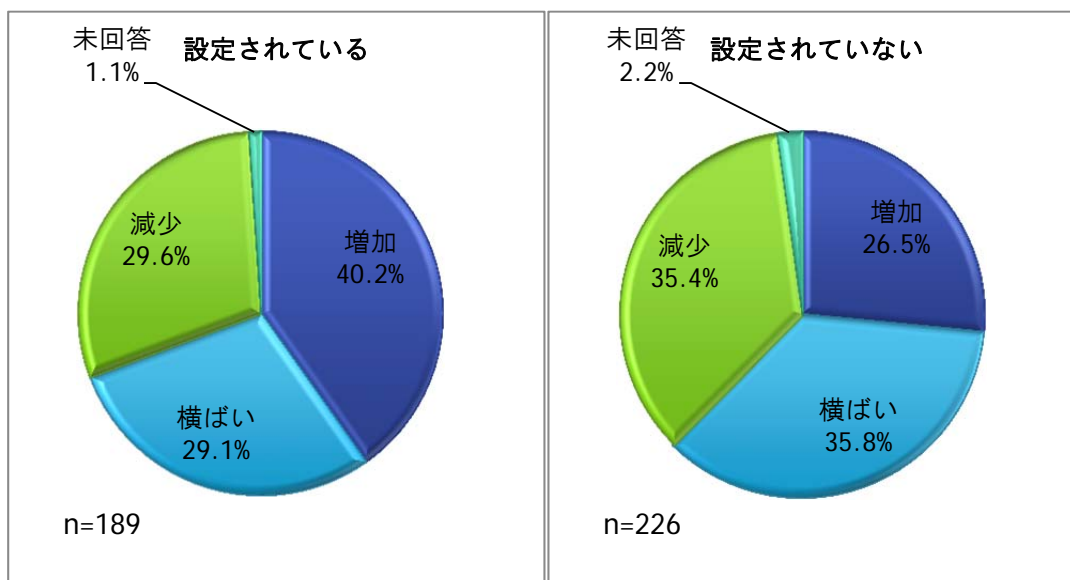
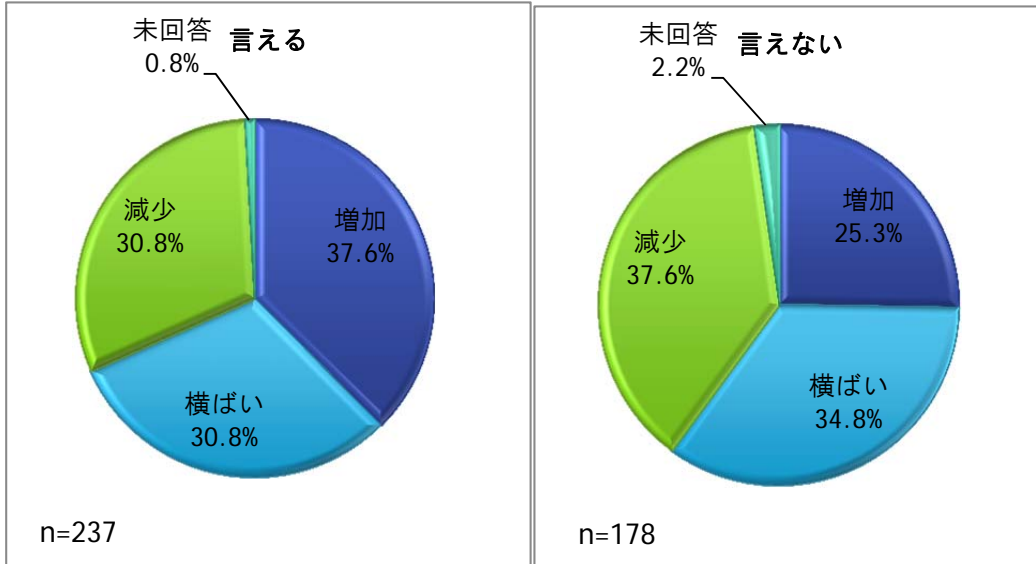


図 2-b. 営業プロセスマネジメント実践状況における収益比較【標達成意識】

自分の部下は、部署および部下自身の目標数字が常に言える、また現状とのギャップ数字に関しても常に言えるかどうかを調査し、売上高、営業利益予測を比較した。

【売上高比較】

売上高は、「目標数値を言える」という回答数が 237 でその内「増加」が 37.6%でもっとも多い結果となった。「目標数値を言えない」という回答数は 178、その内「減少」が 37.6%で最も多い結果となった。



【営業利益比較】

営業利益は、「目標数値を言える」において、「増加」が最も多い 39.2%、「目標数値を言えない」において、「横ばい」が最も多い 38.2%という結果となった。

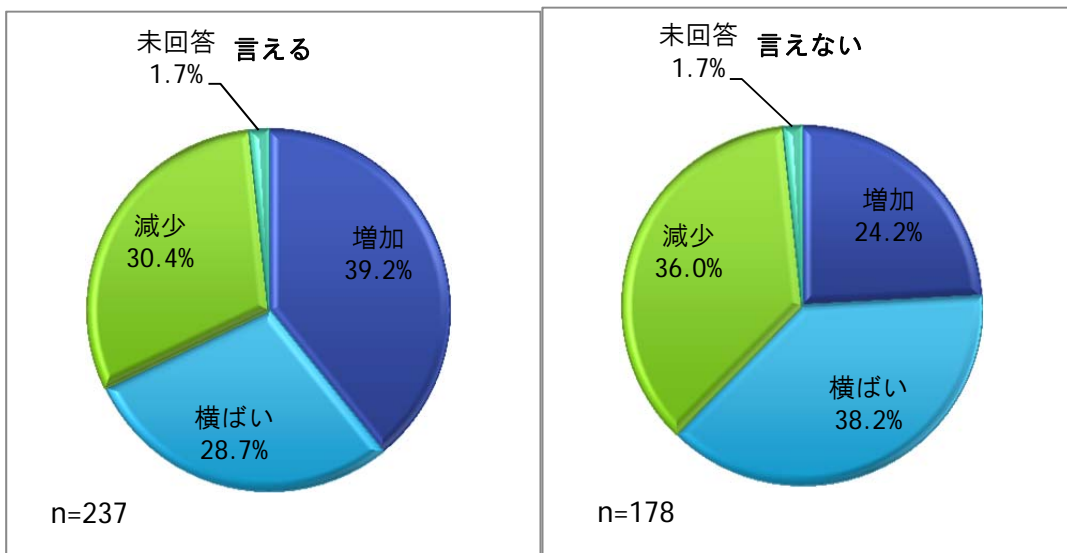
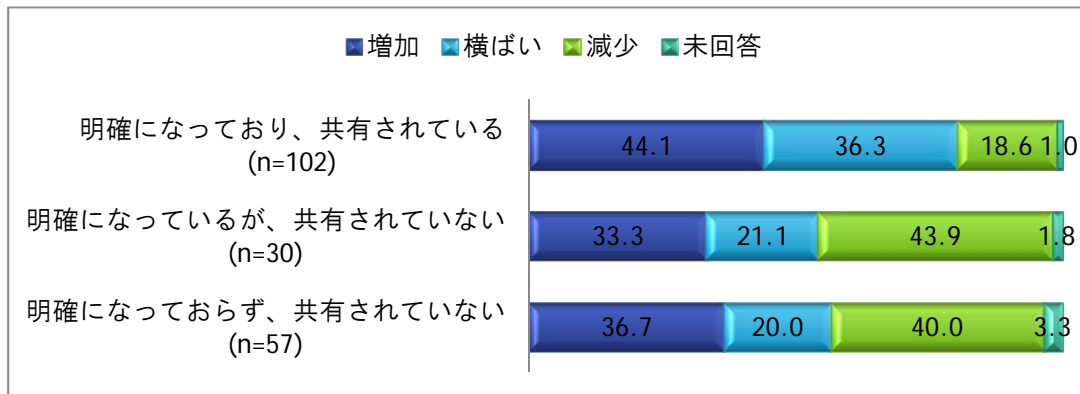


図 3. 営業プロセスマネジメント実践状況における収益比較【チェックペース・チェック方法】

「KPIを設定している」と答えた 189 人に対して、日次・週次・月次にて、部下に対する「チェック方法」や「チェックペース」が明確になっており、部下とも共有されているかどうかを調査し、売上高、営業利益予測を比較した。

【売上高比較】

売上高は、「チェック方法・ペースが明確になっており、共有されている」という回答数が 102、その内「増加」が 44.1%、「チェック方法・ペースが明確になっているが、共有されていない」という回答数が 30、その内「減少」が 43.9%、「チェック方法・ペースが明確になっておらず、共有されていない」という回答数が 57、その内「減少」が 40.0%と最も多い結果となった。



【営業利益比較】

営業利益は、「チェック方法・ペースが明確になっており、共有されている」において「増加」が 45.1%、「チェック方法・ペースが明確になっているが、共有されていない」において「減少」が 36.8%、「チェック方法・ペースが明確になっておらず、共有されていない」において「増加」「減少」ともに 40.0%で最も多いという結果となった。

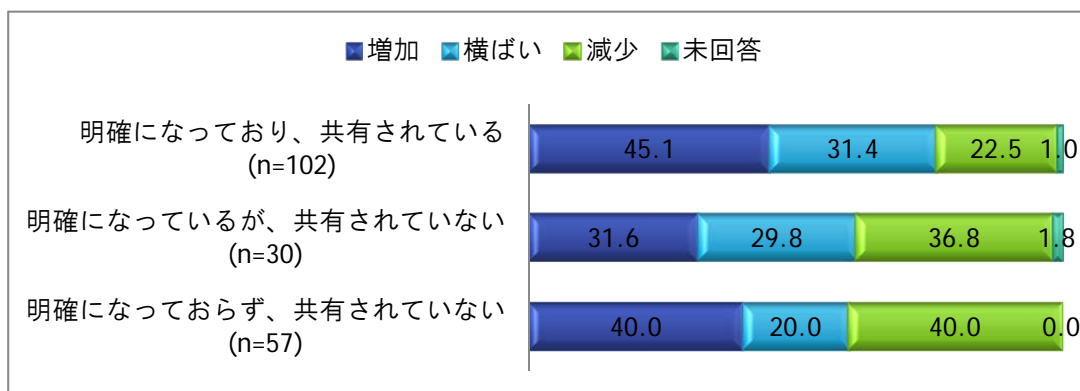
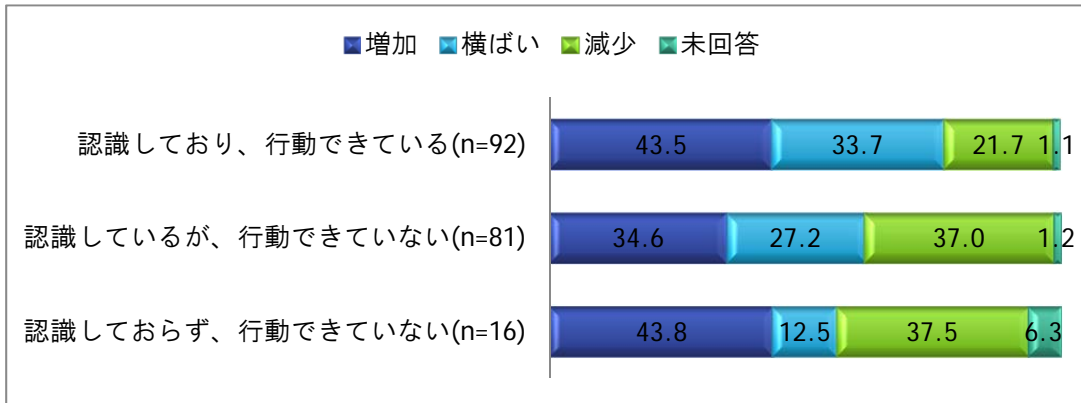


図 4. 営業プロセスマネジメント実践状況における収益比較【実際の行動(実行力)】

「KPIを設定している」と答えた189人に対して、自分の部下は、共通認識としてのKPIを明確に認識し、それに向けて実際に行動できているかどうかを調査し、売上高、営業利益予測を比較した。

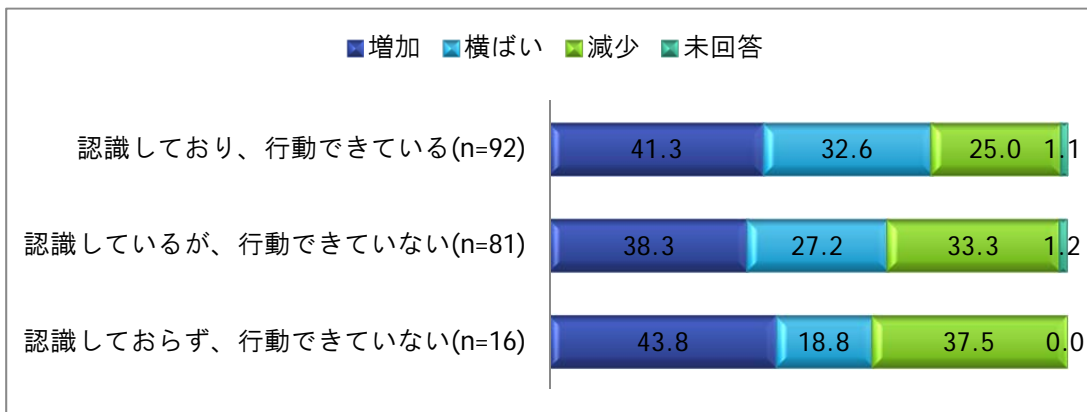
【売上高比較】

売上高は、「KPIを認識しており、行動できている」という回答数が92、その内「増加」が43.5%、「KPIを認識しているが、行動できていない」という回答数が81、その内「減少」が37.0%、「KPIを認識しておらず、行動できていない」という回答数が16、その内「増加」が43.8%と最も多い結果となった。



【営業利益比較】

営業利益は、「KPIを認識しており、行動できている」において、「増加」が41.3%、「KPIを認識しているが、行動できていない」において、「増加」が38.3%、「KPIを認識しておらず、行動できていない」において、「増加」が43.8%と最も多い結果となった。



【ソフトブレイン株式会社について】

URL : <http://www.softbrain.co.jp/>

事業内容: 営業課題解決事業

【本ニュースリリースに関するお問合せ先】

ソフトブレイン株式会社

広報担当 高橋

TEL: 03-6214-1700 FAX: 03-6202-4761

E-Mail: press@softbrain.co.jp