

あなたはある事務用機器販売会社の営業マネージャー(責任者)です。あなたのチームには営業担当者が3人(Aさん, Bさん, Cさん)おり、業績はかなりバラツキがある状態になっています。Aさんは安定的に高い売り上げをあげているのですが、BさんはAさんの半分程度、さらにCさんはBさんの半分という状況です。

そこであなたは、まずCさんの業績向上を図るべく今週末に面談をすることを考えています。

3名の普段の営業行動を示した資料を見ながら、Cさんに的確なアドバイスを提供する準備をしてください。

あなたのマネージャーとしての力量が問われています！



Aさん



- 担当エリア：東京都A区 および 横浜市全域
- エリア内の潜在顧客状況：大企業\_60社、中小企業\_700社
- 既存顧客数：120社
- 1週間の売上金額：21,000千円
- 営業モットー：顧客ニーズの理解につながる行動をこころがける！

## <ある1週間の行動>

- 8/1(月)：午前中はチームのミーティングに参加したあと、顧客に提示する資料の作成。  
午後は4社訪問し、うち1社で電子黒板の受注を獲得。商談では顧客の話を聞くことに徹することを意識。
- 8/2(火)：朝イチで1社訪問するも複合機の説明用の資料にわかりにくい部分があることに気づいて早々に帰社。  
昼食後にその資料を修正してから2社を訪問して丁寧な説明を心掛けた結果、1社から受注。
- 8/3(水)：午前中はあらためて自社の各商品の特徴を徹底的に洗い出すことに専念。  
昼からはターゲット顧客の選定作業。前回の複合機の納品から3年以上経過している会社をピックアップ。  
対象の10社の事業内容を調べ、各社に有効な複合機の使い方をまじえたセールストークを練り上げる。
- 8/4(木)：朝から気合を入れて1社訪問、遅めのランチの後に4社一気に訪問。準備したセールストークがハマって  
手応えを感じる。高額商品の複合機の商談は緊張するも無事1社で成約。
- 8/5(金)：午前中は、昨日成立した商談のフォロー面談。上司にも同行してもらいあらためて操作方法を説明。  
午後は、web会議ツールの商談で3社訪問も顧客のニーズがうまくつかめず成約はなし。

Bさん



- 担当エリア：東京都I区 および 川崎市全域
- エリア内の潜在顧客状況：大企業\_70社、中小企業\_650社
- 既存顧客数：110社
- 1週間の売上金額：8,100千円
- 営業モットー：顧客の利益と自社の利益のベクトルを合わせる！

## <ある1週間の行動>

- 8/1(月)：午前中はチームのミーティングに参加したあと、特に重要な顧客を2社訪問して今後のニーズを確認。午後は今週の訪問計画を立てた後、web会議ツール 2社、複合機 1社の商談。成果はなし。
- 8/2(火)：朝、昨日の商談の敗因を上司と議論。プレゼンテーションが一方通行になっていた可能性を指摘される。午後はその指摘を意識し、聞くことを重視したweb会議ツールの商談を4社で行い、そのうち2社で成約。
- 8/3(水)：午前中は複合機の商談にチャレンジ。顧客ごとに使い方が異なるので用途に合わせた説明が難しい。昼からも継続して複合機の商談。1日で4社訪問するも成約には至らず。帰宅後、商談の振り返り。
- 8/4(木)：昨日の遅れを挽回すべく得意の電子黒板の商談を午前2社、午後4社で実施。1社で成約するも別の1社で、以前納品した商品に対してその後のフォローがないことを叱責され、契約を打ち切られる。すぐに上司に報告し、直後に上司と謝罪訪問。
- 8/5(金)：朝、月曜日にニーズの確認を行った一社から商談依頼が入り、その場でweb会議ツールが成約。午後は、昨日の反省を踏まえて、直近3ヶ月以内に納品した会社すべてに電話で状況確認を行う。

Cさん



- 担当エリア：東京都U区、I区 および 相模原市全域
- エリア内の潜在顧客状況：大企業\_80社、中小企業\_900社
- 既存顧客数：150社
- 1週間の売上金額：3,750千円
- 営業モットー：営業は、熱意・相手を思いやる心・スピード感！

## <ある1週間の行動>

- 8/1(月)：午前中はチームのミーティングに参加したあと、今週の訪問計画を立案。  
午後は5社訪問し、自社製品すべてについて丁寧に説明するも、各社のニーズに合わずに成約はなし。
- 8/2(火)：午前中は電子黒板のニーズが見込める3社を訪問し説明するも、想定外のトナーを1社から受注。  
なんとか電子黒板を受注すべく見込み顧客リストの6社を訪問するも成果はなし。
- 8/3(水)：気持ちを切り替え朝からweb会議ツールの商談に集中。3社回るも受注にはつながらず。  
売れるものを少しでも売ろうと午後は5社で熱意を伝えたところ、保管用として全社からトナーを受注。
- 8/4(木)：午前中は隣の営業所でNo.1の成績を誇るDさんの営業に同行し、質問攻めで営業スタイルを学習。  
早速午後に自身のエリアに戻って新たな営業スタイルを4社で実践。電子黒板の成約が1件。
- 8/5(金)：朝イチで今週の目標予算額を達成していないことに気づき、慌てて訪問を開始。ランチもそこそこに  
午前午後で8社訪問。なんとかweb会議ツールを1社で、トナーを2社で受注。

## この会社で取り扱っている商品の一覧

### 複合機

事務機器の定番製品。  
コピー機としてはもちろん、  
ネットワークに接続すると  
各社員のPCから印刷データ  
を送信できる。



価格：350,000円/台

### トナー

複合機用で使用するインク。  
黒鉛や顔料を付着させたミク  
ロンサイズの粒子からできて  
いる。消耗品として一定量を  
補完している会社もある。



価格：5,000円/セット

### Web会議ツール

リモート時代の必需品。  
各オフィス間をつないだり、  
自宅や出張先とも連携して  
社員のコミュニケーション  
を機能させる。



価格：100,000円/台

### 電子黒板

ホワイトボードの代替品。  
書いた文字がデータ化され  
保存や即時転送が可能。  
もちろん、PCの画面の投影  
も可能。



価格：50,000円/台