

Office活用セミナー

マイクロソフト社セミナーで大人気! Office指南のカリスマ・住中先生が、パソコンをビジネスに活かすための心構えをわかりやすく解説する!!

住中 光夫
システムリサーチ&
コンサルト株式会社
代表取締役



マイクロソフト社のセミナーでは、多数の講師陣の中から3回連続で受講者より1の評価を受けている。企業研修、書籍の執筆など、Officeソフトにかかわる多方面で活躍中。www.suminaka.comも要チェック!

ピボットグラフを会議で使い

原因を確実に突き止める

形式化した営業会議

一般的に企業では、半期の計画や月別予算を立案し、販売活動を実施、そして月次進捗を管理して、そのデータを元に営業会議を開きます。

この時に多くの企業では、月次予算に対する実績が100%を超えれば、営業に対して文句も追求もしません。しかし、達成率が100%を割ればそうはいきません。上司からの厳しい追及が待っています。

上司に答える担当や課長は、達成率が悪かった大筋の要因はわかっていますが、データにもとづく本当の真因はつかめていないことが多く、その分言いわけと張ります。そして、「今月は頑張ります」と決意を述べます。

追求する上司も確実な原因がつかめていないために、「頑張れよ」という言葉で終わります。そして翌月も同じような会議が行なわれます。もちろん対策は

立てます。しかし、「達成率が悪い」「何らかの対策を立てる」というだけでは、本当の対策にはなりません。

事実から対策は出てきません。現状の事実や問題点に対して「なぜ?」という原因がつかめて、はじめてその裏返しとしての対策が立てられるのです。つまり、データにもとづく確実な原因がつかめてないまま対策を立てるところに問題があり、そのためにその対策自体の効力が薄いのです。

下図のように、多量な販売データを分析し、動向把握や要因分析、検証分析などを行ない、課題の発見や原因をつかんで、はじめて有効な対策がわかります。これを営業現場で行なうのが、以前に紹介したExcelでのデータ分析です。



ピボットグラフで営業会議を行なう

Excelのピボットテーブル、ピボットグラフの機能を利用すれば多量な販売データを分析し、販売戦略に役立たせます。

とくにピボットグラフを利用した営業会議は、非常に効果的な結果をもたらします。多くの営業会議が単なる報告会議や言いわけ会議になっている現在、会議室にプロジェクトを持ち込めば、多量の販売データをピボット

グラフでリアルタイムに分析しながら会議を行なえるのです。何万件のデータが瞬時にいろんなグラフに変わるので、そこで動向・要因分析を行ないながら、より具体的な対策や戦略を立案できます。

数枚の資料を元にした報告会議や言いわけ会議ではなく、確実な原因をつかみ具体的な対策を立てる戦略戦略会議を、ピボットグラフを利用すれば実践できるのです。

営業活動のビジネスサイクル

事実の把握から「課題を発見、原因を分析」し、そして対策を立案実施する

事実を把握	計画立案	・半期の販売計画立案
	予実績管理	・部門、担当月次進捗管理
課題を発見 原因を分析	動向把握	・部門、担当、主要得意先業績把握 ・商品業績把握、主要仕入先動向把握
	要因分析	・部門、担当動向分析、要因分析 ・主要得意先 ・主要商品
対策と行動	検証分析	・主要仕入先
	対策検討	・部門、担当、得意先販売計画戦略の見直し ・商品別販売計画戦略の見直し
	解決策実施	・新部門戦略の実施 ・新得意先、商品計画の実施

「課題を発見、原因を分析」を、多量なデータを利用してピボットグラフなどで要因分析を行なうと、原因や要因を把握できるので対策が立てられる