

お客さまに選ばれ続けるための
「営業の基本能力」⑨

事務処理の基本

事務処理は 業績向上の 邪魔モノ?!



ジェック・インストラクター
松井達則
Tatsunori Matsui

で相談を受けたことがあります。

S君 毎日毎日、自分なりに一生懸命やっているつもりなんだけど、全然契約がもらえないんだよ。もう嫌になってきたよ。

私 そんなに一生懸命やっていて成績が上がらないということは、何か問題があるんじゃない?

S君 そうなんだよ、上司は一日10件はお客さまの所へ訪問しろと言っただけで、時間がないんだよ、時間が!

私 時間がないということは、商談に時間がかかるといこと?

S君 商談に時間がかかるのは仕方がないよ。お客さまのお話をお伺いするのが第一だからね。問題なのは、事務処理の多さだよ。とにかく見積もりだの伝票だので時間がかるんだ。

私 そうか…。でも、営業なんだから、その程度の事務処理は当たり前じゃないの?
S君 確かに最低限の事務処理は必要だと思

ては太刀打ちできません。

なぜなら、基本がないと、困難な状況に遭遇した時に対処するためのモノサシがないため、表面的な対処をしてしまい、失敗に終わる可能性が高いからです。

「無駄な事務処理が多すぎる?」

数年前、私の友人で営業をしているS君から、「営業成績が上がらない…」ということ

考えてみれば、ご契約をいただく前に詳細な見積もりを出して、お客さまにご確認いただくことは当然のことです。そして、契約をいただいた後の迅速な事務処理が、お客さまに大きな満足感を与えます。

さらに今の時代、お客さまにご提案する際の提案書をパソコンで作成するのは当たり前です。また、お客さまにより良いサービスを提供するために顧客管理を行いますから、顧客カルテを詳細に記入しておくことは必須条件です。

このような事務作業を徹底してこそ、有効な商談につながり、業績の向上に結びつきます。つまり、商談のみならず、その他の事務作業も「営業活動」なのです。

にもかかわらず、多くの営業担当者は事務処理に対して、「残業が増える」「外に出る時間が削られる」「もっと人を増やしてほしい」といった愚痴を言うのです。

「事務処理は面倒くさい…本当か?」

事務処理は営業活動には必須です。そして、当然契約を上げれば上げるほど、事務処理は増えてきます。つまり、トップセールスと呼ばれる、多くの契約を上げている人たちは、通常の営業担当者比べて、はるかに膨大な事

務処理を抱えているということになります。

しかし、他の人よりも多くの事務処理を抱えているトップセールスからは、不思議と「事務処理が多すぎる」などといった愚痴は聞かれません。

それどころか、このような人たちは、お客さまにマメにお礼状を書いたり、お客さまごとに工夫を凝らした素晴らしい提案書を作成してお持ちするなど、他の人よりもプラスαの行動を取っています。当然、日報をはじめとした社内の書類はきっちりと提出し、事務スタッフからも大きな信頼を得ていることが多いようです。

逆に「うちの会社は事務処理が多い…」と嘆き、営業成績の不振に陥っている方々を見ると、なぜか残業が多く提出書類の納期も遅れがちで、いつも事務スタッフから注意を受けている姿があったりします。

この差はいったい何なのでしょう?

意識の差が
信頼されるかどうかの分かれ道

ある企業で営業を行っていたAさんとBさんの二人が、お客さまのクレームを処理する部署に移動になりました。

Aさんは同僚に、このような愚痴を漏らし

S君のように、「事務処理が多すぎる」という不満を持っている営業担当者は意外に多いようです。それも「うちの会社は特別に事務処理が多い」という嘆きが、あちこちの会社から聞こえてきます。

このような嘆きが出てくる背景には、「営業は商談さえしていればよい」という仕事観があるのではないのでしょうか?

しかし、商談だけが営業ではありません。

「営業の仕事は商談だけではない」

その後、S君は会社の「無駄な」事務処理について延々と語り続けました。

しかし、その中身は企画書作成、日報、見積もり、顧客カルテ(記録)の記入など、営業担当者としては当たり前のものばかり。聞いている私には決して無駄なものとは思えませんでした。

私 そんなに無駄な事務処理が多いのか。どんな事務処理があるのか聞かせてくれよ…。

う。でも、うちの会社は特別に無駄な事務処理が多すぎるんだよ。だから、お客さまの所に行く時間が削られて成績も上がらなくなるんだ。会社は営業のたいへんさを理解していないんだよ。

もちろん営業にも基本はあります。特に、市場環境が激変している現在は、基本がなく

たそうです。

「俺は、お客さまの文句を聞くために会社に入っただけじゃない…」

このような意識ですから、Aさんは仕事に身が入らず、お客さまに怒鳴られるたびに、気が滅入っていき、最後には会社を辞めていったそうです。

一方、Bさんはこう考えました。

「クレーム処理を迅速かつ正確に行えば、そのお客さまは最良のファン客になってくださる。この仕事は、企業の利益を上げるために重要な仕事だ」

Bさんは、クレーム処理に大きな意味を見出し、仕事に取り組みました。その結果、お客さまから大きな支持を得、CS推進のリーダーに抜擢されました。

「クレーム処理を行う」という事実を、Aさんはマイナスに捉え、Bさんはプラスに捉えたのです。

これは事務処理も同じです。トップセールスにも、それ以外の営業担当者にも、事務処理は平等に発生します。それをどう捉えるかで、取り組み方は変わります。

「事務処理は面倒だ。できればなくなっほしい」というやらされ意識のままで済々と事務処理を行なっていればミスも多くなります。

そうすると、なかなか仕事が進まず時間がかかります。しまいには納期に遅れ、お客さまにも、社内にも信用がなくなります。その結果、ますます「事務処理が多すぎる。自分の仕事を阻害している」という意識になり、悪循環にはまります。

すべては「お役立ち」のため この意識が計画性を生む！

事務処理をテキパキこなしているトップセールスを見ると、「事務処理も、商談も、すべてお客さまにお役に立つための重要なプロセスである」という考えに立ち、すべてに意味を見出し、プラスに捉えています。

その結果、事務処理にも商談にも全力投球ができるように計画を立てるようになります。一日ごとに、どのように動くかをシミュレーションし、計画を立てます。具体的には、手帳にやるべきことを書き出し、終了したらチェックを入れ、消していく方法を取っている人が多いようです。

会社に戻ってきてからも、再度事務処理の計画を立てます。「何時までに、何を、どの順番で行うか」を書き出し、一つひとつを効率的に処理していきます。一つひとつがお客さまのお役立ちにつながるという意識ですか

ら、集中して進めることができます。結果としてミスも少なくなり、時間がかかりません。ですから、お客さまにも社内のスタッフにも信用されるのです。「あー今日も面倒くさい事務処理が待っている…」と思っている方いませんか？それが、すべてをマイナスに導く始まりです。

営業力基本強化コース・即戦力編・カリキュラム

	1日目	2日目	3日目
8:30		●復習	●復習
9:00	●開講式 (9:20) ●このコースの狙い ●お隣り紹介 ●グループ作り・討議	●基本動作ロールプレイング (全員) ●自社PRの発表・討議 ロールプレイング	●提言商談基本トーク ロールプレイング
12:00	昼食	昼食	昼食
13:00	●時代の変革とその意味するところ ●セールスの仕事の本質的役割 グループ作業・討議・まとめ ●セールス活動10項目 グループ作業・討議・まとめ ●お客さまとの信頼関係作り4段階 ●良い第一印象作り ●基本動作	●商談の基本的流れ ●提言商談基本トーク ●効用分析 ●コミュニケーションの難しさ ●基本トーク作戦表作り ●ロールプレイング1回目	●提言商談基本トーク 全体練習 ●販売の方程式 ●個人課題発見表作成 ●世界一のセールス達 ●閉講式 (17:00)
18:00	夕食	夕食	
19:00	●課題 基本動作練習 自社PR作り	●課題 作戦表の見直し マーケティングY理論	