

daily techniques to be a smart manager

成功の秘密は予定三分割と暗号化

営業に特化したコンサルティング会社を率いる横田雅俊さんは、常にA5判の手帳と革カバリー付きのB5判ノートを持ち歩いている。なぜ大型の手帳やノートが必要なのか。

「トップ営業マンには、スケジュールなどあらゆることを全部記憶しているタイプと、そうではないタイプの2種類があります。前者が使うのはスケジュールを記入するだけの小さな手帳です。私自身は後者のタイプで、自分の頭で記憶しなくて済むように、あらゆることを紙の上に書きこみます。さらに、お客様の名刺を「自分の一コピー」して貼り付けたりしますから、大判の手帳でないとうり足りません」

横田さんが愛用している手帳は、見開きの左ページに1週間分のスケジュール欄があり、対向ページには自由何でも書き込めるスペースがある。というオーソドックスなもの。「一日のうちには重要な用事は最大5件ほどしか入りませんから、スケジュール欄のサイズはこの程度で十分です。それよりも、右ページの余白が広く、これを



横田雅俊

カーナプロダクト 代表取締役
Masatoshi Yokota
長野県生まれ。工学部にて設計を専攻。設計士として活躍後、外資系ISO審査機関にて営業職を経験し、「最年少」「最速」「最高」セールス記録を更新。現在、営業に特化したコンサルティングを行う。著書に「売れ続ける会社」の営業法別。

活用できるという
ことが大事です」

この言葉のとおり、横田さんは右ページの自由欄を縦横に活用している。その一つがレポート作成や資料

「消し込みリスト」として列挙した「消し込みリスト」だ。個案書きにしたリストの頭に、重要度と緊急度をもとに番号を振り、やり終えたら字の上に線を引いて消す。

またサイズ・色の付箋を併用している。では、革カバリーのノートは何に使うのか。横田さんは顧客を訪ねたとき、用件をメモするためにこのノートを開く。必ず次回以降の予定を話し合い、それもノートに書きこめる。すると、

「リストに関しては、翌週に持ち越さざるを得ないものがある。この場合、手帳はあらかじめ付箋に記入しておき、週が変わった次のページに貼りかえる。そのために手帳の表紙裏にはさまざまな



「陸軍ダイアリー」(日本陸軍協会マネジメントセンター)を使用。縦21×横15cmで書き込めるスペースはたっぷり。

面紙の「復習」が容易となり、次回の資料づくりにともなえば、大判の手帳は、このほかにも、横田さんの手帳術・ノート術にはトップ営業マンならではのノウハウが隠されている。たとえは、ノートを覆う革カバリーは「情報を大切に扱っています」とアピールするためのアイテムだ。また、横田さんは使い終えた手帳・ノートをすべて保存しているが、これも「顧客との接点の記録」つまりデータベースとして活用するため。すべての行動に意味がある。実に合理的な手帳術なのである。

「消し込み」手帳の中身

暗号化

手帳にはあらかじめ時間軸が書かれているが、あえてずらして記入する。どの時間が空いているか丸見えだと、顧客から「その時間にきてよ」と張り回される。スケジュール帳の予定が埋まっていれば、自分のペースで時間管理ができる。

一元管理

情報は手帳にまとめる。付箋を使えばさまざまなメモも貼り付けられる。名刺は前コピーして手帳に挟み込んでおく。PDAは時間がかかるうえ、顧客の前では居心地が悪いこともある。紙の手帳がベスト。



予定3分割法

すぐやるべき「緊急」は優先順位を番号で記す。対応を終えたら「後から決めるように」線を引く。企画書の準備など忘れやすい「フォロー」は日付を決めて、一方、急ぎではない「重要」な予定は付箋に書く。翌週に繰り越す場合には張り替えてもいい。

※撮影のため編集して再現した。実際のスケジュールではない。



お客様の視線を意識しています



顧客目線

中身は普通のノート。だが革カバリーをつけて、高級ボールペンで書き込むことで、「話を大切に聞いている」とアピールすることができる。メモは営業の王道。日付とともに顧客との会話の内容を記録しておけば、再訪までに時間が空いたとしても話の本々に困らずに済む。

やっぱり綴じ手帳

リング式のシステム手帳を5年間使っていたこともある。次々と挟み込めるのは便利だが、どんどん重くなるうえ、朝顔に開くページはリング穴が破損し紛失することも。旅行前日のすえに落ち着いたのが大判の綴じ手帳だった。