1000人調査で判明！

300社1000人緊急調査で判明！

なぜトップと普通の人の差が14倍も開いたか

不況でも売れる営業

営業マン格差30

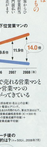
なぜ不況期ほど「営業格差」が広がってしまうのか？

営業マンの格差は14倍に！

→ この1年売れる営業マンと売れない営業マンの差が広がってきている

注記：調査対象は、ITベンチャー、IT関連企業、ITを活用した企業の営業マン。2006年、2007年、2008年の3年間、1000人を調査。1人当たりの平均売上額を比較した。

ファーストプロパーが求める売れる人の条件は？



→ 成約件数で見れば、3ヶ月間の受注率は35倍の差が付いている

横田雅俊
ITベンチャーコンサルタント代表取締役
法政大学大学院客員教授。1969年生まれ。1992年、日本ビクター入社。ITベンチャーの営業、情報通信関連の営業、ITベンチャーの経営コンサルタントを経て、2006年、ITベンチャーのコンサルティングを行う横田事務所を設立。ITベンチャーの経営コンサルタントとして、ITベンチャーの成長に貢献。ITベンチャーの経営コンサルタントとして、ITベンチャーの成長に貢献。

特集1 やる気

やる気は誰でもあるのに、なぜ成果にならないのか？

やる気

やりがいを感じられない80%がノルマ未達の現実

営業マンで、やりがいを感じますか？

→ 売れる人ほどやる気がある。いや、やる気があるから売れているのか？

年収2倍に連動させることが有効ですか？

→ 売れる人ほどやる気があるから年収に連動していない

特集2 種まき力

「売れる人」と「売れない人」の違いは、どこにあるのか？

種まき力

新規開拓力こそが14倍の差の源である

IT20社での10人の結果（5段階評価を実施）

→ 見極める依頼前のスキルが格差が大きい

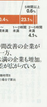
特集3 部下指導力

「部下にどう教えるか」は、「どう育てるか」である

部下指導力

90%のマネジャーが嵌るカスタネット地獄

SFAやCRMはどのマネジメントスタイルを支えているか？



→ 営業担当者は上司に報告しているものの、上司は見ていないケースが圧倒的である

特集4 時間配分力

「クロスセルは、どこで、どのタイミングで、どのように、どのくらいやるか？」

時間配分力

練馬は3カ月以内で3～5倍の商談を決める

顧客に新しい提案は？

→ 営業時間改善の企業が目立つ。30日未満の企業も増加。25%程度の伸びがあっている