

LESSON 31

提供されたKPI実績データをもとに、PDCAサイクル（Plan：計画、Do：実行、Check：評価、Action：改善）の視点で分析を行います。

1. Plan（計画）

チーム全体として、毎月段階的に高い目標が設定されています。

- ・ 目標の引き上げ: 7月から9月にかけて、1人あたりの目標商談数（20件→22件→24件）、目標成約数（6件→7件→8件）、目標売上（480万円→528万円→576万円）と、毎月ハードルが上がっています。

2. Do（実行）

担当者ごとに営業のアプローチ（行動）に明確な違いが見られます。

- ・ 「量」重視型: 石川氏と三浦氏は、毎月目標を上回る商談数をこなしています。
- ・ 「質」重視型: 野口氏は、商談前のヒアリングや商談準備に時間をかけ、一件ごとの対応を丁寧に行っています。
- ・ アプローチの模索・変化: 松本氏はテレアポから訪問営業へ手法を切り替え、坂本氏は既存顧客の紹介から新規開拓へとアプローチ先を変化させています。

3. Check（評価）

行動結果と目標とのギャップから、それぞれの課題が浮き彫りになっています。

- ・ 商談数と成約数のアンマッチ: 石川氏と三浦氏は商談数が多いものの、「決裁者に届いていない」「提案の質にばらつきがある」ため成約に結びつかず、売上達成率は低迷しています（9月時点で石川氏52.1%、三浦氏53.8%）。
- ・ 高成約率の有効性: 野口氏は商談数こそ未達ですが、高い成約率によって7月・8月は目標を大きく超過（116.7%、113.6%）、9月も95.5%と高い売上達成率を維持しています。
- ・ 手法変更の不発: 松本氏はテレアポの不調から訪問営業にシフトしたものの成果が出ず、達成率は29.5%まで低下する厳しい状況です。
- ・ パイプライン管理の課題: 小林氏は大型案件の失注や新規案件の枯渇により、達成率が右肩下がりになっています（81.3%→79.5%→66.0%）。

4. Action（改善）

各担当者のコメントや実績から、次月以降に向けて以下のような改善策が考えられます。

- ・ 石川氏・三浦氏（量から質への転換）：商談数を追うだけでなく、キーマン（決裁者）へのアプローチ徹底や、ロールプレイ研修などを通じた提案スキルの根本的な改善が急務です。
- ・ 野口氏（質の維持＋量の拡大）：チームの牽引役として、高い成約率を維持しつつ、いかにして商談数を増やすかが次の課題です。
- ・ 松本氏（戦略の再構築）：個人での改善には限界が見えるため、マネージャーを交えてターゲットリストの見直しや営業手法の抜本的な再検討が必要です。
- ・ チーム全体への横展開: 野口氏が実践している「事前ヒアリング」や「丁寧な準備」のノウハウを、石川氏や三浦氏など提案力に課題を持つメンバーに共有することで、チーム全体の底上げを図るべきです。

このPDCA分析の結果をもとに、経営層やマネージャーに提出するための「営業報告書」を作成することも可能ですが、いかがでしょうか？