

LESSON 31

PDCAの「Act（改善アクション）」として最も効果が高いと考えられる施策は、野口氏が実践している「事前ヒアリング」と「入念な商談準備」の手法を、チーム全体（特に石川氏と三浦氏）の標準プロセスとして横展開することです。

この施策が最も効果的であると言える根拠は、以下のデータに示されています。

1. 野口氏の「質」による圧倒的な成約効率 野口氏は7～9月にかけて、実績商談数が12～14件と毎月目標（20～24件）を大きく下回っていますが、高い成約率によって7月・8月は売上目標を大きく超過（達成率116.7%、113.6%）し、9月も95.5%と安定した成績を残しています。本人のコメントからも、「商談前のヒアリングを丁寧に行っている」「商談準備に時間をかけること」が高い成約率の直接的な要因であることが明確です。

2. 石川氏・三浦氏が持つ「量」のポテンシャルと「質」の課題 対照的に、石川氏と三浦氏は毎月目標を大きく上回る商談数を獲得しており、9月には石川氏が32件、三浦氏が27件（目標24件）と驚異的な行動量を示しています。しかし、石川氏は「決裁者に届いていない」、三浦氏は「提案の質にばらつきがある」といった要因で失注が続き、9月の売上達成率はそれぞれ52.1%、53.8%と低迷しています。石川氏が独自の判断で「提案書を刷新」しても効果が出ていないことから、個人レベルでの試行錯誤は限界を迎えています。

3. 「量」と「質」の掛け合わせによる最大のインパクト 石川氏と三浦氏は「アポイントを獲得し、商談を数多くこなす」という非常に強力な営業スキルをすでに持っています。彼らに野口氏の「決裁者を見極めるための事前ヒアリング」や「顧客の課題に合わせた的確な提案準備」のノウハウをインストールできれば、現在無駄打ちになってしまっている大量の商談が成約へと転換し始めます。この改善が実現した際のチーム全体の売上増加インパクトは、他のどの施策よりも圧倒的に大きくなります。

この施策を具体的に進めるために、野口氏を講師としたチーム内のロールプレイング勉強会の企画や、ヒアリングシートのフォーマット化などを進めるべきと考えますが、まずはこうしたノウハウ共有のための具体的なアクションプランを作成しましょうか？