

# 百年大計（営業力向上委員会）

森川 応樹

# 目次

- ①営業力向上委員会とは
- ②今までから現状まで
- ③担いたい役割
- ④2020年の活動内容（上記③のABCに基づいて）
- ⑤諦めない理由

# ①営業力向上委員会とは

## 目的

- ①志ある起業家が、売上や利益に困ることがない世の中作りに貢献  
(期待以上の売上を作れるようにする)
- ②世の中から、巧みに理不尽なセールスをする悪徳セールスパーソンを一層されることに貢献
- ③「ビジネスやセールスは、人助けである」という本来のあるべき形が世に浸透することに貢献

発足 2019年7月

メンバー 石川さん、島田さん、森川、(スポットで依頼をお手伝いを依頼することあり)

## ②今までから現状まで

営業の分野に、腕に覚えるのある財団会員が、  
営業力をつけたいと考える会員各位に貢献

- ・ セミナー
- ・ 動画配信（ビジネスアカデミー）

## ③担いたい役割

A：設立目的を果たす

B：営業力向上委員会の活動を通して、  
「営業の成果を出す」こと以外でも、  
財団会員各位に貢献する

## ④2020年の活動内容

A：営業力向上のためのコンテンツを提供（従来通り）

B：営業力を向上させる実際の機会を提供

C：財団の委員会を横断的に機能させることに寄与

# 「A：営業力向上の為にコンテンツ提供」 について

## 【概要】

2019年同様、石川さん、島田さんをはじめ、  
他にも協力いただける会員さんに、  
動画や音声を通して、コンテンツ配信をしていただく  
(需要があれば、セミナー開催なども)

# 「A：営業力向上の為にコンテンツ提供」 について

## 【コアコンセプト】

- ◆誰に 売り上げに困っている方  
約定率に困っている方  
営業経験がないけど、起業や副業に興味がある方  
お勤め先で営業職に就いているが、成績が芳しくない方
- ◆何を 営業力を向上させるためのコンテンツを提供
- ◆USP 手厚いフォロー（コンサルタントのフォローや個別相談）  
ビジネスアカデミーなので、繰り返し視聴できる



# 「A：営業力向上の為のコンテンツ提供」 について

【2020年の目標】

- ◆延べ活用人数 82名  
(必要としていない会員さんもいらっしゃる想定して、  
‘19年末の会員数-委員会の人数を仮説として当て込む)
  
- ◆測定方法 ①会員さんへのメルマガ配信 (URLのクリック数を数える)  
②セミナー参加者の実数を数える  
③本委員会の内容についてのコンサル依頼の数を数える
  
- ◆スケジュール ①コンテンツ配信・・・4半期に1回以上  
②メルマガ配信・・・隔週予定 (1本のメルマガで3~4名のクリックを期待)
  
- ◆進め方 ①コンテンツの内容・・・「誰に」に当たる方のご要望にお応えする  
②上記「測定方法」をKPIとして、進捗を図る

# 「B：営業力を向上させる実際の機会を提供」 について

## 【概要】

会員さんの中で有志の方に、

「パートナー制度」「営業力向上委員会」を活用して、  
実際に営業の経験を積んでいただき、  
スキルアップと収入アップを得ていただく

# 「B：営業力を向上させる実際の機会を提供」 について

【コアコンセプト】

誰に ①営業力を向上させたい会員さん

- ・売上に困っている、約定率に困っている
- ・営業経験がないけど、起業や副業に興味がある
- ・お勤め先で営業職に就いているが、成績が芳しくない

②何かをしたいけど、何をしたいかわからず、気持ちだけが先走ってしまっている会員さん

- ・会社員や主婦、学生さんだけど、自分で何かを試してみたくて、財団に入会
- ・立志塾に入りたいけど、お金がない方

③新しい収益の柱が欲しい会員さん

- ・すでに起業や副業されている方でもOK。上記②の方でもOK。

何を 営業力を向上させるための機会（経験）を提供

- ・営業力向上委員会で、役割を担っていただく（文章や動画編集の機会を通して、ご自身の営業力を養っていただく）
- ・パートナー制度を活用して、「財団」を販売する（経験と収入を得ていただく）

USP 手厚いフォロー（コンサルタントへの相談や実践会を通して、PDCAを回すことができる）

# 「B：営業力を向上させる実際の機会を提供」 について

## 【2020年の目標】 (1/2)

- ◆入会人数 50名の方のご入会に寄与
- ◆参加者数 延べ150名の方のご参加に寄与  
(上記50名を含みます)
- ◆測定方法 上記「入会」「参加者」の数をもって、  
進捗を図る

# 「B：営業力を向上させる実際の機会を提供」 について

## 【2020年の目標】 (2/2)

必要なもの

- ①制度の理解（月1回のパートナー制度の勉強会参加）
- ②方法のレクチャー（販売に必要な知識など）  
    ロープレ（オンカメがベター）  
    PDCAを一緒に考える（実践会やコンサルの活用）
- ③参加者（本プロジェクトに興味を持つ挑戦者を募る）
- ④財団の活用（詳細は後述）

スケジュール

- ①1～2月・・・本企画の準備（「誰が」「何を」「いつまでに」「どうやって」）
- ②3～12月・・・実践（パートナー制度を活用して、実際に営業活動する）

進め方

- ①本企画の準備・・・委員会で企画を立てながらも、関係各所に協力依頼  
    （詳細は後述）
- ②実践・・・KPIをPDCAを明確化して進める

# 「C：委員会を横断的に機能させることに寄与」 について

## 【趣旨】

「営業力向上委員会」で企画したことが実現できれば、関係者にもれなく、少なからず貢献ができる。

しかし、本委員会のみでは達成ができない。

（守備範囲を超えているなどの理由により）

そこで、他の委員会の皆様のご協力がなければ、実現が不可。

# 「C：委員会を横断的に機能させることに寄与」 について

## 【協力依頼】（現状の想定）

- ・ サポート委員会 ⇒ 財団会員各位が、財団を活用し尽くすためのフォローアップをしていただく
- ・ 広報委員会 ⇒ パートナー制度の周知いただく
- ・ 普及拡大委員会 ⇒ 交流会など、営業の場をご提供いただく
- ・ 各志部 ⇒ サポート委員会同様

# 諦めない理由

「ビジネス＝金儲け」であることは、間違いないことだが、

「自分が儲かれば、究極何してもOK」  
というスタンスに、世の中、なりがち。

「志を実現する機会＝ビジネス」 「利益＝義務＆お客様の感謝」  
というような、健全な世の中を作りたい