

確実に利益を生み出す!

新企画

# 「営業目標数字」の設定法と行動計画

—— 営業目標数字と営業部門の営業利益算出まで踏み込み実践的に指導します ——

日時：2018年1月22日(月) 10:00～17:00 / 会場：ハービスOSAKA (裏面ご参照)  
オフィスタワー 19F

講師：有限会社アクチャーコンサルティング 代表取締役 いわ つき やす たか  
『M-One戦略』コンサルタント 岩月 康隆 氏

## ●セミナーのねらい 〈対象〉経営者、営業幹部、営業管理者、営業リーダーの皆さま

市場が縮小する中で、かつての売上至上主義は通用しなくなっています。  
ところが、来年度の売上目標を作成する際には、「来期は前年対比+8%で」といった、なんら根拠を持たない売上計画が設定され、さらに“どうすれば目標達成できるか”というアクションプランに落とし込まずに計画づくりを終えている企業が多いのが実態です。ですから営業は、その売上目標が自分に対する「期待値」とは考えられず、やらされ感いっぱい「ノルマ」ととらえてしまいます。

そこで、このセミナーでは、営業数字目標の立て方と数字のブレイクダウンの仕方、そしてその目標数字を達成するための行動計画の立て方にまで踏み込んだ実践的な内容をお伝えします。

今、企業および営業の価値を示すのは売上だけではなく、限られた経営資源をもとにいかにより利益を上げるかということです。その価値向上のための具体策になります。

## ●カリキュラム

● 電卓と定規をお持ちください。 ● 録音・録画はご遠慮願います。

### 1. 営業活動が決算書に及ぼす影響

- (1) 決算書にある3つの利益の意味を知っている?
  - ・ 3つの利益とその構造
  - ・ 営業マンは、どの利益を意識するべきか
- (2) 利益に貢献できる営業活動のコツとは?
  - ・ 日々の経費はココを把握せよ! そうすれば利益が出る!
- (3) 営業マンこそ経営感覚を磨け!
  - ・ どれだけ売れば黒字になるのか?
  - ・ 赤字/黒字の分岐点を知る
  - 演習** 誰でもカンタン! 作図で求める損益分岐点グラフ
- (4) 採算が取れる必要売上個数の算出式はコレだ!
  - ・ 利益を確保するためにどれだけ売らなければならぬか
- (5) 営業マンも資金繰りに貢献できることを知れ!
  - ・ 営業にも責任がある! 黒字倒産のカラクリ
  - ・ 資金繰りを良くする営業アクション

### 2. 営業視点で見る取引先のリスク管理

- (1) 取引先の成長性はこのバランスを見る!
  - ・ ココを見れば成長性のバランスがわかる!
  - ・ 成長性分析手法
- (2) 適正な利益はここを見ればわかる
  - ・ この算式を分解すれば収益の実態がわかる
- (3) 利益が出る売上があるかは、この公式でわかる!
  - ・ 儲けの実力はコレを見よ!
- (4) 取引開始の意思決定を複眼判断法です!
  - ・ 安全な取引先かどうかはコレで見極めよ!
- (5) 与信限度額の設定の仕方

### 3. 営業データの基礎知識

- (1) 生産性の本当の意味!
  - ・ 人と金、両方の生産性を時系列で見れば  
本当の生産性がわかる
  - ・ 2つの利益率と付加価値率の違い
- (2) 成長に寄与した商品はコレだ!
  - ・ 伸び率だけでは見えない! 本当の貢献商品

### 4. 営業数字計画はなぜ必要なのか

- (1) 営業数字計画の重要性
- (2) 中期計画と年度計画の整合性
- (3) 中期ビジョンと重点施策

### 5. 営業数字計画の具体的立て方と3つの視点

- (1) 生産性を重視した売上計画の方程式《経営視点》
  - ・ 企業間取引(BtoB)の場合
  - ・ 小売り(BtoC)の場合
- (2) 検証! 本当に実現できる目標売上か? 《市場視点》
  - ・ 目標売上額を現状シェアで妥当性をチェックする
- (3) 営業利益を確保するための経費配分
  - ・ 経費総額と各経費項目の配分の仕方
- (4) 全体計画を部門、メンバー(個人)予算に配分する《貢献視点》
  - ・ 公平な目標売上額の配分法
- (5) 計画をアクションプランに落とし込む
  - ・ やるべき具体的活動が明らかになる魔法のフォーマット
  - ・ になりたい姿と行動目標

※プログラムの詳細は変更となる場合がございますので、ご了承ください。

