

チーム営業

◎◎ 21 ◎◎

員数443人、売上高84.5億円(2015年3月)である。営業所に行く、朝礼では全員が経営理念、行動指針を唱和している。時代の変化を先取りし、積極果敢に挑戦する」は、行動指針の一つだが、彼らは日々体現しているという。

今回は事業部全体でのチーム作りが成功した事例を紹介する。各営業所単位のチーム作りよりもダイナミックさが必要になる。日本ハムグループの販売会社、東日本フードは社員数443人、売上高84.5億円(2015年3月)である。営業所に行く、朝礼では全員が経営理念、行動指針を唱和している。時代の変化を先取りし、積極果敢に挑戦する」は、行動指針の一つだが、彼らは日々体現しているという。

この横断プロジェクトは、一つの量販店に外の量販店について考

変革をダイナミックに

仲間と働く喜び

最初はぎこちない雰囲気であったが、担当から自身も驚くほどの成果となった。納品実績が前年比6倍になったチームもあり、彼ら自身が「仲間がいて、自分が頑張ることができて、自分たちの成長が感じられる。仲間がいて、自分たちの役割を果たせました。本当に素晴らしいチーム力が生まれた」と感じます。語った。「一緒に歴史を作って行こう!」Eさんの発表に部長もすぐに応じた。一人では躊躇(ちゆうちゆう)することも、助け合う仲間がいることが励みとなり、発想や行動を大胆にした。成功することさらに喜びの輪が広がり、継承され、取引先からの信頼をも獲得し、売上に貢献していった。

組織をどう全社に広げていくか、であった。そこで事業部単位での新たなプロジェクトとして、各営業所の量販担当営業マンを集めた組織横断のチーム営業を実施することになった。営業マン3人とラードアドバイサー(FA)1人の計4人が一緒に考える試みであり、自分が担当する量販店以外のことを知り、お客さまのために何ができるのか、企画を練るというミッションであった。最初にはぎこちない雰囲気であったが、担当から自身も驚くほどの成果となった。納品実績が前年比6倍になったチームもあり、彼ら自身が「仲間がいて、自分が頑張ることができて、自分たちの成長が感じられる。仲間がいて、自分たちの役割を果たせました。本当に素晴らしいチーム力が生まれた」と感じます。語った。「一緒に歴史を作って行こう!」Eさんの発表に部長もすぐに応じた。一人では躊躇(ちゆうちゆう)することも、助け合う仲間がいることが励みとなり、発想や行動を大胆にした。成功することさらに喜びの輪が広がり、継承され、取引先からの信頼をも獲得し、売上に貢献していった。



◎マンガエッグ・エンターテイメント

果となった。私が最も印象に残ったのは、FAのEさんが、テレビ会議だけでは不十分と判断し、バスを乗り継いで往復8時間使ってお客さまの売場に出掛けて行った話だ。4人1組で合計9チーム。成果の出方はさまざまだが、発表内容に

日本食糧新聞

(アイマム代表取締役社長 嶋谷光洋、Food Team Co., Ltd.)