

日本食糧新聞

チーム営業

◎◎ 27 ◎◎

◎◎◎ ◎◎◎
みんなが主人公

顧客企業の中に、この10年間売上げ、利益ともに記録を更新し続けている食品卸会社が

ある。5年前に営業変革プロジェクトを行っただが、コンサルティン

グ終了後もずっと継続して伸び続けている。何が良かったのか、継続のための秘訣は何かを観察するため、毎年1回は訪問して見守ってきた。

正社員2人とパート2人を合わせて23人体制だ。それぞれが販売、仕入れ、在庫管理、配送、管理、などの役割を分担している。一般

的に営業所というところでは営業を担当する販売チームが上位に位置付けられるものだが、ここは違う。5年前も一人一人が仕事をきっちりこなしていたが、今はさらに進化し、パートの事務員さんも含め、みんなが主人公になっているようだ。何が進化したのだろうか。

◎◎ ◎◎
印象深い光景
朝礼は誰もがリラックスクスしながらも真剣に取り組む姿があった。時間を大事にしている緊張感のある朝礼が10分を終了。続いて一人お客さまに誉められたこと、喜んでもらったこと、何を頑張ってきた

たのか、どういう工夫をしたのか、などをスライドにまとめた発表が行われている。この自分の活動や感動を共有し、振り返りまとめ直して発表するプロセスがお互いの刺激となっていて、アイデアをさらに生み出す化学反応を起させていた。

夕方、全員出席の会議。よくある数字の合理的に説明した。

「Aさん、配送物の梱包を工夫して効率的にやっているね。その知恵を営業所全体で共有したいからぜひ発表してほしい」。依頼する際の言葉も進化したというわけだ。

10年間売上げ記録更新

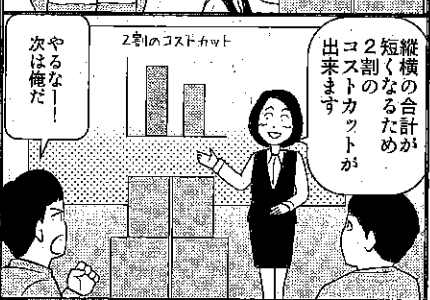
◎◎ ◎◎
学習する組織

有シーンが変わらなかつたがそれはすぐに終わりの、後半は仕入れ、販売、在庫管理、それぞれのチームから来月の新しい挑戦テーマとアクションプランが発表された。そして最後に事務チームの発表。パートの事務員さんが発表する姿は印象深かつた。ほかの営業所では再度声をかけた。

最初からできていたわけではない。営業所長がAさんに「事務の仕事に関わることで何か営業所のためになることを発表してほしい」と依頼した際には、「そんなこと無理です。できません」とキツパリ返答された。1年ほどしてから所長は再度声をかけた。

「アイマム代表取締役社長嶋谷光洋、Food Team (Co. Jp)」

定期的な発表が工夫を生む



◎マンガエッグ・エンターテイメント

「Aさん、配送物の梱包を工夫して効率的にやっているね。その知恵を営業所全体で共有したいからぜひ発表してほしい」。依頼する際の言葉も進化したというわけだ。

「アイマム代表取締役社長嶋谷光洋、Food Team (Co. Jp)」