

2020年度下半期百年大計 (営業力向上委員会)

森川 応樹

目次

- ① 沖縄の現状
- ② 更にコロナ禍で
- ③ 沖縄に貢献できること
- ④ 具体的に、「今」やりたいこと
- ⑤ そのために
- ⑥ 上半期やってきたこと
- ⑦ 下半期やりたいこと
- ⑧ 上半期からの改善点
- ⑨ 下半期の目標
- ⑩ 諦めない理由

①世の中の現状

「営業」と聞いて、あなたは、こんなイメージ、ありませんか？

- ◇ ノルマきつそう
- ◇ 「お客様の為」と言うのは、ウソ臭い
- ◇ 言葉巧みな人ほど、人を騙しそう

②更に、営業力向上委員会でよく出る話

営業のやり方を知らない人が多い

- ・先輩の我流を教えられるが、それはまちがったやり方
- ・上司の教育がヘタ（人間的にポンコツも少なくない・・・）
- ・本当は、もっといい仕事のはずなのに・・・

③営業に貢献する立志財団であるために

正しい営業を浸透させる

志ある方が売上に

悩まないようにしたい

ということに貢献する

④具体的に、「今」やりたいこと

営業力向上のお役に立ちたい

志ある方が、その志を伝えるという観点で、
営業スキルを磨いていただきたい

志はあるが、今、何をしたいか、わからない方に、
経験と成長の場をご提供したい

⑤そのために

営業コンテンツのご提供

パートナー制度の活用の応援

⑥上半期やってきたこと

A：コンテンツのご提供（公開コーチング）

B：パートナー制度の活用の応援

⑦ 下半期やりたいこと

A：テーマを絞ったコンテンツの提供

B：会員の方でない方へ向けたセミナー

C：パートナー制度を活用したい方への売り方のアシスト

⑧上半期からの改善点

Withコロナ前提で、オンラインを増やす

「営業」という広いテーマではなく、それを更に絞る

当初計画に過剰に固執するのではなく、
コロナ禍に応じた活動をする

⑨ 下半期の目標

KGI 入会4名

KPI イベント参加者（セミナー、桜坂など）

- ・ 10名参加で1名入会と仮説
- ・ 40名の参加集客

⑩諦めない理由

本当はいいものなのに、その良さが伝わらないのはもったいない。

それどころか、自身の都合のために、商品を押し付ける営業は
なくしない。

本当にいいものが、正しくその価値を認知される世の中を創りたい。