自社で行う経営診断／販売戦略をチェックする

■ C·O·N·T·E·N·T·S

はじめに
１章　チェックの考慮ポイントと手順　・・・・・　１ページ
２章　販売戦略をチェックする　・・・・・　２ページ
３章　自己診断の方法　・・・・・　４ページ

はじめに

本レポートは、

あらゆる業種の経営者および経営幹部の方を対象として、
自社の販売戦略が適切に機能しているかどうかをチェックしていただく

という目的で作成したものです。

本レポートに関連するものとして以下のレポートもご用意しています。
ぜひ、ご活用ください。

＜関連レポート一覧＞

・自社で行う経営診断／経営能力をチェックする	801209
・自社で行う経営診断／市場環境をチェックする	801211
・自社で行う経営診断／組織と人材をチェックする	801212

１章　チェックの考慮ポイントと手順

機能的に優れた製品を生産したり仕入れたりしたとしても、顧客のニーズを満たし販売につなげていく力がなければ自社の収益とはなりません。そこで、自社の販売戦略と販売力の点検をされてはいかがでしょうか。

次の手順に従って、早速、「自社の販売戦略」について簡単な自己診断をしてみてください。

＜チェック手順＞

１）Ａ～Ｄの４つのテーマにおけるチェック項目に従って、自己採点をします ↓ ２）各テーマの得点および総得点を集計します	２章を参照
↓	
３）各テーマの得点と総得点から各評価ランクの採点を行います ↓ ４）簡易診断図を作成し自社の問題点や弱点を分析・整理します	３章を参照

なお、ここで行うチェックやランクの評価はあくまでも１つの目安であり、経営上の問題点を整理するためのツールとしてお使いください。ランクが低いからといって必ずしも「自社経営に問題あり」とはいえませんし、ランクが高いから「問題なし」と判断するのも禁物です。この点をあらかじめご了承ください。

２章　販売戦略をチェックする

チェックシートに従い、「ＮＯ…１点、どちらともいえない…２点、ＹＥＳ…３点」の判断基準で採点し、テーマごとに得点を集計します。

【Ａ．商品・サービス】～主力商品の現状分析と新商品の開発を行っているか～

	（点数）1	2	3
□主力商品・サービスが製品ライフサイクル上のどこに位置するのかを適切に把握しているか			
□主力商品・サービスの市場や顧客のポジショニングを明確に分析しているか			
□新商品開発のための市場調査や需要予測、コスト分析などを行っているか			
□新商品の開発において、品質、デザイン、ネーミング、価格、色彩、商標、包装など顧客のニーズに応えようとしているか			
□商品価格は適正利潤を確保する合理的なものとなっているか、また競合他社の価格との兼ね合いに妥当性はあるか			

Ａ．得点合計＿＿＿＿＿

【Ｂ．販売促進】～販売促進活動の効果は上がっているか～

	（点数）1	2	3
□販売促進の計画と予算は販売計画に基づいて立てているか			
□販売促進の費用対効果の測定・分析を行っているか			
□販売促進活動を組織的に行っているか			
□現在の広告媒体は自社のマーケティング戦略に合致するものであり、また、日々新たな販売促進企画を練っているか			
□顧客への情報提供を積極的に行い、顧客とのコミュニケーションを常に図っているか			
□顧客からのクレームや相談に対応できる体制にあるか			

Ｂ．得点合計＿＿＿＿＿

【C．販路・店舗】～商品を効率的に流通させ顧客に提供しているか～

	（点数）１	２	３
□販売チャネルの設計は計画的に進められ、効率的なチャネル・システムを構築しているか			
□販売チャネルの開拓や新店舗の開設など、販売拠点の強化拡充を常に図っているか			
□適切な（品切れを起こさない、過剰在庫を持たない）在庫管理を行っているか			
□物流の効率化を検討し実行しているか			
□店舗や営業所は商品やサービスを提供する場（陳列、ＰＯＰ、レイアウトなど）として、あるいは商談する場として有効に機能しているか			

Ｃ．得点合計＿＿＿＿＿＿

【Ｄ．販売組織】～組織的な販売と販売員の教育訓練を実行しているか～

	（点数）１	２	３
□自社の顧客構造や商品・サービス特性を考慮した販売組織編成（エリア別、顧客別、商品別など）になっているか			
□計画に基づいた組織の販売目標が立てられ、実績との差異分析を行っているか			
□販売員の教育訓練を行うとともにその評価・報酬を適切に行い、モラールの向上に努めているか			
□定期的な販売会議や必要に応じた販売管理者によるレビューを行っているか			
□販売員の即戦力化のために販売方法の標準化を図っているか			
□営業担当者は提案型営業やコンサルティング営業を志向し、顧客満足度の向上を追求しているか			

Ｄ．得点合計＿＿＿＿＿＿

Ａ＋Ｂ＋Ｃ＋Ｄ→　総得点

３章　自己診断の方法

＜評価ランクの採点と問題点の整理＞

　前章のチェックシートから集計したＡ～Ｄの各テーマの得点を次の表に従って５段階のランク付けを行い、同表および簡易診断図に記入します。

　ランク３が標準値（最低限クリアすべき目標値）となるため、

・著しく標準値を下回っているテーマはないか

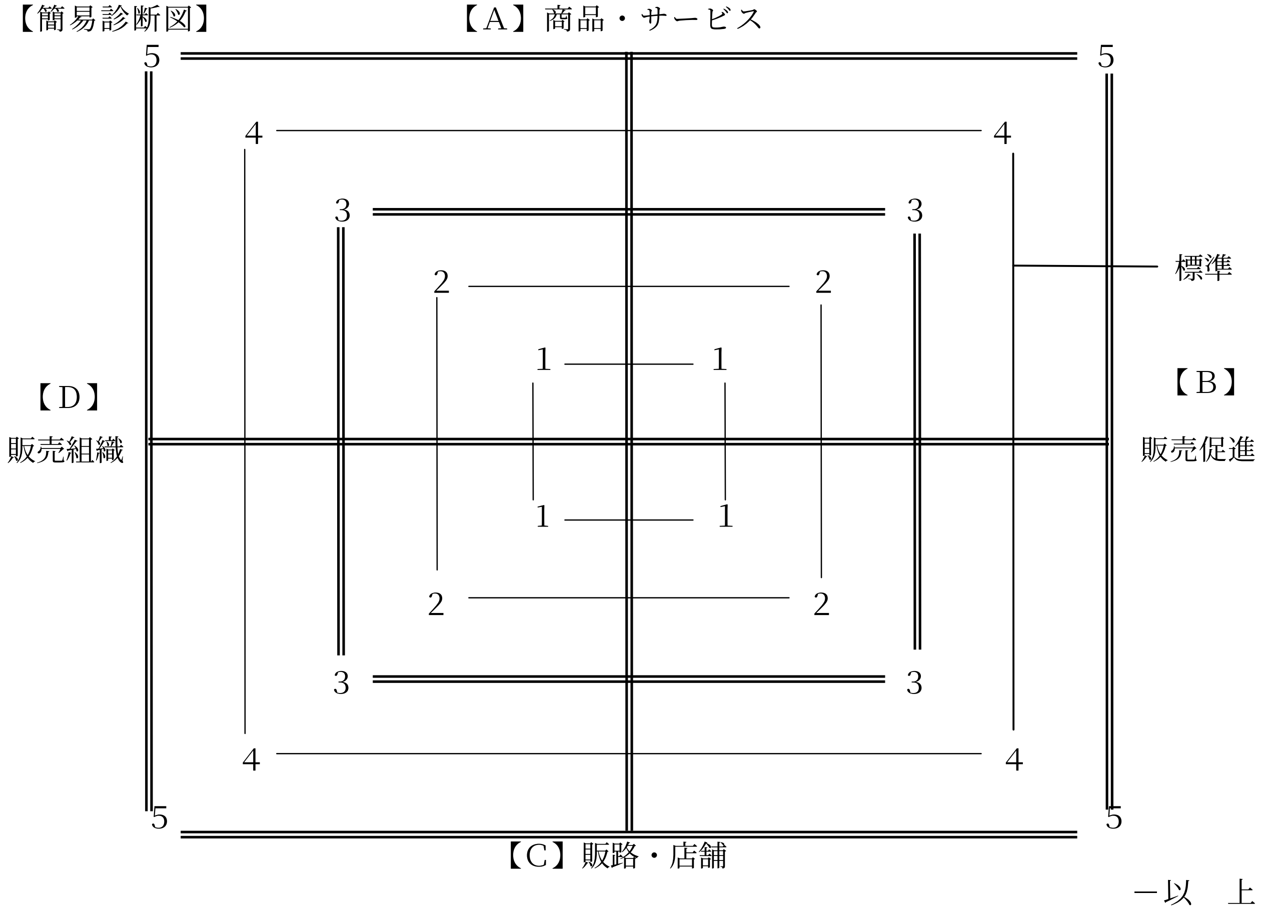
・全体のバランスは取れているか

を確認し、自社に経営上何らかの問題があると判断した場合には、さらに問題点を整理し原因を探り、解決策を見出していく必要があります。

点を整理し、原因を探り、解決策を見出していかなくてはなりません。

ランク	内　容	A	B	C	D	総合評価
5	優　秀	15 点	18～17 点	15 点	18～17 点	66～58 点
4	良　好	14～13 点	16～15 点	14～13 点	16～15 点	57～49 点
3	標　準	12～10 点	14～12 点	12～10 点	14～12 点	48～40 点
2	やや不十分	9～ 7 点	11～ 9 点	9～ 7 点	11～ 9 点	39～31 点
1	不十分	6～ 5 点	8～ 6 点	6～ 5 点	8～ 6 点	30～22 点
	シートの得点→					
	評価ランク→					

【簡易診断図】



－以　上－

２０００年７月発行

●本レポートの作成につきましては万全を期しておりますが、ご利用者のご活動の結果についてはいかなる責任をも負いかねます。何卒、ご了承下さい。
●本レポートの無断複製・転載を禁じます。　copyright LIBA