

株式会社サンプルシステムズ

サンプル 太郎 様

Sales Management Analysis Program

S-MAP診断

個人報告書

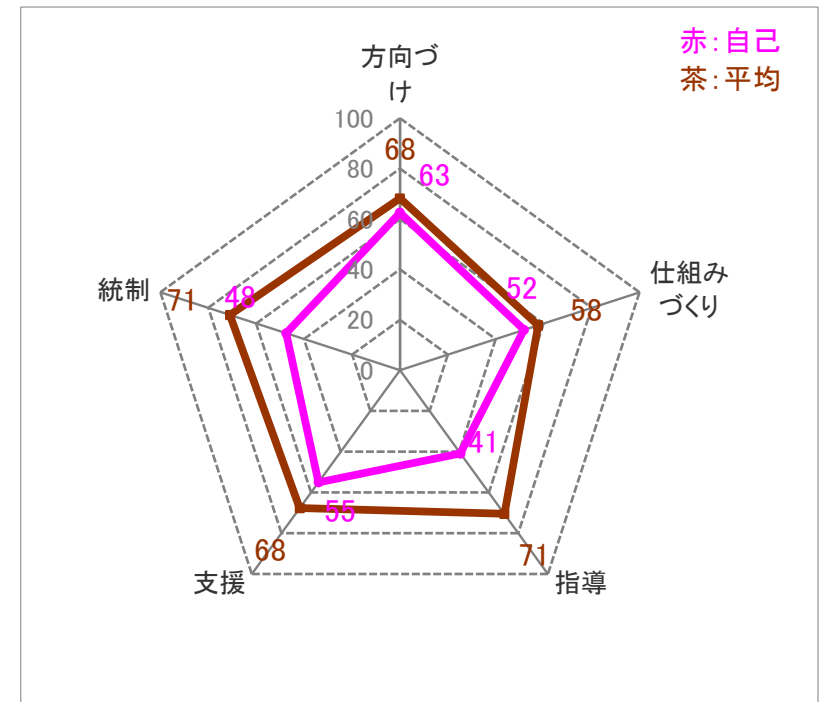
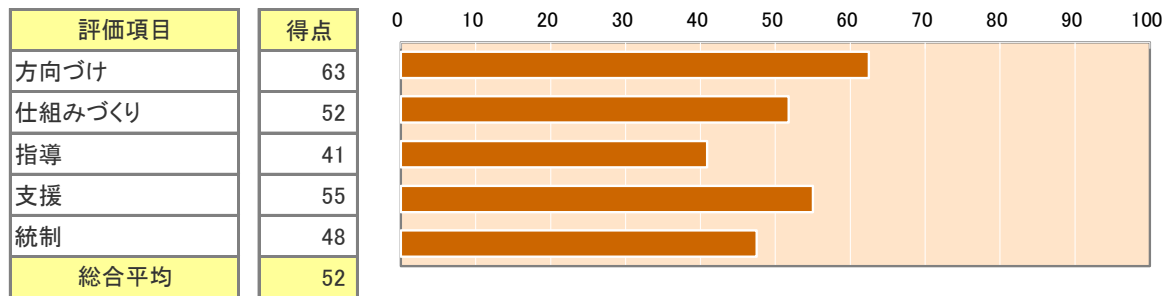
総合評価

■あなたの診断結果の各項目を総合的に評価した場合、今回の診断を受けた方の中では、ほとんどの項目で平均を下回る水準でした。

■強みのプロセス:「方向づけ」プロセスが強みになっています。「目標設定」や「方針設定」や「計画化」の活動ができています。

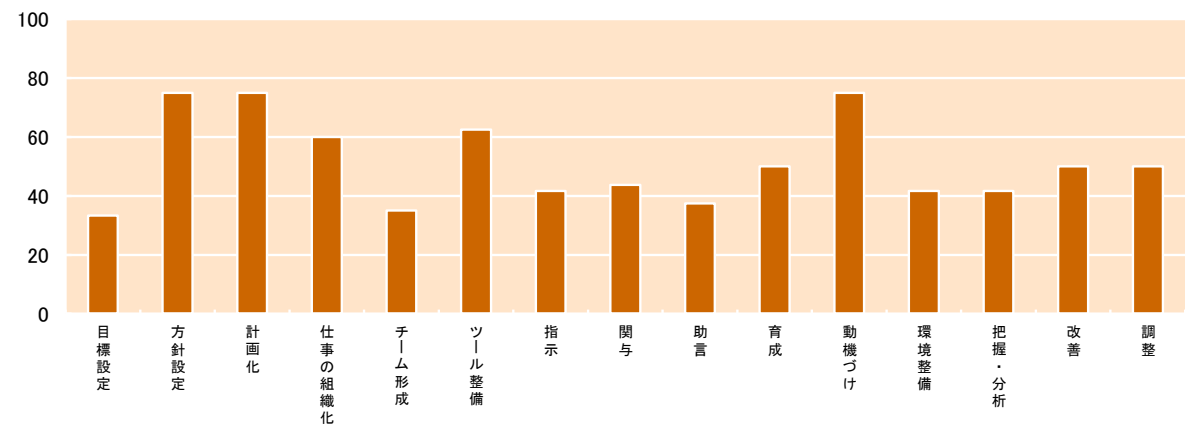
■弱みのプロセス:「指導」プロセスが弱みになっています。「指示」や「関与」や「助言」の活動を強化してください。

マネジメントプロセス評価



マネジメント機能評価

評価項目	得点	評価項目	得点
目標設定	33	育成	50
方針設定	75	動機づけ	75
計画化	75	環境整備	42
仕事の組織化	60	把握・分析	42
チーム形成	35	改善	50
ツール整備	63	調整	50
指示	42		
関与	44		
助言	38		



■あなたがマネジメント強化に取り組むに際しては、特に、「目標設定」「チーム形成」を向上させてください。

営業プロセス（部下の営業活動への関わり）診断結果

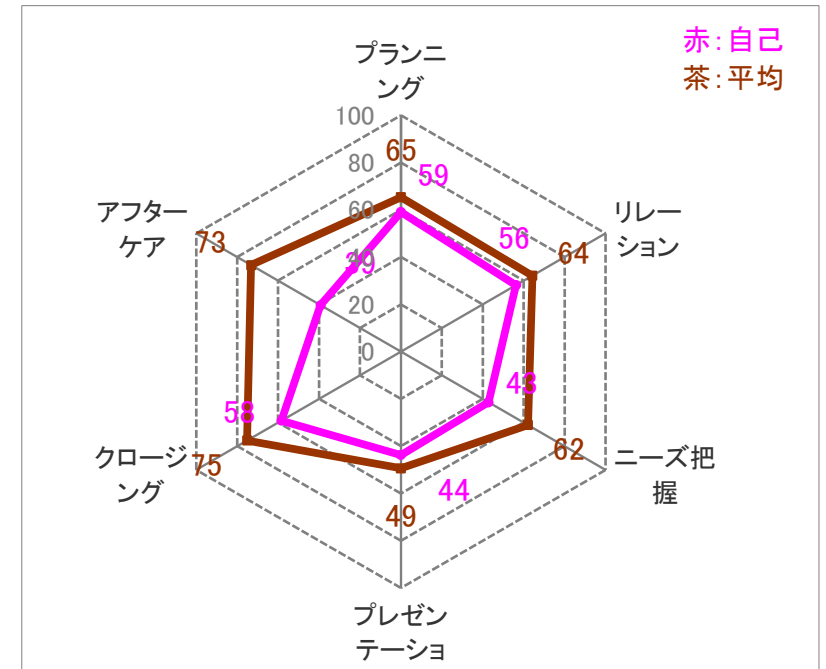
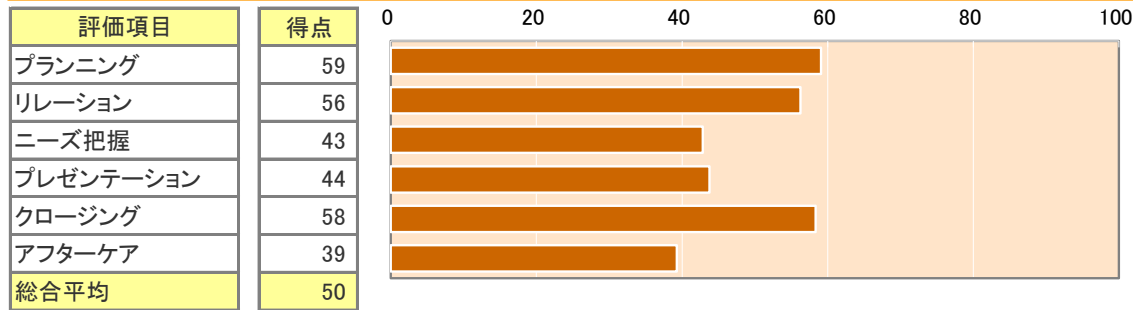
総合評価

■あなたの診断結果の各項目を総合的に評価した場合、今回の診断を受けた方の中では、ほとんどの項目で平均を下回る水準でした。

■強みのプロセス:「プランニング」が強みになっています。「顧客分析」や「販売計画」や「活動計画」でメンバーと十分なかかわりを保っています。

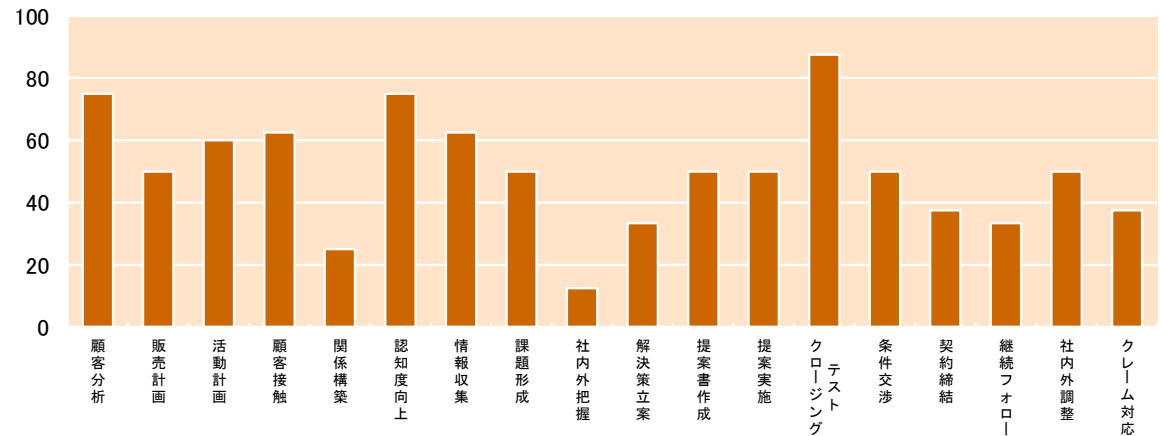
■弱みのプロセス:「アフターケア」が弱みになっています。「継続フォロー」や「社内外調整」や「クレーム対応」でメンバーと十分にかかわりを持ってください。

営業プロセス評価



営業機能要素評価

評価項目	得点	評価項目	得点
顧客分析	75	解決策立案	33
販売計画	50	提案書作成	50
活動計画	60	提案実施	50
顧客接触	63	テストクロージング	88
関係構築	25	条件交渉	50
認知度向上	75	契約締結	38
情報収集	63	継続フォロー	33
課題形成	50	社内外調整	50
社内外把握	13	クレーム対応	38



■あなたがマネジメント強化に取り組むに際しては、特に、「関係構築」「社内外把握」のプロセスについて、部下との関与を強化してください。

■ 回答結果一覧1

No	マネジメント領域	設問	回答結果
1	方向づけ	1)あなたは、所管部門の年間目標を設定するとき、	B:メンバーに担当顧客別の販売予測をさせるが、メンバーとあまり協議せずに自分で販売予算案を作成して会社
2		2)メンバーは、あなたの所管部門の販売目標(受注、売上、粗利等)について	C:部門目標は意識しているが、個人目標は意識していることは少ない。
3		3)顧客ごとの攻略プランについては、	C:担当顧客すべてについて、攻略プランをメンバーに設計させている。
4		4)あなたの所管部門の方針については、	B:上位方針を踏まえて、自部門としての方針を文書にしてメンバーに説明している。
5		5)あなたは、メンバーが月間・週間計画を作成する際、	A:部門としての重点方針をメンバーに示し、作成した計画に反映させている。
6		6)メンバーが作成している計画の内容は、	C:顧客別に営業活動の内容や方法、スケジュールは記載されているが、受注・売上数字は記載されていない。
7		7)あなたの所管する部門の目標設定にあたって、メンバーの販売予測数値の期間は、	C:半年先までの販売予測しかできないのが現状である。
8		8)メンバーから商談内容を聞き、見込み案件だと判断したとき、	C:受注予定月を仮に設定し、逆算して商談ストーリーをメンバーと一緒に検討している。
9		9)商品を納入したあと、新たな見込みを発掘するために、	B:新たに提案できそうな内容がないか、メンバーに考えさせるようにしている。
10		10)会社の方針について、メンバーから疑問を投げかけられたとき、	B:自分自身も納得できていない内容であれば、メンバーに同調してしまうことがある。
11	仕組みづくり	11)メンバーが計画を作成するにあたっては、	B:計画フォームを決めているが、メンバーによって活用にバラツキがある。
12		12)顧客との関係を強化するために、	C:メンバー、マネジャー、上席者の役割は決めているものの、計画的な訪問活動ができていないといえない。
13		13)顧客へのヒアリングを効率的に行うために、	B:一部のヒアリング内容を部門として整理しており、メンバーは活用している。
14		14)提案書作成にあたっては、素早く適切に参照できる前例を、	B:部門として重要案件についてのみ整理し、メンバーが活用できる状況にある。
15		15)顧客へのプレゼンテーションにあたっては、リハーサルを	C:メンバーによっては実施させている場合もある。
16		16)顧客への提案活動は	B:件数よりも金額の大小によって目標達成が左右されるので、提案件数はあまり意識させていない。
17		17)受注した案件の中で他のメンバーに参考になりそうなものについては、	C:みんなの参考になるかどうかは受注した本人しか分からないので、本人の意向があれば発表してもらうように
18		18)受注後の担当顧客に対するフォロー訪問の頻度については、	B:頻度の基準は決めておらず、メンバーの判断に任せているが、その実施状況は確認している。

■ 回答結果一覧2

No	マネジメント領域	設問	回答結果
19	仕組みづくり	19)見込客の発掘からアフターフォローまでの営業活動プロセスについては、	B: 共通的な活動プロセスは設計しているが、成功要因は明確にしている。
20		20)所管部門のメンバーの役割について、	C: 役割を増やすとメンバーが不満をもつので、特別な役割は与えていない。
21		21)顧客に対するときの心構えや行動のあり方(マナー・法令遵守)など、	B: あえて行動規範というまでもなく、メンバーの自覚に任せている。
22		22)特定メンバーが目標を達成できそうになく、そのため部門全体の目標達成に支障が出そうな場合、	B: あえて行動規範というまでもなく、メンバーの自覚に任せている。
23	指導	23)年間または半期の計画が、	B: 月間・週間計画をみている限りでは、必ずしも反映されているとはいえない。
24		24)特にこちらから提供する話がない場合でも、顧客を訪問して話をすることは、	C: 定期訪問は奨励しているが、義務づけてはいない。
25		25)メンバーの訪問先の活動管理については、	B: 日報や週報を見て訪問先を確認しているが、記載内容が乏しいので具体的な指示に至ることは少ない。
26		26)メンバーが顧客ニーズに対応する前に、	C: 課題把握状況はわからないが、課題を把握するように指示している。
27		27)話題が乏しいために顧客との会話が途切れがちなメンバーに対しては、	B: 特にアドバイスしていることはない。
28		28)案件に関する競合他社の動きについて、	B: 競合が手ごわそうな場合は、詳細に指示している。
29		29)発生したクレーム、トラブルの顧客への報告については、	B: 経過報告をするよう指示しているが、顧客から「対応が悪い」など、さらにクレームが入ることがある。
30		30)契約後のアフター活動に関しては、	C: アフター活動はメンバーの状況によって優先順位が違ってくるので、メンバーの判断に任せている。
31		31)クレーム、トラブルが発生したメンバーに対しては、	B: クレーム、トラブルが解決するまでは、メンバーの対応を観察して気づいたことを指示している。
32		32)顧客との商談内容は、	B: 商談議事録はとらせているが、議事録ではなくて日報や週報を見てアドバイスしている。
33		33)提案後のクロージング段階では、	B: 重要案件については進捗状況を確認し、受注促進の手立てを指示している。
34	支援	34)担当顧客が抱えている問題点をメンバーが把握するにあたり、	B: 顧客から問題点を言ってもらえるように、人間関係づくりに重点をおかせている。
35		35)メンバーが顧客に新しい商品サービスのPR活動を始めるときは、	C: 商品知識の勉強だけでなく、上手に紹介できるよう話法なども検討させている。
36		36)メンバーが提案書を作成する際には、	B: 表現方法を工夫するよう指示はするが、あとはメンバーに任せている。

■ 回答結果一覧3

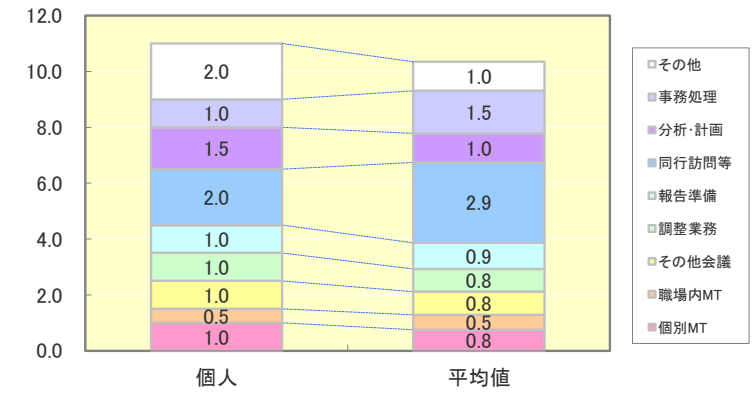
No	マネジメント領域	設問	回答結果
37	支援	37)プレゼンテーション時の話し方・態度について、	B: 同行して部下のプレゼンテーションをみたときは、あとでアドバイスしている。
38		38)案件締結に向けてメンバーに対しては、	D: いろいろなテストクロージングの方法をアドバイスして、本人ができそうな方法を見つけるようにしている。
39		39)メンバーが受注に至ったときには、	B: 金額が大きいなどの重要案件については、労をねぎらうようにしている。
40		40)メンバーから、経費予算を超える適切な改善提案があったとき、	B: 自部門には予算がないからと却下することが多い。
41		41)あるメンバーが休暇などで1~2週間不在で連絡がつかなくなる場合、	D: 不在期間中は、基本的にマネジャーがメンバーの業務を代行するようにしている。
42	統制	42)メンバーが月間・週間計画を作成するにあたっては、	B: 販売数値や活動内容の分析に時間をかけ、対策は個人に任せている。
43		43)顧客への訪問活動が十分かどうかを検証するために、	B: メンバーの訪問活動データを取らせているが、分析は特にさせていない。
44		44)メンバーは担当している顧客のキーパーソンに	C: 会っている場合でも、関係強化のために上席者同士の面談機会もつくっている。
45		45)顧客のニーズに対応するため、社内の技術部門や関連部門との連携は、	B: 案件が発生してから急に連絡することが多く、マネジャーとして技術部門に協力を要請しても積極的な対応が
46		46)顧客との価格・仕様の交渉について、	B: 顧客の要求に対しては、すべて応えないと受注できないので、最大の譲歩を前提に交渉させている。
47		47)契約の締結にあたっては、	C: 多少、無理のある契約であったとしても、契約を優先させるよう指示することがある。
48		48)契約どおりの商品を納入した顧客から、メンバーが反応を聞いてきたとき	B: 不満があった場合には技術などの関連部門に伝えさせている。
49		49)毎日の営業活動の結果は、	C: 主だった内容を週報として提出させ、概要をつかむようにしている。
50		50)あなたが主催する定例(月例)の部門会議は、	B: 前月の販売実績とともに、メンバーの営業活動の分析・検討を中心に、次月の対策は個人別に発表する程

総評

- 活動時間を集計した結果、あなたの活動量(時間)は、平均値よりも多くなりました。
- 活動の割合を見ますと、会議やミーティングによる情報共有の時間の割合は、20%以上となりました。組織内での情報共有の時間は確保されていると思われます。
- 活動の割合を見ますと、事務処理等にかかる時間の割合は、20%未満となりました。事務処理時間の割合は適切にコントロールされていると思われます。

※総評欄にある基準値(%)は過去のS-MAP診断の結果を元に設定しておりますので目安としてお考えください。

■ 活動時間の集計(個人×平均値)



活動時間の集計

※単位は(時間)

活動項目	個人	平均値
個別MT	1.0	0.8
職場内MT	0.5	0.5
その他会議	1.0	0.8
調整業務	1.0	0.8
報告準備	1.0	0.9
同行訪問等	2.0	2.9
分析・計画	1.5	1.0
事務処理	1.0	1.5
その他	2.0	1.0
総時間	11.0	10.3

※単位は時間

活動割合の集計

活動項目	個人	平均値
個別MT	9.1%	7.3%
職場内MT	4.5%	5.1%
その他会議	9.1%	8.0%
調整業務	9.1%	7.9%
報告準備	9.1%	9.0%
同行訪問等	18.2%	27.8%
分析・計画	13.6%	10.0%
事務処理	9.1%	14.8%
その他	18.2%	10.0%
総時間	100.0%	100.0%

■ 活動割合の集計(個人×平均値)

