

03 販売計画

01 販売計画

01 販売方針の具体化

01 販売計画は、販売方針に関連性をもって具体化したものとなっていますか。

Y 販売方針と販売計画の整合性をチェックします。

販売方針では「新商品重点方針」を掲げながら、販売計画では「伝統的商品」に販売員や販促予算が重点化されているケースなどがその例です。

N 方針と計画の整合性の大切さを説明します。

02 他の経営計画との関連

01 他の経営計画との関連

01 内容は、他の経営計画との有効な関連が保たれていますか。

Y 販売計画の重要な要素—人・物・金など—について、他の計画はどうなっているのかをチェックします。

N 他の経営計画（たとえば、人事採用計画）と関連のない販売計画では、目標を達成できないことを理解させます。

02 見直し・修正は、いつ行われましたか。

Y どのようなプロセスで何がどうなったか、それは妥当な見直しかをチェックします。

N なぜ見直しがないのかをチェックします。

03 売上・粗利・販促・回収・人員等の各計画が網羅されていますか。

Y 個々の計画相互の整合性をチェックします。

N 販売計画の細部が詰まっていると、具体的な販売活動が行えないことを理解させます。

03 プロセス

01 プロセス

01 販売予測・目標・予算・割当・統制のプロセスはできていますか。

Y プロセスが整備（出来れば文書で）されていること、そのプロセスを通じて社内プロセスの合意が形成されていることをチェックします。

N 販売管理活動のプロセス確立が大切であることを説明します。

02 目標に対して、社内コンセンサスを得ていますか。

Y コンセンサスを得るまでのプロセスをチェックします。

N 販売部門以外の社内とも、少なくとも「目標値」に対する合意を取り付けておくことの必要性を説明します。

02 計画要素

01 5W2Hなどの計画としての要素を備えていますか。

Y 販売を実行する立場にたって、正しく表現されているかどうかをチェックします。

N 計画は、それを実行する人たちにとってわかりやすく、行動しやすいものでなければならぬことを説明します。

04 目標達成ルール

01 目標達成ルール

01 目標設定、達成基準、日程、評価などがルール化されていますか。

Y ルール化の内容にムリ・ムダがないかを確認します。

N ルール化の必要性を説明します。

02 目標の見直しは定期的に行われていますか。

Y いつ見直しが行われたか、未達成分についてはどんな対策が取られたかを確認します。

N 目標を作るのは、進捗チェック・未達の場合の対策のためであることを理解させます。

03 各階層の日常活動が決められ、活動がなされていますか。

Y 日常の活動計画と実績報告を確認し、計画に対し未実施の場合にどんな指示が出されているかを確認します。

N 日々の活動にもPDCA サークルを回すことの重要性を説明します。

05 経営資源との整合

01 経営資源との整合

01 計画は、経営資源の内容とかけ離れたものになっていませんか。

Y （なっている）特に不足している資源について整合性を確認し、経営資源不足では販売計画は達成不可能であることを理解させます。

N （なっていない）整合性をチェックしてみます。

02 そのギャップを埋めることができますか。

Y 不足していると思われる経営資源担当部門で、ギャップを埋める可能性を打診してみます。

N 販売計画立案の段階までさかのぼって、もう一度議論を尽くすことを勧めます。

06 達成の評価

01 達成の評価

01 計画達成の評価と、経營業績が何らかの形で連動していますか。

Y 販売計画達成度と経營業績との連動を確認します。

N 通常連動するはずですが、連動しない要素は何か（たとえば不動産売却・財テク通常収入など）、臨時収入なのか経常的な収入なのかを確認します。計画達成度と経營業績との連動を確認します。

02 失敗した販売計画に対する不測事態対応計画はありますか。

Y 不測事態対応計画の中身を吟味し、それが有効な策なのかどうかを検討します。

N 販売計画未達の場合の対応策を、席を改めて経営トップと協議します。

07 データの整備

01 データの整備

01 必要な顧客、販売実績等の販売管理データが整備されていますか。

Y データの中身を吟味し、有効なものかどうかを確認します。

N 販売管理データの整備が販売戦略策定の基礎となることを説明し、主要なデータについての整

02 販売管理データはリアルタイムでありかつ共有化がなされていますか。

Y その内容をチェックし、ベターな方策があればアドバイスします。

N リアルタイムの販売管理データが「IT化」のひとつの基礎技術であり、コンビニエンスストアの購買配送計画・品揃え計画・新商品開発販促計画などの基礎となっていることを説明します。

03 計画シミュレーションが即時可能となっていますか。

Y 販売実績を基に、計画修正・新商品投入・販促計画などのシミュレーションが即刻可能なことを確認します。

N 「IT化」のメリットは、人員と時間の節約だけでなく、そのリアルタイム性によって、PDCAのサイクルを短時間に回転させることが可能になると説明します。