



sample

Sales CheckPoint Performance Feedback System™ エグゼクティブ概観

レポート作成日: 2015/01/21

部外秘

サーベイ回答者:
3人のセールスパークソンとそのセールスマネジャー

HRD株式会社
105-6015
東京都港区虎ノ門4-3-1
城山トラストタワー 15階

Profiles International
imagine great people®

Sales CheckPointシステム

Sales CheckPointシステムの目的は、セールス現場でのセールスパークソンをよく知り、行動を観察する機会のあるセールスマネジャーから見たセールス行動について確認することです。このレポートは、セールスマネジャーとセールスパークソンの回答の集大成です。

79のセールス行動が、サーベイ項目となっています。これら79項目は、19のスキルセットに、さらに7つの普遍的セールスコンピテンシーにまとめられています。セールスマネジャーはセールスパークソンの行動を観察し、セールスパークソンは自分の行動を振り返り、各項目に回答しました。

Sales CheckPointサーベイの79項目で、回答者は6つの選択肢から回答を選びました。回答者はそれぞれの観察に基づき、各行動をセールスパークソンが示したと思う頻度を回答しました。第6の選択肢は「機会なし」で、その行動を観察する機会がないため回答できない場合の選択です。6つの選択肢を、以下に示します。

回答	説明	頻度
1	ほとんどない	0 - 10%
2	まれにある	11 - 39%
3	ときどきある	40 - 60%
4	よくある	61 - 89%
5	ほとんどいつも	90 - 100%
N	この行動を見る機会がない	

セールスのほとんどの職務の成功に重要なスキルセットが、19あります。それらは、7つの普遍的セールスコンピテンシーにまとめられます。一般に、この普遍的セールスコンピテンシーに含まれる行動をよく示すセールスパークソンは、セールスにおいて有能であり、成果をあげるとされています。

7つの普遍的セールスコンピテンシーと、それに含まれる19のスキルセットは、以下の通りです。

1. 企業家的アプローチ

- 事業開発精神あふれる態度
- 時間の有効活用
- 効果的な目標設定

2. 見込客を理解する

- 買手の行動を認識
- 買手の購買プロセスの理解

3. 適切な問題解決策を創出

- 特徴と利益を説明できる問題解決
- 商品知識

4. 積極的顧客開拓

- 見込客の特定
- 約束を取付ける

5. セールスプロセスの管理

- 顧客中心セールスの理解
- ラポールを築く
- 見込客ニーズの明確化
- 見込客への助言

6. 商談締結

- 見込客へのオプションを検討する
- 理想的解決策の提案
- 顧客の反論克服
- 効果的クロージング

7. セールスの関係づくり

- 確実な関係構築
- 関係を発展させる

好ましいゾーン：「組織開発サマリー」に記載される「好ましいゾーン」とは、経験豊富なセールスマネジャーやセールストレーナーたちが、有能なセールスパークソンであると評価するスコアの範囲（4.0～5.0）です。成功には各スキルセットがどれも重要であり、このゾーンは、セールスパークソンが常にそのレベルの行動を目指すべきであるという指標です。



エグゼクティブ概観について

このレポートは、貴社の3人のセールスパersonとそのセールスマネジャーが回答したSales CheckPointのまとめです。このサーベイの結果に基づき、セールスパersonが上司のセールスマネジャーと協力して、個別のセールス能力開発計画の優先事項に重点的に取り組めるようにしてください。

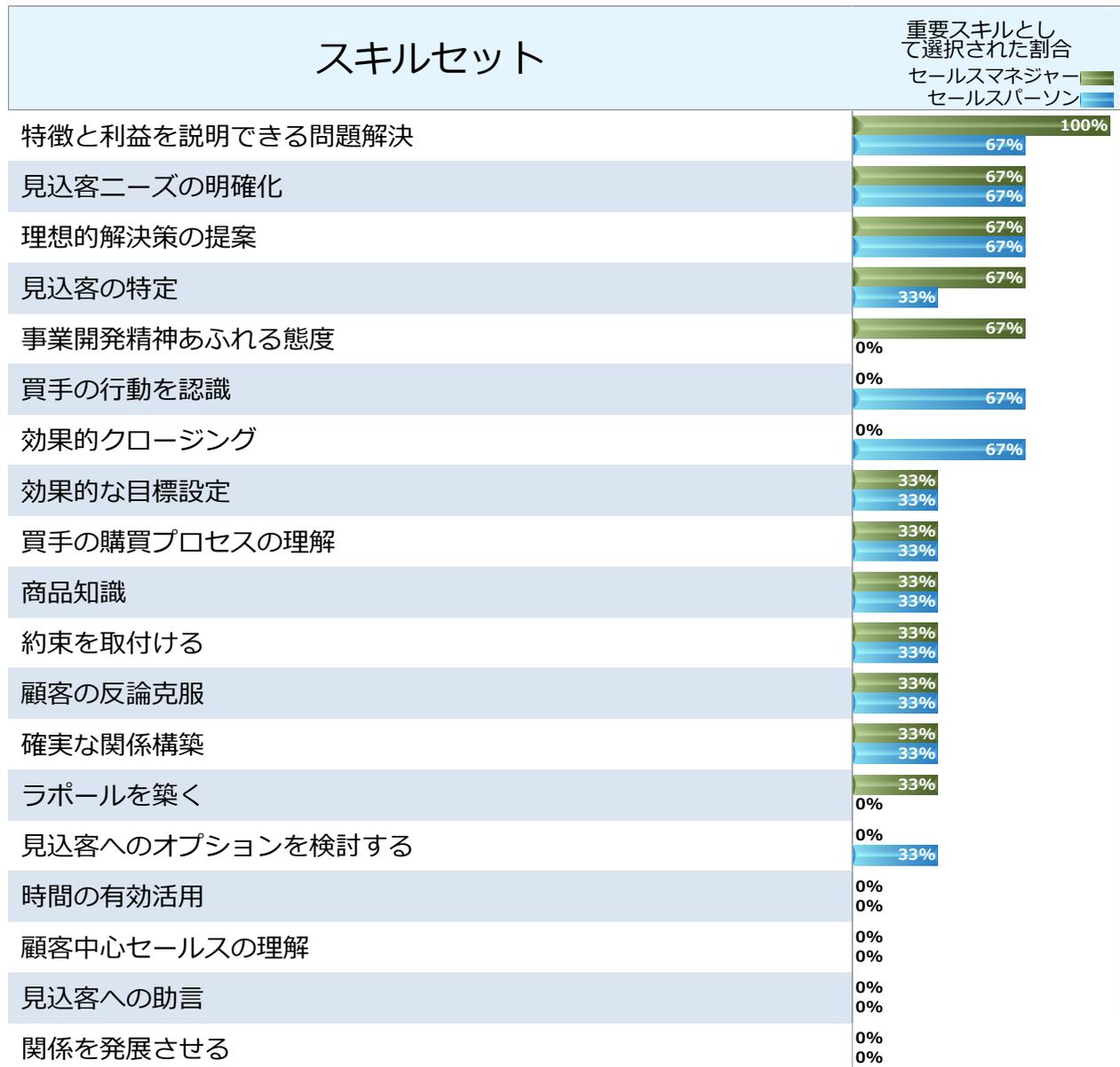
集計したスコアを分析して、あなたのグループのセールス強度を示す3つの有用な指標を作成しました。

- **セールsteam一致率** - 仕事関係において大切なことは、成功のために重要なスキルについて、セールスパersonとそれぞれのセールスマネジャーとが一致している度合いです。セールスパersonとそのセールスマネジャーはどちらも、19のスキルセットを提示され、職務の成功に最も重要と思うスキルセットを6つ選択するよう求められました。セールスパersonとセールスマネジャーが、19項目のうち成功のため重要と考えるスキルセットが一致している度合いは、「セールsteam一致率」として示されます。完全一致なら、100%です。選択したスキルセットが6つとも異なっていれば、一致率は0%です。この一致率は、セールス組織内コミュニケーションの有効性を示す指標です。平均一致率が高ければ、セールスパersonの成功に必要なスキルの認識が、共有されていることとなります。
- **組織開発サマリー[コンピテンシー]** - ここでは、7項目のセールスコンピテンシーそれぞれについて、セールスパersonに対するセールスマネジャーの評価を要約します。評価が、好ましいゾーン内と未達の割合をそれぞれバーで示しています。上のバーはセールスマネジャーによるセールスパersonの評価を、下のバーはセールスパersonの自己評価です。
- **組織開発サマリー[スキルセット]** - 各セールスコンピテンシーには、19のスキルセットの2項目以上が含まれ、これらに係わるセールスパersonの実際の行動が評価されます。これらの行動をセールスパersonが実際のセールス状況で示す頻度を各回答者が答えると、各スキルセットの平均スコアが出されます。ここから、セールスマネジャーの平均スコアやセールスパersonの自己採点の平均に基づき、各スキルセットについて、好ましいゾーンを下回ったセールスパersonの割合が分かります。

セールスチーム一致率

3人のセールスパersonとそのセールスマネジャー両者に19のスキルセットが提示され、それぞれ、セールスの成功に最も重要と思う6つのスキルセットを選びました。「全体的セールスチーム一致率」は、各セールスパersonとそのセールスマネジャーの平均評価の一致率としています。右側に、セールスパersonとそのセールスマネジャーが各スキルセットを重要スキルセットとして選択した割合が示されています。スキルセットは、セールスパersonとセールスマネジャーが選択した割合の合計の大きいものから、降順で表示されています。

全体的セールスチーム一致率 - 61%



組織開発サマリー[コンピテンシー]

この表は7つの普遍的セールスコンピテンシーの全体平均をまとめたものです。上のバーはセールスパersonに対するセールスマネジャーの評価です。色分け部分の左は、セールスマネジャーの評価平均が「好ましいゾーン」を下回ったものの割合で、右は「好ましいゾーン」内に収まったものです。下のバーは、セールスパersonの自己評価です。



組織開発サマリー[スキルセット]

この表は、19のスキルセットに対する全評価平均をまとめたものです。上のバーは、セールスパersonに対するセールスマネジャーの評価です。色分け部分の左は、評価平均が「好ましいゾーン」を下回ったものの割合で、右は「好ましいゾーン」内に収まったものです。下のバーは、セールスパersonの自己評価です。スキルセットは、好ましいゾーンに満たないと評価した割合が多いものから降順に示しています。重要スキルトップ6の列には、セールスパersonとセールスマネジャーにより、セールスの成功に最も重要とされた6つのスキルセットの順位が表示されています。

スキルセット (コンピテンシー)	重要スキル トップ6	好ましいゾーン	
		未達	ゾーン内
		セールスマネジャー	セールスパerson
見込客へのオプションを検討する (商談締結): 見込客が認識するニーズにぴったりの選択肢を提供する。		67%	33%
理想的解決策の提案 (商談締結): 見込客にニーズや希望を理解していることを示し、商品知識を活かして、実行可能な解決案のオプションを提供する。	3	67%	33%
顧客の反論克服 (商談締結): 見込客の反論を認識し、顧客満足度を高めるための明快で簡潔な情報を提示する。		67%	33%
関係を発展させる (セールスの関係づくり): セールス後のフォローやサービスを効果的に行って定評を確立し、顧客ロイヤルティを創出・維持する。		67%	33%
買手の購買プロセスの理解 (見込客を理解する): 買手側の役割、目標、プロセスに対する知識を有し、それらを使って顧客関係を構築する。		33%	67%
特徴と利益を説明できる問題解決 (適切な問題解決策を創出): 商品の特徴を説明し、その特徴がどのように見込客のニーズを満たすかを特定することにより、解決策を開発して提供する。	1	33%	67%
商品知識 (適切な問題解決策を創出): 商品とサービスについて専門知識を示し、この知識を使って迅速かつ無理なく見込客のニーズに対応する。		67%	33%
約束を取付ける (積極的顧客開拓): 見込客を会う気にさせるような、妥当で説得力のある顧客中心コミュニケーションを工夫し、実行する。		33%	67%
見込客ニーズの明確化 (セールスプロセスの管理): 見込客の本当のニーズを引き出し、販売や顧客満足度の向上につなげる。	2	33%	67%
見込客への助言 (セールスプロセスの管理): 見込客の相談に乗り、もっと見込客の緊急意識を強め、現状への不満を洗い出す。		67%	33%



スキルセット (コンピテンシー)	重要スキル トップ6	好ましいゾーン	
		未達	ゾーン内
		セールスマネ ジャー	セールスパー ソン
効果的クロージング (商談締結): セールスプロセス全体にわたって見込客をリードし、倫理的にもかなう方法で顧客が購買を判断できるよう支援する。		33%	67%
確実な関係構築 (セールスの関係づくり): 顧客と見込客のニーズを常に見据え、接触や取引の機会を増やす。		33%	67%
事業開発精神あふれる態度 (企業家的アプローチ): 結果を出すための前向きな雰囲気を作り出す。仕事面でもプライベートでも責任を受容し、高い水準を実践する。見込客と顧客のニーズに応えるため、勤勉に働く。	5		100%
時間の有効活用 (企業家的アプローチ): 時間を効率的に管理し、セールスと顧客サービスの時間のバランスをとる。		33%	67%
効果的な目標設定 (企業家的アプローチ): 管理と実現が可能な目標を段階的に設定し、系統的かつ効率的に達成していくことで、セールス成績を向上させる。		67%	33%
買手の行動を認識 (見込客を理解する): 見込客が商品やサービスを購入する理由を特定し、それに基づいてセールスアプローチを改善する。	6	33%	67%
見込客の特定 (積極的顧客開拓): 理想的な見込客としての特徴を見極め、優良顧客になる確率が高い見込客に時間と働きかけを集中する。	4	33%	67%
顧客中心セールスの理解 (セールスプロセスの管理): 見込客のニーズを理解し、購買プロセスをできるだけ簡略化するよう努力する。			100%
ラポールを築く (セールスプロセスの管理): 信頼関係を築き、セールス担当と見込客とをそれぞれ適切な絆でつなぐことで顧客関係を発展させる。			100%



組織全体のセールス潜在能力を向上させる

プランの作成

組織にとって常に課題となることは、各セールスパーソンに、継続的な能力開発に対する一定レベルのコミットメントと責任感を育てる文化を創出することです。Sales CheckPointのプロセスが成功するためには、このサーベイを実行したら終わりではなく、セールスパーソンの能力開発をやり通すことが大切です。

このエグゼクティブ概観レポートは、Sales CheckPointの結果を要約したものです。あなたのセールス組織全体の潜在能力が分かる内容になっています。

各セールスパーソンとセールスマネジャーに提供されたレポート類は、各セールスパーソンの強みと弱みを詳細に分析しています。組織のセールス戦略を強化する鍵は、組織のどの階層のセールスパーソンでも、これらのレポートが提供する情報を活用して、彼らの継続的能力向上を目指すアクションプランを作成することです。セールスマネジャーが各セールスパーソンと協力し、そのマネジメントスキルを伸ばすことは大切ですが、セールスパーソンも、各自の能力開発計画に従って、上司からの指導や持続的フィードバックの支援を受けながら、自分の能力開発に対し自ら責任をもつべきです。

この継続的能力開発の成果によりセールスパーソンの効果性が向上するにつれて、組織全体のパフォーマンスへの明らかな影響が出てきます。次回のSales CheckPointサーベイでは、その進歩が実証されるとともに、さらに注意が必要な領域も示されるでしょう。