



✚ 営業開花

この道具を使い、 営業を「仕組み化」する 方法

営業仕組み化とは？

個々の営業スタッフの能力のみに頼るのではなく、
営業活動が、体系的に組織として機能する事。
そして成功する営業プロセス・パターンを見出し、
組織ノウハウとして確立・蓄積し続けていく事です。

Category1

<https://www.category1.jp/>

営業の「仕組み化」に必要な事は2つ！

1、基本営業サイクルを回す

事業目標を基準として、営業目標を体系的に設定し、その結果・成果を組織的に考え営業スタッフが、それぞれの独自スタイルは活かしつつも、「営業開花」活用する事で、計画-作戦-行動-分析の基本営業サイクルを回し、「考える」営業を構築します。



基本営業サイクル

・・・そのマネージメント

2、営業組織を機能させる。

目標達成の為に、営業スタッフそれぞれが考え、自己管理を行い、基本営業サイクルを自ら回す、その促進を図るのがマネージメントの役割です。つまり、営業組織全体を機能させる事です。

営業成果とは、
明確な目標を持った上で、
顧客を考え、日々行動し、
様々な提案を行う事で達成するのです。

営業成果
売上・利益

=

目標設定
顧客管理

×

案件管理
行動管理

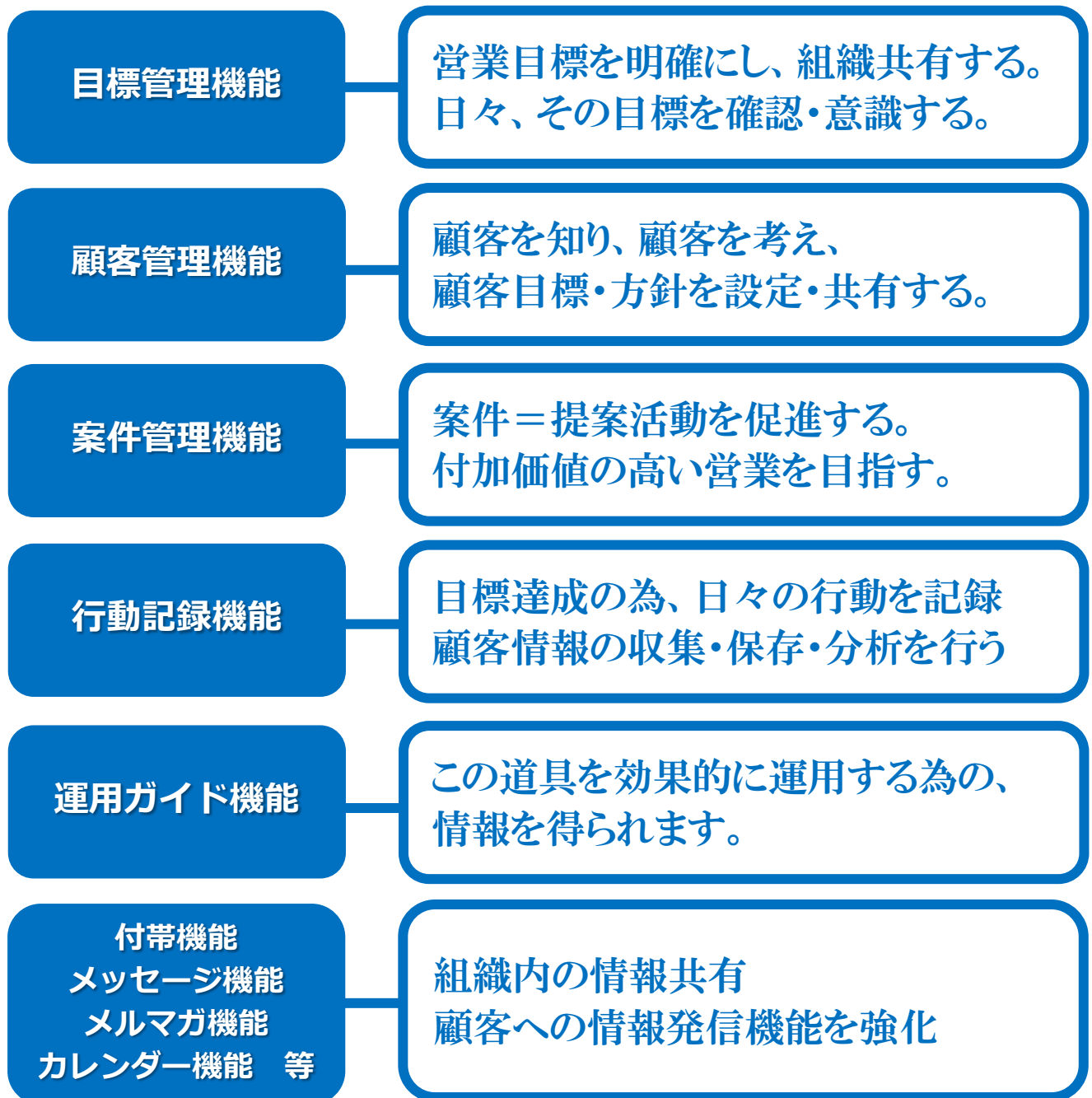
● 営業を仕組み化する道具「営業開花」とは？

営業活動&マネージメントの道具

「営業開花」は、営業成果を上げる為の基本機能を持ち、日々の基本営業サイクルを回し、組織を機能させる為の道具です。

※余計なシステム機能は必要ありません！使いにくだけです。

「営業開花」の基本機能 = 営業の「仕組み化」に必要な機能



この道具 = 機能を活用して、基本営業サイクルを回せば、
営業の「仕組み化」が、自然と達成可能と成ります。

■ 営業開花・・・HOME 画面 (営業スタッフ用)

システムを使用する各営業スタッフ用のHOME (スタート)画面です。

※HOME 画面は、他に経営者/マネージャー用があります。

この画面をスタートに、基本営業サイクルを回します。

営業開花

目標：貴社の営業開花を！

ホーム《営業》

2021年7月26日(月) 週 月

操作マニュアル 運用ガイド

操作マニュアル・運用ガイド

日々・週間目標コメント

メニュー

カレンダー・スケジュール
TODO リスト

行動記録作成

目標表示 一覧 全社 部門 個人

2021年7月 顧客売上 0円 | タスク売上 0円 | 売上予測 0円 | 確定売上 0円

全体・部門・目標管理

記録管理

タスク進捗表

1 0件 | 2 0件 | 3 0件 | 4 0件

GOOD 0件 | BAD 0件

集計期間設定 2021/07/01

案件進捗管理

タスク一覧(直近5件) | プロジェクト一覧(直近5件)

案件管理

メッセージ 投稿 送信済 検索

おは！ 田中 2021/07/13 13:58

メッセージ・情報共有

各画面には、操作マニュアル及び、
この道具を使って、営業成果を上げる為の、
運用ガイド、レポート等のサポート(案内)機能が付いています。
そのガイドを参考に、活用して下さい。

■ 「営業の仕組み化」の流れ、進め方



目標

● 目標管理機能・・・目標があつてこそ、計画～行動が出来ます。

- 1, 明確な目標設定(組織・部門・個人)を、行う。
 - 2, 各目標の組織共有、常に目標を確認・認識する。
 - 3, 目標から、計画～作戦への「考える」意識強化する。
- ・・・目標を明確にし、共有・徹底する事が「営業の仕組み化」の第一歩です。

■ 目標設定(メニュー・画面右上)



HOME メニュー画面

● 全社目標設定

基本目標

- ・企業理念・ミッション
- ・企業ビジョン
- ・コア・バリュー 等

期間定性・定量目標 他

※予算計画等のファイルが添付可能。

● 部門目標設定

定性目標

期間定量目標

他

※予算計画等のファイルが添付可能。

● 個人目標設定

定性目標、役割と機能の明記

期間定量目標

他

※予算計画等のファイルが添付可能。

常に、各自の HOME 画面から、
全社・部門・個人(自分)の目標が表示・共有・確認出来ます。



計画-作戦

計画とは、目標に向かって、誰に？ 何を(商品)？ いくつ？ いくらで？ いつ？ 売るか？ (買って頂くか！)を、設定する事。

作戦は、それを、どの様に売るか？を「考える」事です。

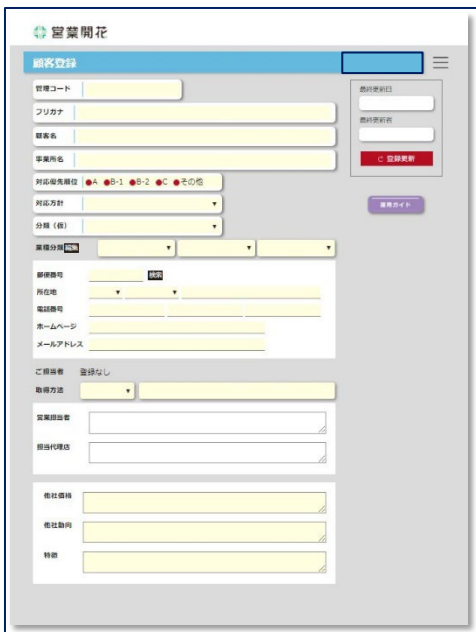
(運用ガイドに、詳しく記載しています。)

●顧客管理機能

・・・顧客を知り顧客の事を考える…顧客目標・計画を設定する。

- 1、顧客情報の把握(業種/業態/経営状況/競合状況 等)
- 2、顧客目標の設定(対応方針/優先順位/顧客セグメント)
- 3、顧客担当者情報の把握・組織的な共有
- 4、顧客対応を常に「考える」。そして行動

■顧客(企業)情報



●基本情報(事業所単位で管理)

社名、住所、電話・FAX 番号、
会社メールアドレス WEB U.R.L.
業種・業態

●顧客優先順位

●顧客方針 ●顧客セグメント

●顧客の特徴 等の分類

●メモ欄

(自由な項目名称が設定可能)

例： 顧客目標設定、競合状況、
顧客の経営状況・与信
将来性 等

■顧客ご担当者情報



●基本情報

氏名、所属、役職、電話
FAX番号、メールアドレス

●職種設定

●メモ欄

● 案件管理機能

提案営業で、付加価値(収益性)の高い営業活動を行うのが案件

- 1、案件とは、価値提案を基本とした営業活動
- 2、提案の無い所に、利益なし！
- 3、案件には、2つの要素…プロジェクトとタスクを設定

① プロジェクト

プロジェクトとは特定の顧客を対象とした案件では無く、キャンペーン等 多くの顧客を目指して活動する自主的提案活動。また顧客情報を収集する活動でもあります。

■ プロジェクト起案～登録画面

● 基本情報登録

起案日、プロジェクト名、起案者（リーダー）、担当メンバー
プロジェクトの目標設定
スケジュール目標（変更可能）
メモ欄～作戦・行動計画を記載

● 活用

- ① 行動し、その記録を残す。
- ② 具体的顧客が反応すれば、タスクにシフトする。
- ③ プロジェクト終了後は、その評価を行う。

② タスク

個別の顧客への具体的な提案・引き合いや、プロジェクトからの具体的なユーザーとの商談機会から生まれた案件がタスク。個別の高付加価値な営業活動を狙います。

■ タスク起案～登録画面

● 基本情報登録

起案日・タスク名・ユーザー名、起案者（担当者）

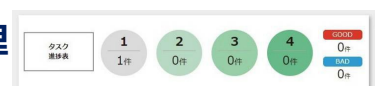
※プロジェクトからの展開

～そのプロジェクトを紐付け

- ・売上目標金額の設定
- ・タスク完了目標期日

● タスク種別

● プロセス(進捗)管理



行動 (行動記録機能)

営業活動は、行動から得られる情報が「価値ある情報」です。
行動し、記録し、共有し、対応し、蓄積・分析する事で無駄な行動は、
一切無くなります。

- 1、顧客との面談内容は必ず記録する
- 2、記録は客観的に書く事！シンプルに事実の箇条書き OK
- 3、悪い結果ほど、記録を詳細に残す！

● 行動記録機能

個々の行動とその自己管理。組織共有～組織支援を行う機能です。

■ 行動記録機能

● 顧客記録

営業開花

行動記録 入力

区分 ○顧客 ●代理店 ●タスク ●プロジェクト ●その他

日時 2021/07/30 09:00

タイトル

本文

顧客名 - 選択してください -

売上額 0

タグ

新情報 進展 課題発生 停滞 クレーム 解決

添付資料

次回行動予定
カレンダー自動入力

日時

予定

登録

「営業開花」には、行動記録の区分が
5つあります。(切り替えはカンタンです。)

- ①顧客記録 (日々の対応記録)
- ②代理店
- ③プロジェクト
- ④タスク
- ⑤その他

それぞれに該当する記録を行います。

● 記録の機能

- ・ ファイル添付機能
- ・ アイコン(タグ)機能



- ・ 新情報・進展・課題発生
- ・ 停滞・クレーム・解決
- ・ . . . アイコンを活用する事で、

各記録の確認ポイントが 解りやすくなります。

● 行動記録の検索

各記録は、全区分、顧客別、プロジェクト・タスク別、営業スタッフ別、
その他。及びアイコン・キーワード等様々な基準で、検索が出来ます。

行動記録からの情報活用・情報共有で、
組織的考察で考察力・提案力アップを目指す

分析-共有

「営業開花」分析。「営業開花」には、2つのデータ蓄積が出来ます。

- ①属性データ・・・顧客や案件の属性情報
- ②行動データ・・・日々の行動記録

●分析-共有

「現場の知識」を活かす。=「現場の知識」の組織的共有を行う。

どの様な顧客が、どの様な行動に対して、如何なる反応があったか？

それを検索機能の様々な機能を利用して分析をして下さい。

- 1、積極的にプロジェクト(提案活動)を立ち上げる。
- 2、そのリアクションを、検証し、改善に活かす。
「なぜ、そうなった？」
「本当に、そうなのか？」を繰り返す。
- 3、得られた知識を、次のアクションに活かす。
- 4、分析情報は必ず、組織的共有を行う

※分析手法等は、システム装備の運用ガイド（コンテンツ）に記載しています。

分析・共有は、積極的に提案を行い、
その反応を掘り下げて考察する。そして組織的に情報共有

その他の機能

・・・組織営業の為・情報発信の為の基本機能を有しています。

●TODO メモ機能

HOME 画面のカレンダー機能から、各日ごと、手帳と同じタイムスケジュールと、TODO メモ機能があり、日・週・月で行動・スケジュール管理を充実させます。

●メッセージ機能

「営業開花」システム利用者間でのメッセージ機能です。メッセージは、システム利用者全員に共有されます。メッセージには、重要内容用のアイコンが設定出来、見過ごし等を防ぎます。

●メルマガ機能

登録された顧客リストに対して、メールマガジン配信が可能です。顧客セグメントに併せた仕分けも可能ですから、顧客ごとの特性に併せた、適格な情報配信が可能です。

●資料庫

提案等の活用された資料等を一元的に保管、共有されます。

この「道具」 営業開花を使っでの、 営業の仕組み化・・・成功のポイント

この「道具」活用する自体が、自社の営業カイゼンです。

● 営業日報(週報)・日誌や報告書等の改善

日報等は、「営業開花」の記録機能で代替出来ます。

くれぐれも営業スタッフの方の二度手間に成らない様をお願いします。

● 会議の在り方

情報共有・意見交換は「営業開花」の機能で7割がた完結すると思います。

重要な意思決定や協議等を除き、会議体の在り方を改善して下さい。

● 有効な資料は共有する。

「営業開花」の記録機能にはファイル添付が出来ます。

また「資料庫」も装備しています。

● 社内ルールの見直し

「道具」の活用の制度化、営業サイクルに添った行動管理。

使わなければ意味がありません。

● この「道具」を、どう活用するか！

どう営業カイゼンするか！

どう成果を上げるか！

・・・を、社内で、協議を続けて下さい。

<https://www.category1.jp/eigyokaikax>

■ 「営業開花」 適合業種・業態

B2B・・・法人営業を行っている企業で、
商品・製品の自社で流通営業を行なわれている企業(メーカー、卸)及び、
材料・資材・工業部品・副資材・加工処理等=中間財営業を行う企業。

- 中間財販売企業、中間流通企業(商社・メーカー)
 - ・ 産業用部品、パーツ機器、加工処理等の販売等
 - ・ はん用機械・生産用機械・輸送機器・情報機器・電気機器等の販売 等
 - ・ 電子機器設備機器・繊維製品資材・建築関連資材・金属加工 等
 - ・ 化学製品、素材、材料、金属等の販売 等
 - ・ プラスチック、肥料、ガラス、金属素材
 - ・ 医薬、化粧品材料、紙パルプ販売
 - ・ 食品・雑貨・食品材料、農林水産物材料、食品系資材、販売 等
 - ・ 包装資材、印刷加工等、の販売企業 等
 - ・ ・ ・ ・その他、中間財・中間流通関連・加工関連の業種・業態企業 等

営業開花の導入費用・条件・サービス

● システム使用料 (税別価格)

・ 初期費用	1 ユーザー	4,000 円
・ 使用料	1 ユーザー 月額	1,000 円

※契約 3 ヶ月でのお支払い (以降、自動更新)

※データ使用容量 1 社 150MB まで、それを超えた場合 100MB ごとに 1 社 1年間 10,000 円のデータ使用追加料金が発生します。

※3 ユーザー以上からのご契約となります。

※ご契約は、別途ご提示する「利用規約」に基づきます。

※1 ユーザーとは・・・同じ ID/PASS で、パソコン・ノートパソコン・スマホ・タブレット、何台でも使用可能です。

● オプション・サービス

基幹システムとのシステム連携の個別設定

貴社が使用する基幹システムとの連携が可能です。

予実管理やリアルタイムな粗利管理が可能になります。

※基幹システムの環境によって不可の場合もあります

お問合せは、こちら

<mailto:info@eigyokaika.com>

発売元：株式会社ネクサス

大阪市中央区平野町 3-3-7 4F

TEL. 06-7897-6262 / FAX 06-4705-6389

www.nexus-ad.net