

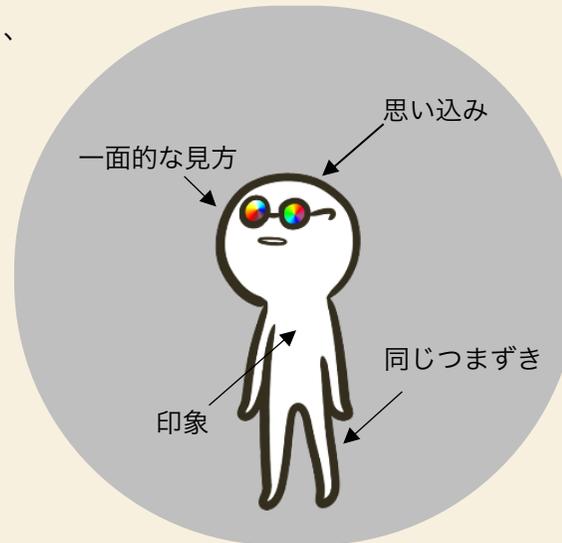
営業の読解力を鍛える
「ヨミ会」

SFR
SALES FORCE BUSINESS REFORM

営業の質をあげ、目標達成できる「ヨミ会」

営業の育成とマネジメントのお悩み TOP3

1. 営業が**個人の主観に依存**していて、活動の精度が低い。
2. 営業の型化が不十分なため、**プロセスが属人的**であり、成果に大きな差が出る。
3. SFA/CRMなどの**IT導入が成果に直結**していない。



ヨミ会とは、個別コンサル型ミーティング

営業パーソンと1on1またはチームで行う、作戦会議です。

商談や活動を多面的にみることで、思考の客観性を高めます。

取るべき行動の解像度を上げて、合理的な動きにつなげていきます。

- ・ 営業の読解とネックの推論
- ・ 行動の言語化
- ・ ヨミ表*の実戦活用

(一部だけでなく) みんなの営業の質をあげる

従来の方法とは異なるセールス・イネーブルメント



左の図をご覧ください。

一般的に、「ソリューション営業コース」のような集合研修は、新しい知識を提供しますが、それが現場で即座に役立つわけではありません。

一方で、現場のOJTの効果は、指導する人によって大きく異なり、一貫性や品質が保たれにくいのが現実です。「〇〇さんの下で営業という仕事が覚えられ、一生ものです」といったこともあれば、「〇〇さんにはできても、私には再現できません」といったこともよく起こります。

セールス・イネーブルメントは、これらの弱点に対処するアプローチです。誰でも、ハイパフォーマーの暗黙知を実戦で使えるようにしていきます。リクルート他、強い営業組織では古くから行われています。

移行判定基準とヨミ表

ヨミ会では前提として、属人性を排除する移行判定基準とヨミ表を作成します。

■移行判定基準

営業スタイルによって**組織固有の※物差し**を設定し、関係者で共有します。（スタート後に再調整することがあります）

Aヨミ	Bヨミ
受注確率90%以上	受注確率65%
受注当確	担当者OK
契約手続きが残っているが、発注することは決まっている。	担当者は発注を考えているが、懸念（少し予算オーバー、周囲に反対者など）があり、それを解決したい。
Cヨミ	Dヨミ
受注確率30%	受注確率15%以下
商談化	ネタレベル
<ul style="list-style-type: none"> ・担当者は商品・サービスに関心があり提案してもらいたい。 ・情報収集ではなく商談化したと言える状態。 	<ul style="list-style-type: none"> ・リード以上で商談未満 ・商品・サービスの内容が正確に理解されていない可能性がある。



■ヨミ表（スプレッドシート、SFA/CRMを活用）

商談の確度、金額、時期を読み、その進捗と目標達成のシミュレーションを行います。読解と言語化の材料になります。

単位:千円

	2024年4月	2024年5月	2024年6月	Q合計
予算	¥4,500	¥5,000	¥5,000	¥14,500
Oヨミ: 受注済	¥4,650	¥1,800	¥900	¥7,350
予算との差額	¥150	¥-3,200	¥-4,100	¥-7,150
Aヨミ: 当確		¥1,552	¥0	¥1,552
予算との差額		¥-1,648	¥-4,100	¥-5,748
Bヨミ: 担当OK-		¥1,000	¥650	¥1,650
予算との差額		¥-648	¥-3,450	¥-4,098
Cヨミ: 案件化		¥770	¥500	¥1,270
予算との差額		¥122	¥-2,950	¥-2,828
Dヨミ: ネタレベル		¥300	¥250	¥550
予算との差額		¥422	¥-2,700	¥-2,278
Eヨミ: 総計	¥4,650	¥5,422	¥2,300	¥12,372

確度別商談一覧

Oヨミ: 受注済			
Customer④ プロダクトtype1	1,200		
Customer① プロダクトtype1	1,500		
Customer⑦ サービスtype5	1,950		
Customer⑦ プロダクトtype1		1,800	
Customer① プロダクトtype3			900
Aヨミ: 当確			
Customer④ サービスtype5		400	
customer② サービスtype4		1,152	
Bヨミ: 担当OK-			
Customer③ プロダクトtype3	300		
Customer④ プロダクトtype1	700		
Customer③ プロダクトtype3追加			150
Customer⑥ サービスtype5			500
Cヨミ: 案件化			
Customer③ サービスtype4	300		
Customer⑥ サービスtype4	470		
Customer① プロダクトtype1		500	
Dヨミ: ネタレベル			
Customer② プロダクトtype 3		300	
Customer⑦ プロダクトtype1			150
Customer① サービスtype5			100



営業日

※ヨミ会では、初回訪問、ヒアリング、見積提出、デモ実施、結論待ちなど「営業目線」のプロセス管理は行いません。

移行判定基準の使い方（Aヨミ）

Aヨミ基準

事務手続き（契約書締結など）が残っているが、発注することは決まっている。

顧客：「これから社内決済とるので正式見積書くれる？」

営業：「ご決済される役員の方はご了承済みですか？」 「手続き過程で差し戻しになる懸念はありますか？」

顧客：「いやいや大丈夫。根回し終わっているし役員内諾もあるから、形式的な手続きだけだよ」

こんな会話ができればAヨミ



移行判定基準の使い方（Bヨミ）

Bヨミ基準

担当者は発注を考えているが、懸念（少し予算オーバー、周囲に反対者がいるなど）があり、それを解決したい。

顧客：「いい提案だとは思うんだけどね、、、」

営業：「何かご懸念点はありますか？」 「どんなお手伝いができるでしょうか」

顧客：「予算におさまれば上司を説得できるから、〇〇円以内に調整できる？」
「IT部長が納得するような、セキュリティの説明してくれたら助かる」

こんな展開にもっていけたらBヨミ



移行判定基準の使い方（Cヨミ）

Cヨミ基準

- ・担当者は商品・サービスに関心があり提案してもらいたい。
- ・情報収集ではなく商談化したと言える状態。

顧客：「なかなかユニークなサービスですね、関係者で検討してみますよ。」

営業：「活用方法や費用面のご提案をさせていただきたいので、もう少し現場の方にヒアリングさせてもらえますか？」

顧客：「いやいやまだそこまでは、、、。もう少し検討して、こちらから連絡しますよ」

商談化した（Cヨミ）とは言えない



移行判定基準とファクトを使って読解と言語化

単位:千円	2024年4月	2024年5月	2024年6月	Q合計
予算	¥4,500	¥5,000	¥5,000	¥14,500
Oヨミ:受注済	¥4,650	¥1,800	¥900	¥7,350
予算との差額	¥150	¥-3,200	¥-4,100	¥-7,150
Aヨミ:当確		¥1,552	¥0	¥1,552
予算との差額		¥-1,648	¥-4,100	¥-5,748
Bヨミ:担当OK-		¥1,000	¥650	¥1,650
予算との差額		¥-648	¥-3,450	¥-4,098
Cヨミ:案件化		¥770	¥500	¥1,270
予算との差額		¥122	¥-2,950	¥-2,828
Dヨミ:ネットレベル		¥300	¥250	¥550
予算との差額		¥422	¥-2,700	¥-2,278
ヨミ総計	¥4,650	¥5,422	¥2,300	¥12,372

Oヨミ:受注済			
Customer⑤ プロダクトtype1	1,200		
Customer① プロダクトtype1	1,500		
Customer⑦ サービスtype5	1,950		
Customer⑦ プロダクトtype1		1,800	
Customer① プロダクトtype3			900
Aヨミ:当確			
Customer④ サービスtype5		400	
customer② サービスtype4		1,152	
Bヨミ:担当OK-			
Customer③ プロダクトtype3		300	
Customer④ プロダクトtype1		700	
Customer③ プロダクトtype3追加			150
Customer⑥ サービスtype5			500
Cヨミ:案件化			
Customer⑨ サービスtype4		300	
Customer⑥ サービスtype4		470	
Customer① プロダクトtype1			500
Dヨミ:ネットレベル			
Customer② プロダクトtype3		300	
Customer⑦ プロダクトtype1			150
Customer① サービスtype5			100

営業日

確
度
別
商
談
一
覧

営業パーソンとヨミ表を参照しながら、商談でのファクト（お客さまの言動、経緯、背景）を材料に、複数の観点から推論し、取るべき次の一手の解像度をあげていきます。



ヨミ会でのポイント

- ・ヨミ精度、金額、時期の評価
顧客反応、ネックの見極め
- ・アプローチ
訴求方法、懸念の引き出し方、機会の創出
- ・営業数字の分析
着地数字、新規活動量、ターゲティング
- 他、仕事の優先順位、社内活用など

SFアールの個別伴走サービス

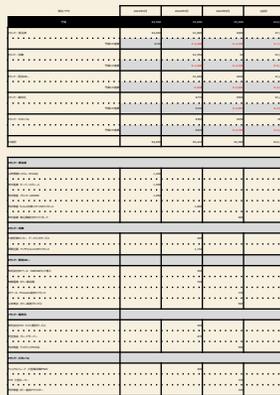
1. 移行判定基準とヨミ表の作成

A基準

B基準

C基準

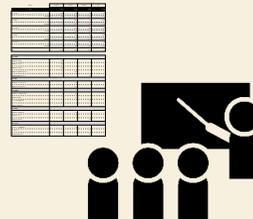
D基準



営業スタイルに合わせた移行判定基準とヨミ表を作成します。

既存のSFA/CRMを活用する場合、新規導入する場合は、IT部門やベンダーとの調整と導入支援を承ります。

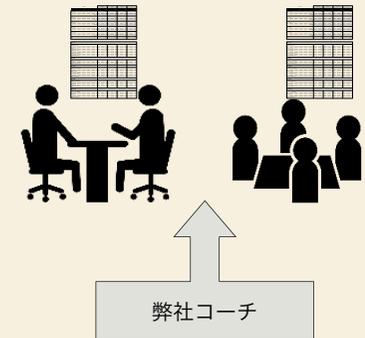
2. 事前研修・説明会



管理職向け、メンバー向けにそれぞれ事前打ち合わせを行います。

- 移行判定基準の共有
- ヨミ表の入力方法
- ヨミ会の運営方法

3. ヨミ会でのコーチング



1on1またはチームでのヨミ会に同席して、コーチングを行います。メンバーが自走できるようになるまでサポートします。

- オンライン会議（またはリアル）
- 通常週1回、1回約30分×メンバー数
- 管理職へのフィードバック

実施形態、回数など、ご要望に合わせてご提案、お見積りさせていただきます。

社名	株式会社SFアール
設立	2021年3月
業務内容	営業組織コンサルティング、クラウドSFA販売 <ul style="list-style-type: none"> ・セールス・イネーブルメントの定着 ・SFAプロトタイプ制作から実戦活用まで一連請負
本社	〒173-0037 東京都板橋区小茂根3-9-8
URL	https://sf-r.co.jp/
X(旧twitter)	https://x.com/FukushiSFR
代表者	福士 準一

【経歴・プロフィール】

- ・明治大学卒業後、リクルートに新卒入社。
- ・ロータス株式会社（現日本IBM）他国内外IT企業で20年以上の営業、マネジメント経験。
- ・営業支援システム、グループウェア、画像認識システム、イメージワークフローなどのインテグレーション営業。
- ・関西本社の上場メーカーにおいて、拠点長として首都圏開拓・立ちあげ。
- ・営業人材の育成・マネジメント、IT活用の伴走サービスで独立起業。
- ・スタートアップ・ベンチャー、ITサービス、製造業での実績がございます。