

経営一転語 58 営業員の訪問回数の法則

前は、営業員の適性と行動習性について解説しました。今回は、「営業員の訪問回数の法則」について、解説してみましよう。

営業員の訪問回数と売上高は何か関係があるのでしょうか。実は、因果関係があるのです。それで、私はコンサルの中でも「お客様訪問が何よりも大事だ」と言っています。

第1点目の法則は、

1. 営業員の売上高は、過去2年間の訪問回数に比例する。

これは、やはり効果が出始めるのが、時間がかかるため、ついつい目先の仕事に没頭してしまうことになりかねません。

地道な営業活動が非常に大事、成果が出るまで忍耐も大事、ということが言えます。

第2点目の法則は、

2. 営業相手の会社に対する我が社と競合会社の売上比率は、過去2年の訪問回数の2乗に比例する。

これは、ランチェスターの第2法則（飛び道具の法則）です。

簡単な数字で説明しますと、A社（営業相手の会社）を10回訪問したB社（我が社）と20回訪問したC社（競合会社）があると、B社（我が社）は10の2乗で100、C社（競合会社）は20の2乗で400となります。

ということは、我が社と競合会社の営業相手の会社に対する売上比率は、訪問回数の1対2ではなく、その2乗の1対4となってしまうのです。2倍どころか4倍も差が開いてしまうということなのです。

さて、この法則が分かれば、会社にじっとしてられません。これを実践するのとしらないのでは、ものすごく差がつきます。

実際、訪問を続けていくと、1年半頃から急に売上が上がりだし、2年後には、はっきりとした実績が現れます。

日頃の地道な訪問活動が大事ということなのです。平凡なことを非凡に徹底することが大事なことです。