1件でも多く訪ねる！
訪問活動を効率化させるポイント

岩瀬万里夫
画／円茂竹縄

「いつも面談時間が長引く」「アポがうまく取れない」など、訪問活動におけるロスを解消するテクニックを紹介する。

1 効率的な訪問活動のためにまずは訪問計画を作ろう

成果は行動の積み重ね次第だが、場当たり的に動くだけでは積み上がらない。それではいくら時間があっても足りないし、労務管理が厳しくなっている現代では評価されないだろう。

担当者が営業活動に使える時間はせいぜい1日に6時間程度だ。しかもそのすべてを取引先との面談に使えるわけではない。移動時間や、面談の際にはスムーズな商談を行うための導入トークも必要になる。つまり、場当たり訪問で貴重な時間を消費するような余裕はないのだ。

目標を標準化し予定に落とし込もう

では効率的な訪問活動を行うためにはどうすればよいか。それは、訪問計画を立てて行動することである。

訪問計画とは、突き詰めれば行動の標準化・定型化だ。毎日の行動を決めておくことで、いつ何をするかが明確になり無駄な行動が削られ、成果にもつながっていく。

具体的な訪問計画の立て方として、まずは年度または上期と下期の支店予算に基づいて担当者ごとに月割り予算・目標が配賦されるので、その目標を達成するために毎月の「上旬」「中旬」「下旬」で何をどれだけ進捗させるか、細かく設定しよう。

それができたら、3分割した進捗をさらに細かく週次・日次の訪問スケジュールに落とし込んでいく。

この訪問計画の作成においては、取引先から取引先への移動ルートも常に考慮する。例えばアポイントが入ったからといって、担当エリアの両端に位置するような取引先を同日で回ろうとすると、相応の移動時間がかかり、無駄が生じてしまう。

訪問計画を作成する際は可能な限りエリアごとにまとまるようにアポイントを調整し、時間的なロスが少なくなるよう心がけたい。

●訪問計画の作成手順

❶月次目標から「上旬」「中旬」「下旬」ごとの目標を立てる

❷上記❶から週次の進捗目標を立て、さらに日次の進捗目標を作成する

逆算して訪問計画に落とし込む！

POINT

- 活動を平準化するため目標を月ごとに分けた訪問計画を作る
- 移動時間を考えエリアごとにまとめるといった工夫も大切