

営業研修【抜粋版】

営業数字の作り方 法人営業の秘訣 年間受注とは？



(株)営業改善・代表取締役
黒田 昭彦





(株)営業改善・代表取締役 黒田 昭彦(クロダ アキヒコ)

1971年生まれ 大阪府堺市出身(52歳)

甲南大学 法学部卒業

- ・大学時代はボウリング部(最高スコア278)
- ・趣味:野球、ゴルフ、息子のミニバス観戦(応援)
- ・著書:「20日間でマスター 数字が作れる営業研修」
- ・メディア掲載:「近代中小企業」2020年7~9月号、2023年9月号
- ・吹田商工会議所(専門相談員)
- ・吹田市起業家交流会実行委員会(委員)

- ・23年間、マーケティング会社・株式会社ヤラカス館(現:YRK and)にて企画営業として流通小売業、メーカーなど様々な企業の販売促進、営業支援業務に参画。
 - ・その後、依頼先企業の営業マンへの取材をベースにした、優秀な営業マンと普通の営業マンの「受注プロセス」のギャップを埋める営業支援ツール作成を得意領域とするに至る。
 - ・同時に「年間受注」という考え方で、クライアントの年間予算への入り込み方を会得。個人プレイヤーとしての営業成績が150%アップ、1.5億円と飛躍的に向上する。
 - ・2017年、数年来赤字だった営業部門の黒字化をNo2の立場で支え黒字化。
 - ・2019年11月、営業コンサルタントとして独立。
 - ・2020年2月、吹田商工会議所 専門相談員に就任。
- ※現在は、日曜日の晩に月曜日からの仕事を考えて憂鬱になる営業マンをなくし、優れた営業マンが増える事で、世の中に気持ちの良い対応が満ち溢れることを目指している。

【ゴール】

「年間受注」
を知る × 得意先との
乖離を知る



1. 1年分の前受注をスタートする。
2. 得意先とパートナーになる。

■ 目次

1. 事例: 年間分の受注を獲得した広告代理店
2. 法人営業の秘訣「年間受注」とは？
3. 「年間受注」の手法
4. ワーク: 自社の得意先で「年間受注」を考える



【事例紹介】
年間分の受注を獲得した
広告代理店

それまでの営業の状況

- 受注あるものの、なかなか数字が伸びずにいた。
- 毎日の様に提案し続ける多忙さに疲弊もあった。
- 得意先との関係強化を軸に営業を続けていた。



■得意先である飲料会社の状況

得意先である飲料会社は、
毎年12月に販売先である流通各社へ
来年、1年間の売場提案(「年間計画」の提案)を行う。

その為、販売促進部は前月の11月には
全社の営業マンに対して、
12月に流通各社へ提案する
「来年度の売場提案」を告知している。



よって、9～10月の2ヶ月間で販売促進部は
来年度の販売促進案、予算案を検討・決定している。

■ 広告会社の対応

そこで、広告会社は8月に提案するスケジュールを立て、7月に仮説ベースで飲料会社の課題をリスト化。販促部門長へどの提案が必要かを確認。



その後、提案が必要な事項に関して、販売促進部門の担当者と8月に合宿を行い、流通へ提案する来年1年間の売場提案の案を決定。合宿の最後には、打ち上げを行いお互いの関係性を強化した。

提案は、9～10月の2ヶ月の間に何度かの修正を行いながら、10月末に無事に予算を含めて確定。

広告会社は、飲料会社の来年度・販促予算に関して約1億円の受注を確定し、担当者は自分の年間予算を達成した。

法人営業の秘訣 「年間受注」とは？

■「年間受注」の概要

「年間受注」とは、得意先と自社のズレを修正する営業手法です。

得意先企業の年度予算計画は、自社がそうである様に、毎年ほぼ同じ時期に作成されます。

その時期を最適な提案時期として認識して、その日程から逆算して提案、見積提示を行えば得意先企業の1年分の予算を獲得(受注)する事は可能です。

その成果は、まとめて受注する事による業務の効率化、利益率の向上、ポジションがパートナーになるなど多数あります。その手法を「年間受注」と呼んでいます。



■ 自社と同じ様に得意先も 課題、予算を1年間分まとめて計画している！

※我々、営業マンが持っている目標と基本的には同じもの。
1年分の目標を四半期、月度ごとに組んでいる表。

■「売上目標」

得意先名	案件名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上半期計	10月	11月	12月	1月	2月	3月	下半期計	合計
○×商事	A	1,000						1,000	100						100	1,100
	B		500					500			200				200	700
	C			1,000				1,000						300	300	1,300
△×工業	D		200					200		300					300	500
	E				700			700			100				100	800
	F						1,500	1,500					500		500	2,000
□×商会	C		300					300	100						100	400
	B			200				200			100				100	300
	A					100		100						100	100	200
○×化学	D			800				800			500				500	1,300
	E						500	500				1,000			1,000	1,500
	F						100	100						100	100	200
□△銀行	E		200					200	200						200	400
	C				600			600			200				200	800
	B					300		300						300	300	600
その他	D							0	100						100	100
	E							0				300			300	300
	F							0						100	100	100
	E							0							0	0
合計		1,000	1,200	2,000	1,300	400	2,100	8,000	500	300	1,100	1,300	500	900	4,600	12,600

2. 法人営業の秘訣「年間受注」とは？

■得意先・年間計画(予算)獲得のための行動スケジュール

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
得意先名		年間計画 準備	年間計画 作成	予算上申	予算決定	決算						上半期 決算
A社	企画提案 + 予算提示	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 20px; text-align: center;"> <p>■ 予算決定スケジュールの一例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品メーカーA社(3月決算)→8月ミーティング ・スポーツメーカーB社(12月決算)→8月ヒアリング ・化粧品メーカーC社(3月決算)→9月初回提案 </div>									得意先 担当者との 合宿 ミーティング	半期決算 聞き込み + 企画提案
B社	企画提案 + 予算提示										得意先 担当者との 打合せ	企画提案
C社	企画提案 + 予算提示										得意先にて 社内・上申	決算

「年間受注」とは、得意先の年度予算に入り込む営業活動です。

■実現できること

- 1年分の案件を、まとめて受注できる
→ 1年分の仕事が確定するので、段取りを取り
効率化(時短)を図れる！
- ポジションが「業者」から「パートナー」に変わる
→ 相談相手＝対等な立場＝こちら側の都合も考慮頂く
＝段取りを取り・効率化(時短)を図れる！
- 見積りが、そのまま得意先の予算になる
→ 利益が出やすい＝目標を達成しやすい
＋
仕事を選べる＝モチベーションアップ！



■効果

3月決算の得意先：12月～2月迄に結果。



自社が3月決算の場合：期首に数字の年間計画が立ちます。



1年間を通して受注案件の実行計画を立てる事が可能。



効率化(時短)に取り組み

+

1年間を来期の仕込み活動へ

※1年先回りしたスケジュールで動く

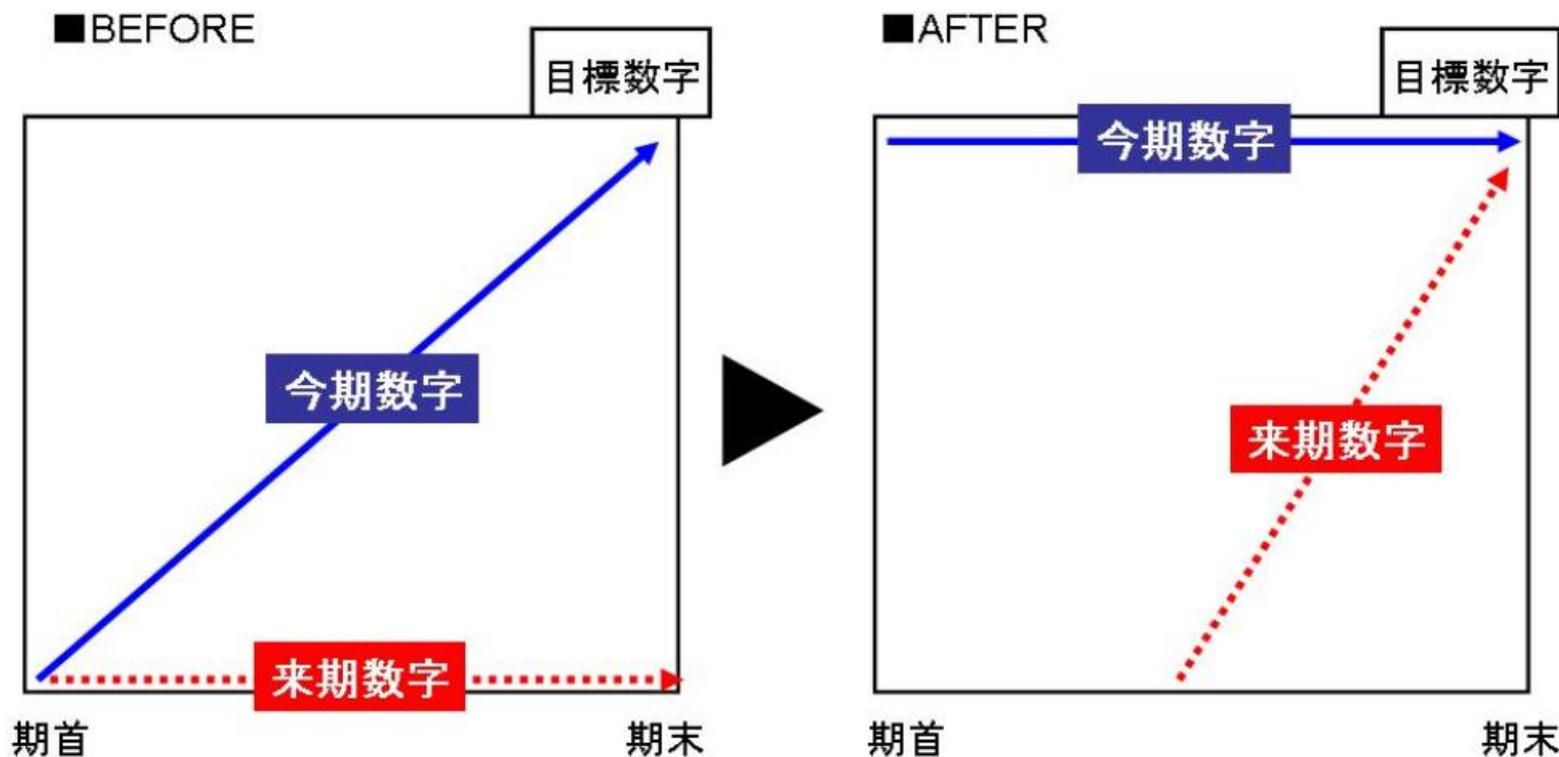
=数字の予想：精度高く+余裕あり

数字が足りない場合でも、

早期の対策が可能。



「年間受注」のイメージ図



「年間受注」は、得意先とパートナーとなり1年分の予算を獲得します。
期首に今期数字が確定している為、
他社が今期数字を作る間に、来期数字を仕込み始めます。

「年間受注」の手法

タイミングが極めて重要です！

- 得意先は、1年で1度だけ
「課題をすんなり話してくれます」
「提案を喜んでくれます」

→ それは、得意先が
「年間計画(実施する内容、予算)」を考える時期。
12月決算の会社であれば、9月頃
3月決算の会社であれば、12月頃が目安になります。



■「年間受注」獲得の為のスケジュール

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
得意先 (3月決算)	見積り 提出	年間予算 結果確認	年間予算 聞き込み	年間予算の 課題提案	結果確認			上半期 業績(課題) 確認	下半期の 課題提案	下半期予算 結果確認	提案事項 確認・準備	提案
得意先 (12月決算)	年間予算 聞き込み	年間予算の 課題提案	結果確認		上半期 業績(課題) 確認	下半期の 課題提案	下半期予算 結果確認	提案事項 確認・準備	提案	見積り 提出	年間予算 結果確認	
自社の 得意先												

得意先の現在の動きを推測して
得意先と自社のズレを修正。
タイミングを合わせて営業効率をアップさせましょう！

受注はタイミングが命

- ・お客様が欲しいタイミング
予算を決める。発注先を考える時期は？

- ・お客様の決定プロセス
いつ、誰が、どの様に決めるのか？



狙う案件は、継続性のある案件！

「リピートがある」「毎年ある」など定期的にあるもの。

継続性のある案件は、
「初回＋継続回数×単価＋関連案件」
の合計金額で考えます！

(例)

初回500万＋2年目500万＋3年目500万＋関連課題500万

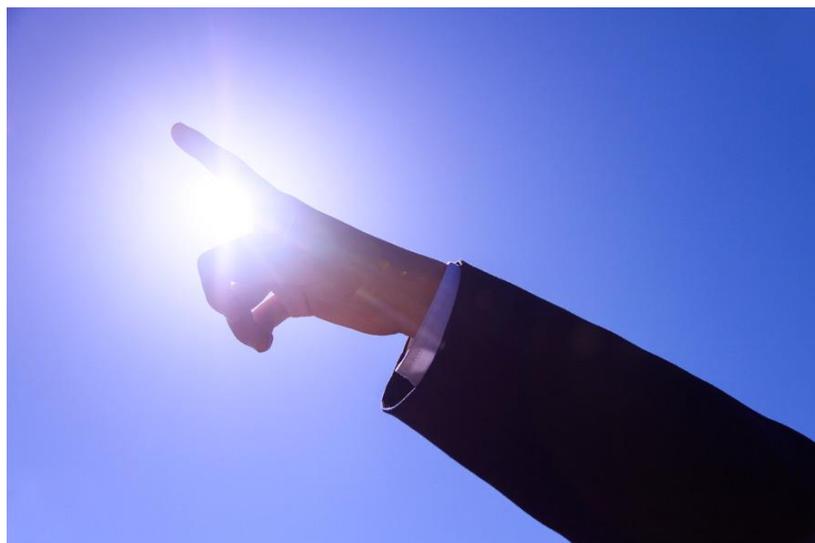
↓

2,000万課題

◎年間受注(予算)獲得した場合

数字が見える

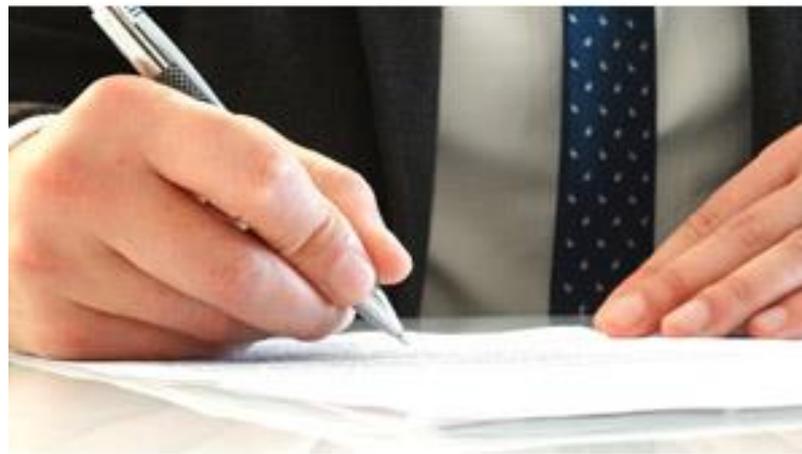
- 余裕を持って来期の準備
- 次年度の予算獲得の確率UP↑



◎年間受注(予算)が見えない場合

数字が見えない

- 余裕がない中、目先の提案に追われて
来期の準備時間なし
- 次年度の予算獲得の確率down↓



WORK

自社の得意先で
「年間受注」を考える

■「年間受注」獲得の為のスケジュール

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
得意先 (3月決算)	見積り 提出	年間予算 結果確認	年間予算 聞き込み	年間予算の 課題提案	結果確認			上半期 業績(課題) 確認	下半期の 課題提案	下半期予算 結果確認	提案事項 確認・準備	提案
得意先 (12月決算)	年間予算 聞き込み	年間予算の 課題提案	結果確認		上半期 業績(課題) 確認	下半期の 課題提案	下半期予算 結果確認	提案事項 確認・準備	提案	見積り 提出	年間予算 結果確認	
自社の 得意先												

得意先の現在の動きを推測して
得意先と自社のズレを修正。
タイミングを合わせて営業効率をアップさせましょう！

■「年間受注」獲得の為の行動スケジュール

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
得意先 (3月決算)	見積り 提出	年間予算 結果確認	年間予算 聞き込み	年間予算の 課題提案	結果確認			上半期 業績(課題) 確認	下半期の 課題提案	下半期予算 結果確認	提案事項 確認・準備	提案
得意先 (12月決算)	年間予算 聞き込み	年間予算の 課題提案	結果確認		上半期 業績(課題) 確認	下半期の 課題提案	下半期予算 結果確認	提案事項 確認・準備	提案	見積り 提出	年間予算 結果確認	
自社の 得意先												

フォーマットを参考に、自社の重点得意先の
行動スケジュールを作成しましょう！



【社名】(株)営業改善

【代表】黒田昭彦(クロダアキヒコ)

【事業内容】

- ・営業コンサルティング
- ・営業研修・セミナー

【所在地】〒541-0054 大阪府中央区南本町2-1-1 TDフロア1F

【e-mail】info@eigyokaizen.com

※現場、現状、現実重視の自走支援までをモットーに、対面ミーティング
(オンラインミーティング)を重視しています。

※初回の個別相談は無料です(WEBミーティングの場合)。

[お問い合わせ](#)

