

営業マネジャーが押さえる項目

項目	管理内容
業績管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆業績先行において、全社・営業本部予算と実績、チーム（担当）ごとの予算と実績、それに対する差額を明確化</li> <li>◆差額を埋めるための対策検討の実施</li> </ul>
情報管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆差額を埋めるための相情報の管理を行う。3～6カ月の先行情報を、会議において差額対策の一助とする</li> </ul>
顧客管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆得意先ごとの顧客情報（会社概要・取引実績）、商談プロセス内容について担当者が管理（作成）を行い、取引が優位になるように活用する</li> <li>◆顧客情報の運用の徹底を図り、上司と部下や他部門とのコミュニケーションツールとする</li> </ul>
行動管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆週報、日報などで、各営業担当者の訪問量や、質に対する情報を集め、効果的な営業活動のための資料とする</li> </ul>
与信管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆顧客の静態・動態調査を行い、与信枠、与信条件を定める</li> <li>◆毎月未入金顧客への回収チェックの実施</li> </ul>