# 経営診断チェックリスト

## 販売部門（メーカー、卸）

目　　次


Ⅰ．方　針　計　画　　１．基本方針 …… 180
　　２．重点方針 …… 180
　　３．販売計画樹立の基礎 …… 180
Ⅱ．市　　場　　１．サ イ ズ …… 180
　　２．シェアー …… 180
　　３．ライバル実態 …… 180
　　４．拠点戦略 …… 181
　　５．市場戦略 …… 181
　　６，市場調査 …… 181
Ⅲ．得　　意　　先　　１．得意先管理 …… 182
　　２．ストアーカバレッジとインストアーシェアー …… 182
　　３．新規開拓 …… 182
Ⅳ．商　　品　　１．商品政策 …… 183
　　２．価格政策 …… 183
　　３．マーチャンダイジング …… 183
　　４．商品構成 …… 184
　　５．ブランド …… 184
　　６．仕　　入 …… 184
Ⅴ．チャネルシート　　１．チャネル政策 …… 184
　　２．ルート管理 …… 185
Ⅵ．体　　制　　１．販売組織 …… 185
　　２．販売陣容 …… 185
　　３．販売促進 …… 185
　　４．サービス体制 …… 186
　　５．クレーム処理体制 …… 186
　　６．物　　流 …… 187
Ⅶ．管　　理　　１．生産性と効率 …… 187
　　２．先行管理 …… 187
　　３．回収管理 …… 187
　　４．情報管理 …… 188
　　５．セールスマン管理 …… 188
　　６．会　　議 …… 189
　　７．拠点管理 …… 189

| 大項目 | 小 項 目 | チェックポイント | 着　　眼　　点 |
|---|---|---|---|
| Ⅰ．方針計画 | １．基本方針 | ａ．経営方針に基づいた営業方針が成文化されているか<br>ｂ．中期ビジョンに基づいた営業方針は確立されているか<br>ｃ．営業方針、部門方針は末端社員まで徹底されているか | ア．低成長時代に適応した方針になってるか<br>イ．前年度の営業方針の実施状況をみる<br>ウ．３Ｓ（シェア、シリーズ、システム）化は図られているか |
| | ２．重点方針 | ａ．年度別の重点方針は明確になっているか<br>ｂ．重点方針の実施状況はチェックされているか<br>ｃ．重点方針に対するスケジュール、行動の具体策は成文化されているか | ア．併せて四半期別の重点方針をみる |
| | ３．販売計画樹立の基盤 | ａ．販売計画は商品別、地域別、得意先別、部門別、月別、セールス別に樹立されているか<br>ｂ．販売計画は数量と価格のどちらに重点がおかれているか<br>ｃ．販売の先行管理計画は確立されているか<br>ｄ．先行管理は粗利金額で管理されているか<br>ｅ．計画数値は全員に徹底されているか<br>ｆ．計画は業界、地域水準より高いか<br>ｇ．目標管理は徹底しているか<br>ｈ．販売実績は名目成長率と実質成長率でどうとらえているか | ア．他力要因か、自力要因か<br>イ．実質成長率か、名目成長率か<br>ウ．目標対比、前年対比、前月比のトレンドをみる<br>エ．過去３ヵ年の伸び率、目標達成状況をみる |
| Ⅱ．市場 | １．サ イ ズ | Ａ．マーケットサイズは縮小か拡大か<br>Ｂ．需要ギャップの対応がとられているか | |
| | ２．シェアー | ａ．シェアーは上昇しているか<br>ｂ．シェアーは業界何位か<br>ｃ．地域別のシェアーは把握されているか<br>ｄ．シェアーアップ戦略は展開されているか<br>ｅ．商品別シェアーは把握されているか | ア．シェアーと利益のギャップはないか |