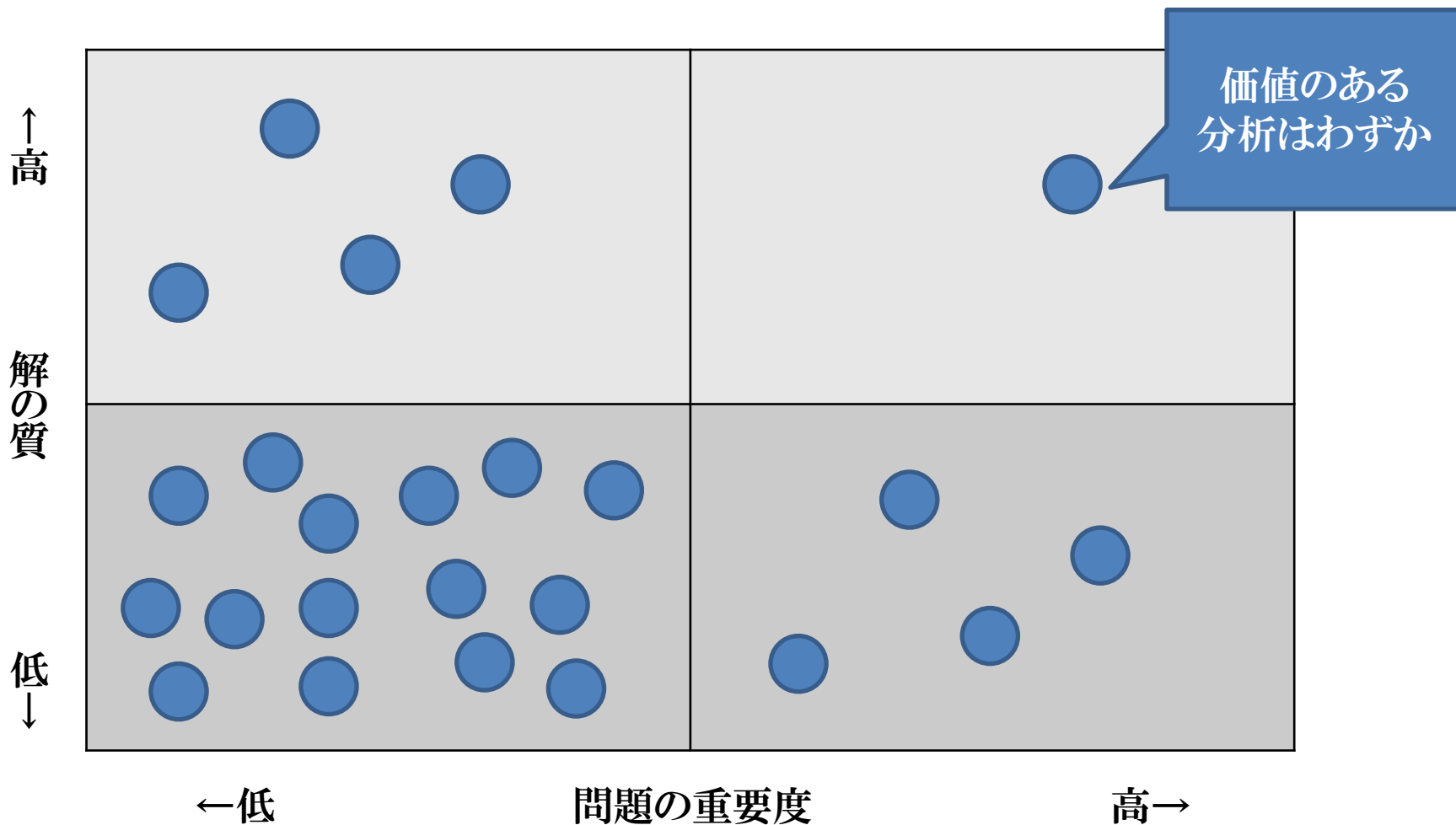


社内データ・情報分析を通じた示唆出しプロジェクト

- 本資料は当社のコンサルティング支援のイメージをお伝えするための参考資料です。
- 内容は当社の実績をもとに作成しておりますが、あくまで一例であり、実際はお客様の与件によりまして成果物は異なります。
- お客様の成果につながる最適なアプローチで支援いたします。

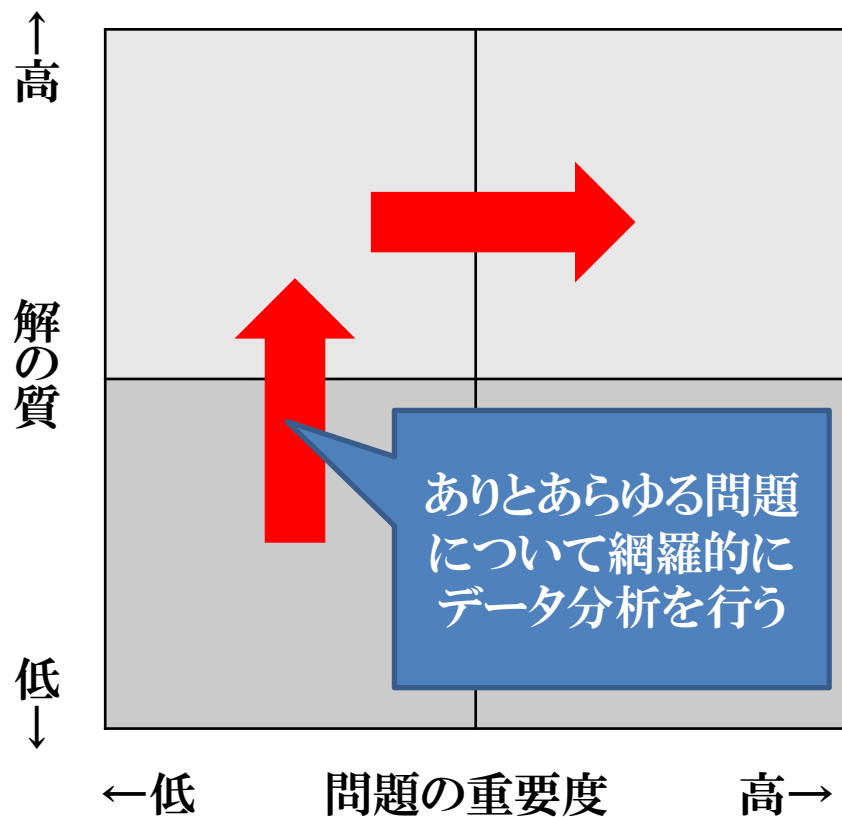
価値ある分析は何かを見極める



先の例のように、何も考えずにながむしゃらに分析をし続けても、「問題の重要性」「解の質」という双方の軸の観点から、価値のある仕事まで到達できない

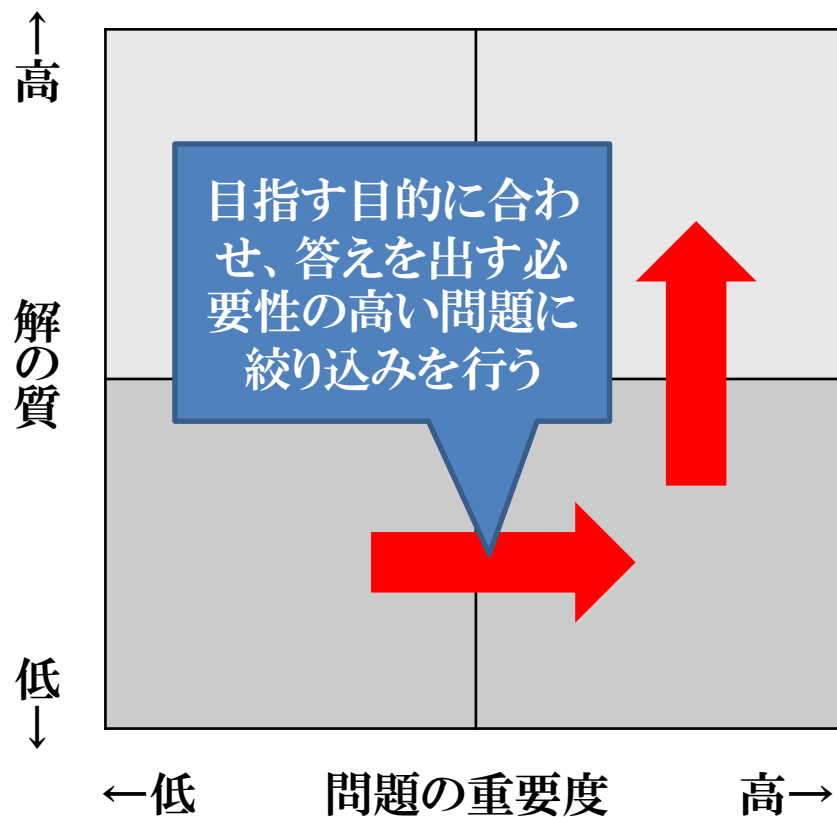
分析業務におけるNGパターンと理想のパターン

NGパターン



無駄な分析資料ばかりが残る。
多大な量の分析を行わなくてはならないため、時間が不足

理想のパターン



重要な問題に対し、解の質を高めるために時間を使うことが出来るため、質の高い結果を得られる

解決すべき問題を設定する

- **Decision Problem**: 管理者が直面する基本的問題。また、マーケティングリサーチはこれら問題を解決することを目的とする。
 - 「発見志向」のDecision Problemには、新しい可能性あるいはビジネス環境の変化を識別することが含まれる。
 - 「戦略志向」のDecision Problemには、方向性の異なる行動に対して評価およびその行動のモニタリングが含まれる。
- **Research Problem**: 上記「Decision Problem」の説明に加え、問題解決に必要な情報も含んでいる。

解決すべき問題を設定する

発見志向Decision Problem
「店舗収益はなぜ低いのだろうか？」

【想定されるリサーチプロブレム】

現顧客満足度を調査する

店舗および競合相手に関する標的市場の認識を査定する

店舗の標的市場意識を確認する

戦略思考Decision Problem
「入店客数をどのように増やすか？」

異なる販促の効果进行调查する

2種類の広告キャンペーンに対する消費者の反応を判定する

消費者の新店舗のレイアウトに対する嗜好を測定する

リサーチ方法を選定する

【探索型】

- 特徴:質的、柔軟性および広範性があるが、決定的ではない
- 目的:アイデア生成、リサーチ問題の絞り込み、知見の獲得
- 例:文献検索、フォーカスグループ、深層インタビュー

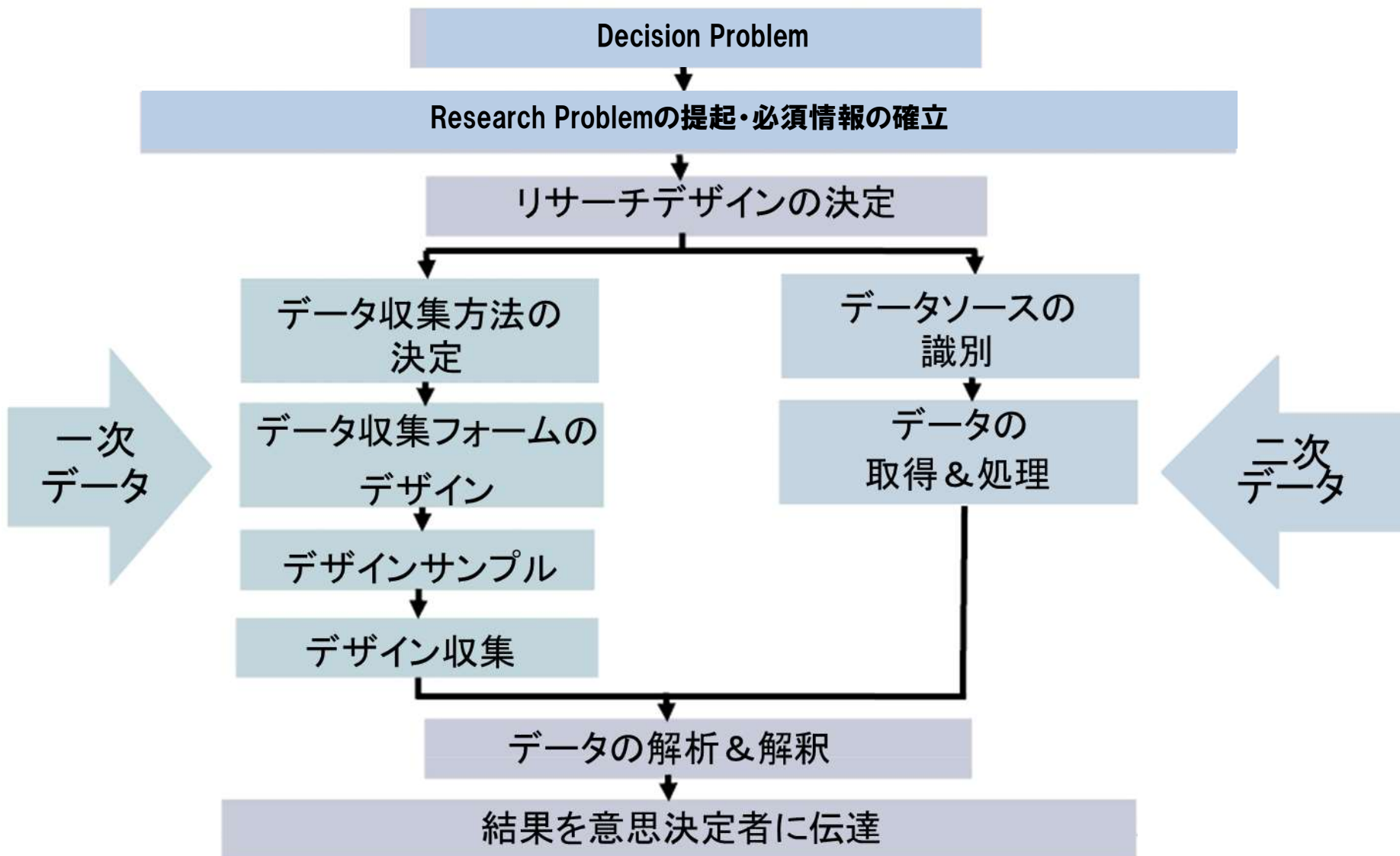
【記述型】

- 特徴:量的、構造的、決定的
- 目的:市場および消費者の説明、ビジネス成果の計測、変数間における関係性の発見、予測
- 例:横断的・縦断的調査、統計モデリング

【因果型／検証型】

- 特徴:量的、変数の操作および独立性
- 目的:因果関係の確立
- 例:室内実験および野外実験

リサーチ工程を設計する



戦略思考Decision Problem
「今後の売上をどのように増やすか？」

「架電営業強化により売上を増やせるか？」

営業マンによる契約率の差はないか？

顧客属性による契約率の差はないか？

「紹介営業強化により売上を増やせるか？」

営業マンによる紹介数の差はないか？

ターゲットによる紹介数の差はないか？

「リピート営業強化により売上を増やせるか？」

営業マンによるリピート率の差はないか？

顧客属性によるリピート率の差はないか？

リサーチ設計事例

「架電営業強化により
売上を増やせるか？」

「紹介営業強化により
売上を増やせるか？」

「リピート営業強化により
売上を増やせるか？」

架電営業フロー

紹介営業フロー

リピート営業フロー

アポイント

ターゲット特定

リピート提案アポ

コンセプト提案

紹介推奨

リピート提案

物件提案

発掘協力

2件契約

クロージング

紹介発掘

3件契約

契約

紹介契約

...

営業マンによる差？

営業マンによる差？

営業マンによる差？

顧客属性による差？

ターゲットによる差？

顧客属性による差？

どのステップに差？

どのステップに差？

どのステップに差？

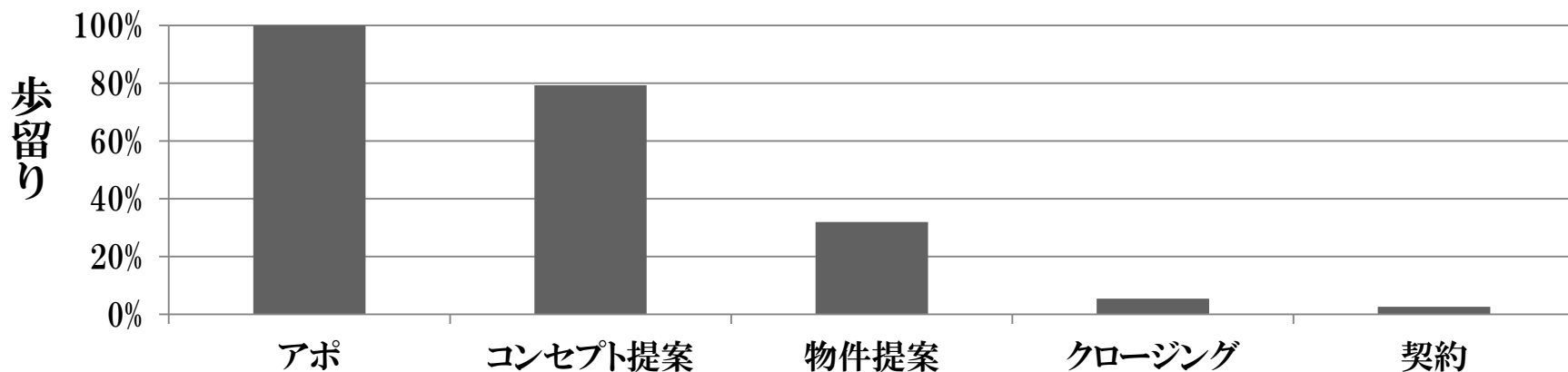
リサーチ設計事例

ディビジョンプロブレム	リサーチプロブレム	リサーチ内容	リサーチ詳細
架電営業力強化による 売上拡大の可能性	営業マンによる契約率の 差はないか？	営業生産性分析	アポ～契約までの契約率比較
		営業属性分析	売れている営業の属性比較
		契約要因分析	営業担当者別の契約要因の比較
		失注要因分析	営業担当者別の失注要因の比較
	顧客属性による契約率の 差はないか？	顧客属性別契約率分析	契約企業と非契約企業の属性比較
紹介営業力強化による 売上拡大の可能性	営業マンによる紹介数の 差はないか？	営業マン別紹介実績分析	営業マン毎の紹介実績の比較
	ターゲットによる紹介数の 差はないか？	顧客紹介実績分析	紹介を頂けている顧客の特徴比較
		提携先紹介実績分析	提携先企業における紹介実績比較
リピート営業力強化に よる売上拡大の可能性	営業マンによるリピート率 の差はないか？	営業マン別リピート受注分析	営業担当による売上拡大効果検証
	顧客属性によるリピート率 の差はないか？	顧客属性別リピート比較分析	理想リピート受注規模と実績比較

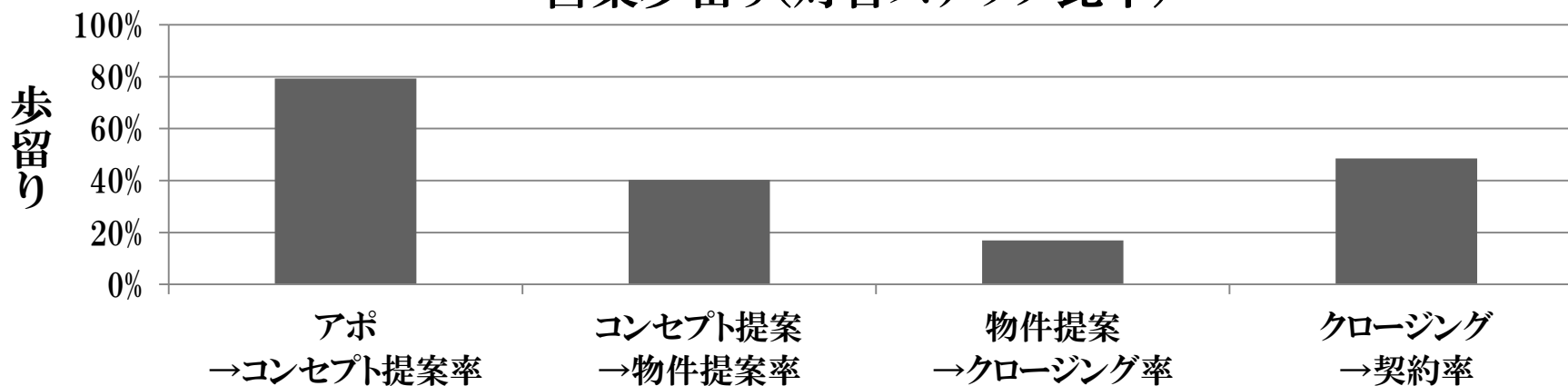
営業生産性分析～全体傾向～

営業歩留り(対アポ比率)

20XX年X月～20XX年X月実績



営業歩留り(对各ステップ比率)

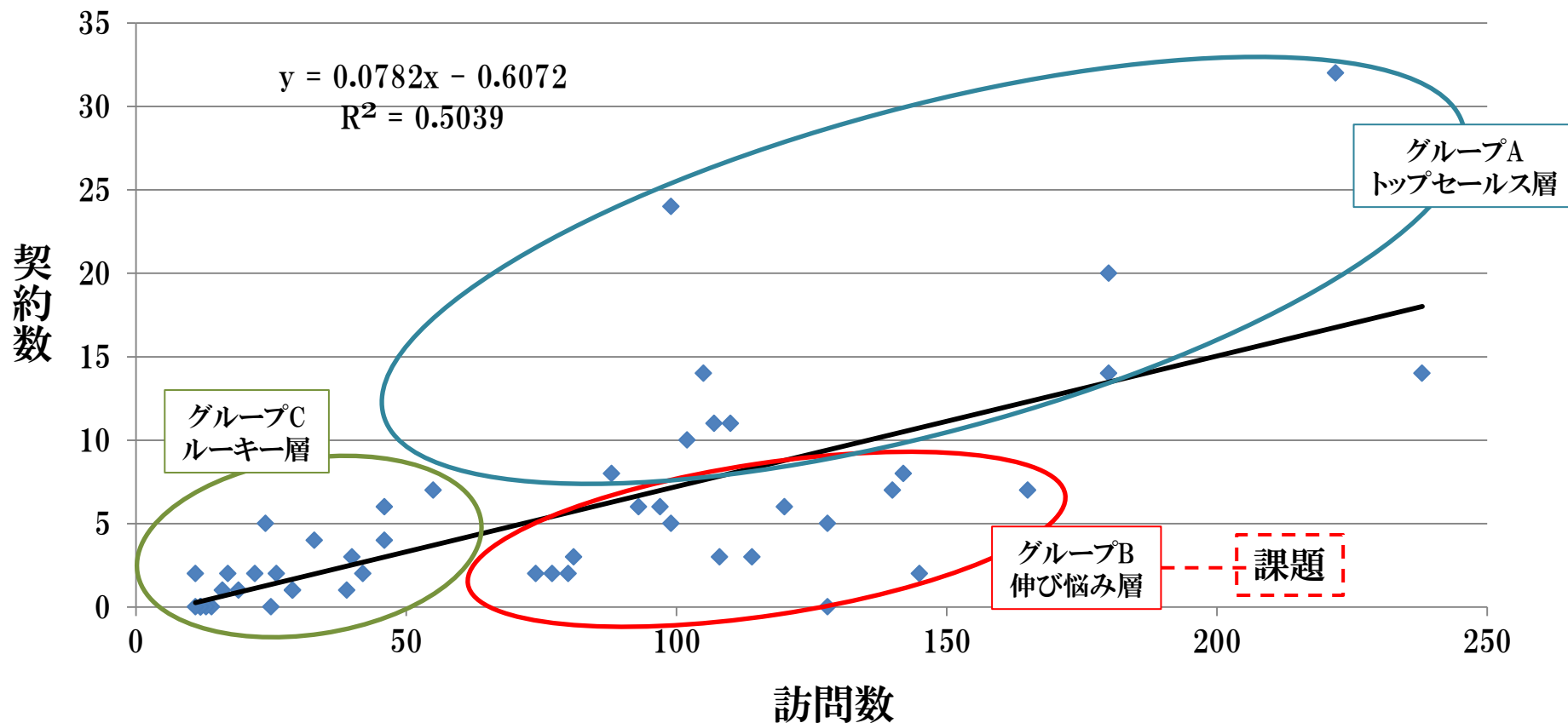


契約率はXX%と低い状況である。フェーズ別ではXX率における歩留りが低い。

営業生産性分析～商談者別～

～商談者別訪問対契約数の比較～

20XX年X月～20XX年X月実績

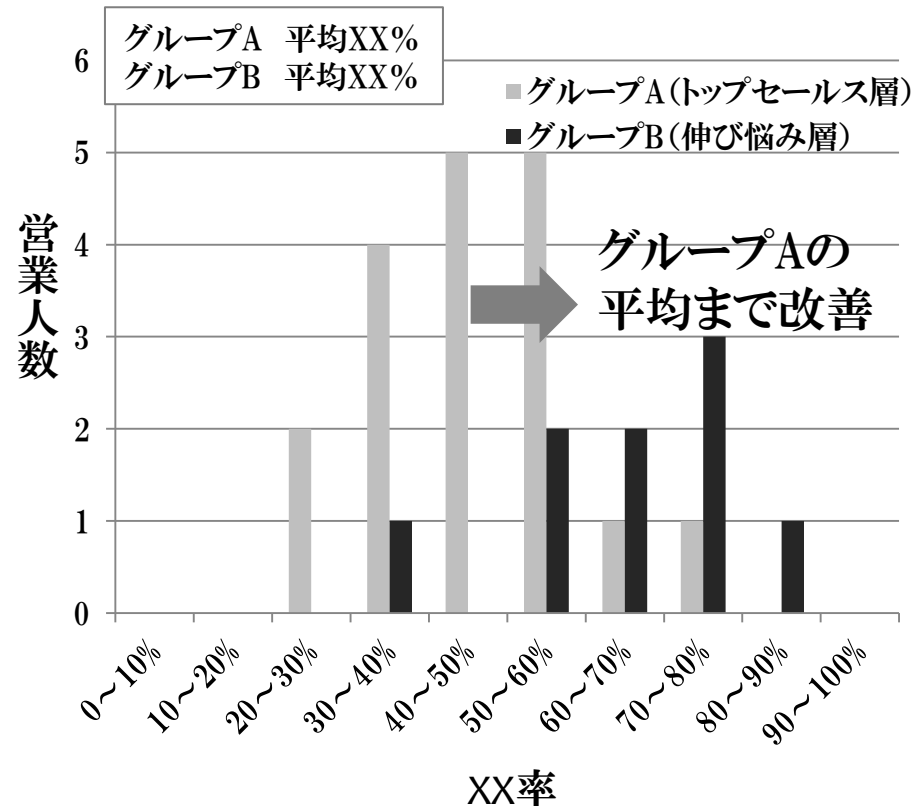


伸び悩み層であるグループBは、数多く訪問するが、契約数が少ないため、全体の契約率を低下させてしまっていることが課題である。

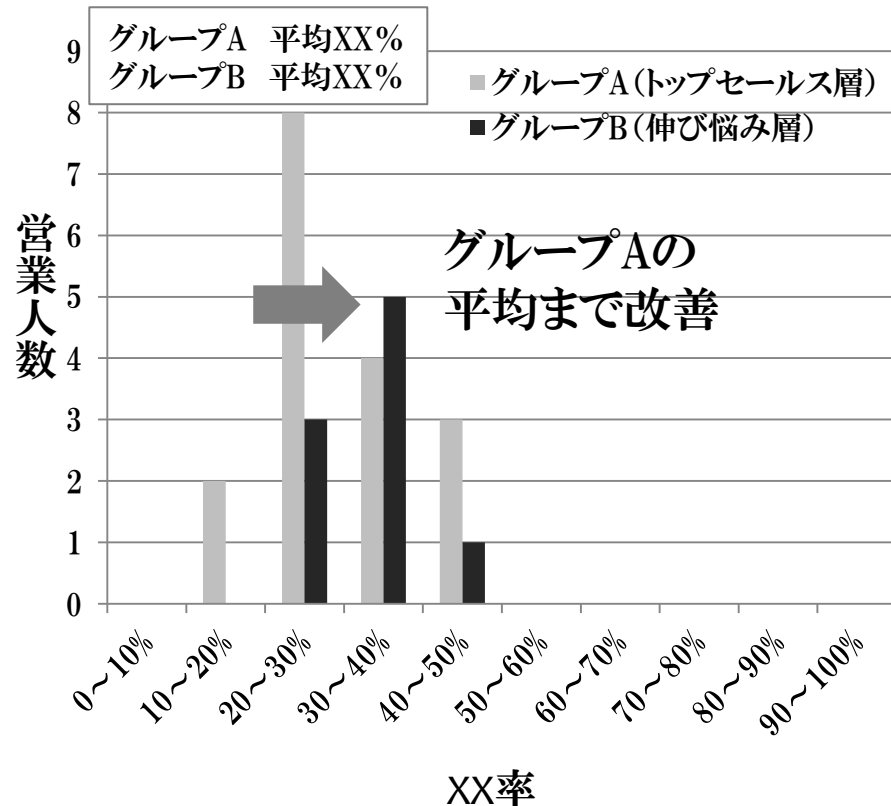
営業生産性分析～商談者別～

20XX年X月～20XX年X月実績

「XX率」等級別営業数



「XX率」別営業数



伸び悩み層であるグループBの「XX率」「XX率」の平均値を、トップセールスにおける平均値まで高めることで、大幅な契約率改善を図ることが出来る。

【本件資料・当社サービスについてのお問合せ先】

メールにてお願いします。 info@libcon.co.jp

お名前、所属企業名、ご連絡先などを添えて、
お気軽にお問合せくださいませ。