

今回は、「仕事の誤解」という小冊子からです。

**× 売上げを上げるのは営業だけの役割だと思ふのは誤解だ！**

どの部門の、どんな立場の人であっても、売上げや利益に関心がないのは、「おかしい・どうかしている」と疑われて当然だ。あなたの会社は違うと思うが、**自分の会社の売上げの数字に興味すら持たないで、日々会社に来ている営業以外の間接部門の社員が多い会社がけっこうである。**間接部門といっても、大企業は別として、こなすべき仕事の範囲が限られているわけではない。特に、一人一人が何役もこなさなければならぬ中小企業では、間接部門でもその気になれば、会社全体の動きを見渡すことができるのではないだろうか？それだけに、毎日の注文がどれだけあるか、どうすれば増やすことができるか、自分の職場では何をすればよいか、とやる気になれば営業に深く関わっていくことができる環境がある。だから、**間接部門の社員でも、経費を抑えることはもちろんだが、それぞれの立場で、利益の元である「お客様の満足」に貢献できることを考えることが大切なのである。**

**※ お客様に近づく姿勢**

仕事というものはすべて、お客様の満足につながるべきものである。営業がお客様からもらった仕事は、**社内の誰につながっていくのか。あなたとのつながりは何なのか、その認識が大切だ。**それが「お客様の満足をつくりだすために、自分が貢献できることは何か？」という答えをつくる。その意識が、あなたの社員として求められている営業意識だ。あなたには、営業意識がどれくらいあるだろうか。

**※ 営業が売りやすい社内体制をつくる**

最も困るのが、営業と対立姿勢をとることだ。「営業がつまらない仕事をとってくる」「営業力が欠けているから売上げが上がらない」などと営業を悪く言うことで、自分の仕事姿勢を正当化する間違いだ。こう言いたい。開発・設計・制作・企画・製造・業務・購買・配送・総務・経理などなど、営業力を批判する前に、**営業が売りやすいお客様が満足する社内体制をつくりなさいと。**

どの部門のどんな立場の人でも売上げや利益に関心がない人は何と疑われますか？

( )

カッコ内を埋めてください

( ) でも、( ) ことはもちろんだが、それぞれの立場で、

利益の元である ( ) に貢献できることを考えることが大切なのである。

仕事というのは何につながるものですか？

( )

あなたには営業意識がありますか？

はい

いいえ