

営業の実力は、 カレンダーの使い方で決まる

成果を前倒しする営業の「時間感覚」と、その方法



目次

01 はじめに P.3

02 問題提起 P.4

03 現場あるある P.5

04 時間の意味づけ P.6

05 できる営業の共通点① P.7

06 できる営業の共通点② P.8

07 できる営業の共通点③ P.9

08 できる営業の共通点④：判断を先送りしない人は、修正も早い P.10

09 ここまでの整理 P.11

10 残酷な現実 P.12

11 原因の正体 P.13

12 人材の再定義 P.14

13 選択肢の提示 P.15

14 まとめ・会社概要 P.16~P.17



■ はじめに

私はこれまで、たくさんの営業メンバーを見てきました。
みんな真面目で、一生懸命で、「もっと売上を上げたい」と必死に頑張っています。
でも、残念ながら成果がついてこない人も一定数います。
彼らを見ていて、いつも思うことがあります。「もったいないな」と。

成果が出ないのは、大半が能力が低いからではないと思っています。センスがないわけでも、
努力が足りないわけでもないのです。ただ、**「時間の使い方が少し下手」**なだけです。
私はそんな頑張る営業メンバーに、どうしても伝えたいことがあります。
難しいスキルを身につける前に、**まずは「カレンダーの使い方」から見直してみませんか？**

**時間感覚さえ変われば、
営業はもっとシンプルで、もっと楽しい仕事になります。**



営業成果が出ない理由は、能力不足 ではありません

× 一般的な誤解

「人が悪い」という思考

- ❗ センスがない
- ❗ やる気・根性が足りない
- ❗ 教育しても伸びない

解決策が「精神論」になりがち



✓ 直視すべき現実

「習慣」の問題

- ✓ 未来の予定を立てていない
- ✓ 行動の「習慣」がない
- ✓ 時間が確保していない

解決策は「仕組み」にできる

管理職が介入すべきは、部下の性格や営業センスではなく
「**カレンダーの運用**」です

現場あるある

多くの営業は
「今日」を頑張りすぎている



今日のアポ・商談

準備と移動で半日が終わる



見積・メール返信

帰社後の事務作業ラッシュ



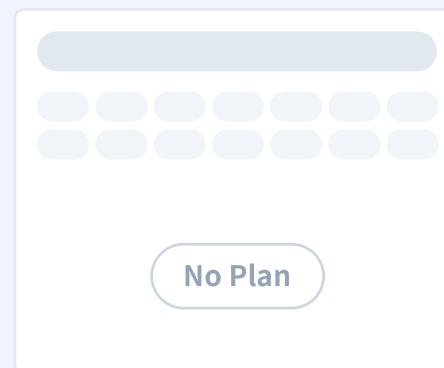
トラブル対応

予定外の火消しに追われる

🔥 目の前のことに全集中してしまっている



未来の予定が空になっている



「忙しい」が「稼ぐ」に繋がらない

今日を乗り切る能力が高くても、
未来をつくる時間がゼロなら、翌月の成果は運任せになる。



時間の意味づけ

🔄 意識の変革

カレンダーは「予定表」ではなく
売上をあげるための設計図です

✕ 「予定を入れる」
ただの隙間埋め作業



✓ 「未来を入れる！」
意志を持って先を埋める

📅 カレンダーでの「連結」イメージ



面談・合意
Today



次アクション
+3 Days



成果・期日
+1 Week



できる営業のカレンダーは、
これらの点が線でつながっており、数週間先まで
「なぜその予定がそこにあるのか」の意図が明確です。

できる営業の共通点①

商談が終わった瞬間、「次の一手」が入っている

属人的な営業センスの正体は、「**その場で未来を確定させる**」という習慣です。持ち帰り検討はNG。

× NGワード

「またご連絡します」
(主導権の放棄)

「ご検討をお願いします」
(期限のない依頼)

「一旦持ち帰ります」
(判断の先送り)

✓ 具体的効果

- 検討期間の短縮と先延ばし防止
- 他社介入リスクの低減

その場で「期日」を合意する

Action 01

💬 「いつまでに判断いただけますか？」
とボールの期限を明確にする。

商談のゴール
「受注」 → 「次の予定の確定」

次回訪問日を即提案する

Action 02



スマホのカレンダーを開き、その場で次のアポを確定させる。

宿題の確認

自分は何を提出するか、相手は何を確認するか。
お互いのToDoを可視化し、期待値を揃える。



できる営業の共通点②

期限の60%で出すのは、 礼儀であり戦略である

私が提唱する「**タスク60%ルール**」
期限が5日後なら、3日後には一度目の提出をする。

これは単なる早め行動ではなく、相手の思考の自由度を守るための礼儀です。

× NG: 期限当日の初回提出

「完璧にしてから出そう」という善意が仇になる
相手は直したい部分があっても、もう時間がないため言えない
結果として「本当はこうしてほしい」が押しつぶされる

推奨アクション：判断コストを下げる提出



✓ OK: たたき台で提出

まだ2日あるので、相手は遠慮なく指摘できる
自分も落ち着いて修正できる
最終的に「相手の意図通り」の成果物になる

時間管理とは自分が楽になるためではなく、**相手の判断の質を最大化**するために行うもの。



できる営業の共通点 ③

期限の60%で出すのは 礼儀であり戦略

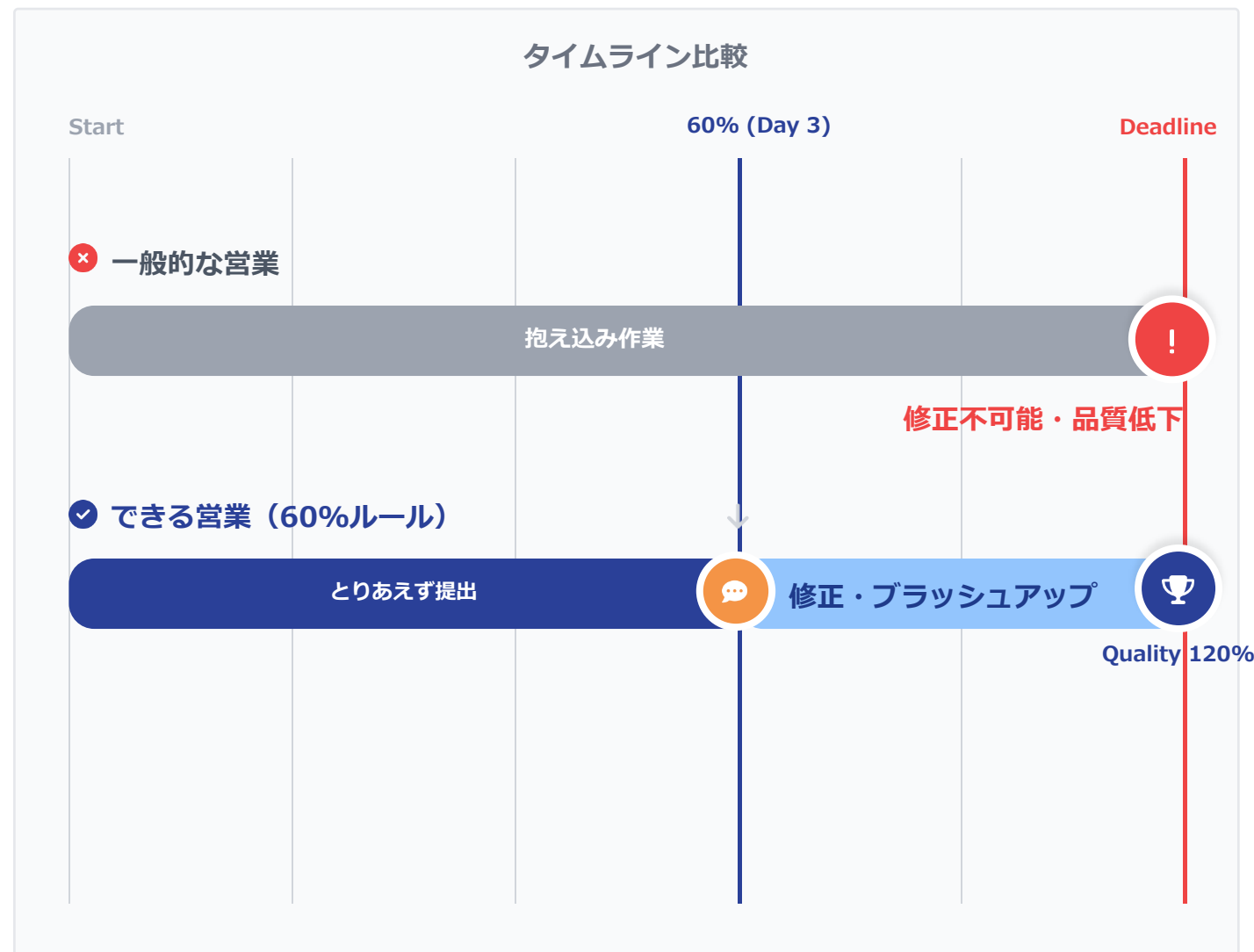
期限が5日後なら、**3日後**には一度提出する。
これは単なる「早さ」の話ではありません。

📖 相手への「礼儀」

修正を指示する時間的余裕を相手に渡す。
相手の判断コストを下げる配慮。

🏆 自分の「戦略」

フィードバックをもらって修正する。
最終提出を120%の品質にするための余白。



できる営業の共通点④：判断を先送りしない人は、修正も早い

🕒 5秒判断ルール

「決める」とは、覚悟を決めること。

判断を渋る人は、失敗を避けているようで、実は失敗している時間（停滞時間）を長引かせているだけです。

5秒で即決する習慣は、責任を取る覚悟の筋力を鍛えます。

⚠️ 最大のリスクは「保留」

決めない時間が、現場の空気を最も濁らせます。
間違ってもいいから、進めることが重要です。

高速修正サイクルが生む「質」



🔄 この循環の速さが「実力」になる

ここまでの整理

ここまで、特別なことは何もありません

皆様も日常的に部下に伝えている内容ばかりではないでしょうか。



📢 現場の「当たり前」

- “ 次の予定をしっかり入れろ
- “ ギリギリに出すな、早めに出せ
- “ 迷ってないで早く決めろ



★ 成果を分ける「違い」

- ① 徹底度 「たまに」ではなく「絶対」やる
- ② 再現性 誰でもできる形になっているか
- ③ 仕組み化 精神論ではなくシステムで回す

❓ ルールを「言葉」で終わらせず、「運用される仕組み」に落とし込めて
いますか？

考え方を知っていても、現場では徹底できていないのが実情

現実 01

日次の火消しが未来を侵食

「今日のトラブル」「今日の急な依頼」に対応しているうちに一日が終わる。本来確保すべき「未来の設計時間」が真っ先に削られ、自転車操業から抜け出せない。

現実 02

カレンダー運用の属人化

カレンダーの使い方は個人任せ。「予定を入れる基準」が揃っていないため、マネージャーは部下の動きを把握できず、結果だけで評価せざるを得ない。

現実 03

「教えた」のに「変わらない」

研修で一時的に意識が高まっても、現場に戻れば元の忙しさに流される。「知っている」と「できる」の間には深い溝があり、精神論では埋まらない。

ジレンマ

管理職の苦悩

「なぜ言った通りにやらないのか？」そう嘆く前に、個人の意識に頼ったマネジメントの限界を認める必要がある。

原因の正体

問題は意識ではなく、習慣にある

従来の
アプローチ

個人の「意識」への依存

具体的な施策

- × モチベーション管理
- × 座学中心の研修
- × 精神論での指導

発生する現象

「知っているのにできない」
成果が担当者の調子に左右される

必要な
アプローチ

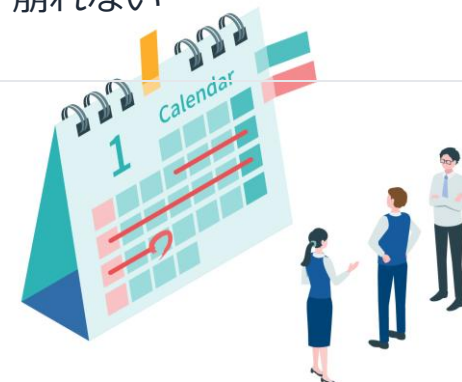
現場の「構造」を入れ替える

具体的な施策

- ✓ 未来を確保するカレンダー設計
- ✓ 強制力のあるレビューサイクル
- ✓ 行動のチェックリスト化

得られる成果

「誰でも当たり前ができる」
人が変わっても成果が崩れない



人材の再定義

当たり前のことを、当たり前にする「崩れない営業」こそが、
実は最も希少だと思います。

よくある評価の誤解

⚡ 派手なトップ営業



予測不能

- × 気分で成果が乱高下する
- × 「自分流」でノウハウが残らない
- × マネジメントコストが高い

組織が真に求める価値

🛡️ 崩れない営業



安定的・再現可能

- ✓ 「未来」をカレンダーで握る
- ✓ 誰でも成果が出る「型」がある
- ✓ 売上の見通しが外れない

選択肢の提示

だから私たちは、人を「育てる」だけに頼らない

営業アウトソーシングは、時間を買ひ、組織を加速させる**合理的な経営判断**です。

従来の自前主義 育つのを待つ

- ⚠ 教育コストと管理工数が膨大にかかる
- 👤 育った頃に辞めてしまう（資産化しない）
- ⌚ 基準値が変わるまでに時間がかかりすぎる



営業アウトソーシング 完成形を持ち込む

RECOMMENDED

- ✓ 「人」 + 「運用」を導入
- ✓ 組織の基準値を短期間で更新できる
- ✓ 経験は浅いが推進力のある人材で補強する

アウトソーシングは「リソースの穴埋め」ではありません。
「崩れない人材」を受け入れ、組織を安定させることです。



まとめ

営業成果は「能力」ではなく「時間の設計」で決まる。

そして、その設計は個人の努力ではなく、組織の「習慣と仕組み」の問題です。



タスク60%ルール

期限の60%で一度提出し、
相手の判断コストを下げる



5秒判断ルール

決断を先送りせず、
高速で修正サイクルを回す



カレンダー設計

予定表ではなく「設計図」
未来の時間を先に確保する

もし現場が変わらないなら**外から導入する**選択肢があります。

人を育てるだけに頼らず、外部から「崩れない基準値」を持ち込む。
B C C株式会社は「当たり前を当たり前により切る」人材を提供します。

ぜひご検討いただけますと幸いです！

B C C株式会社
IT営業アウトソーシングカンパニー
マーケティング担当



お問い合わせはこちら

<https://www.e-bcc.co.jp/>



会社概要

商号	B C C株式会社
事業所	東京本社 : 東京都千代田区外神田 6-15-9 明治安田生命末広町ビル9F 大阪本社 : 大阪府大阪市中央区今橋 2-5-8 トレードピア淀屋橋 9F
創立	2002年3月
代表取締役社長	伊藤一彦
カンパニー名	IT営業アウトソーシングカンパニー
カンパニー長	松村健太
主要部門	・ 営業アウトソーシング ・ ソリューション
許認可	労働者派遣業（派27-302361） 有料職業紹介事業（27-ユ-302045） プライバシーマーク認定（第10861424(08)号） 電気通信事業（E-28-03972）
主要取引先	株式会社インターネットイニシアティブ(IIJ) 日鉄ソリューションズ株式会社 ダイワボウ情報システム株式会社 日本電気株式会社(NEC) 富士ソフト株式会社

