

論文要旨

営業における知識特性と業績に関する研究

(指導教授: 今橋隆教授)

法政大学大学院経営学研究科経営学専攻

マーケティング・サービスマネジメントコース

橋本 佳子

マーケティング論において営業は、従来、人的販売論もしくは販売管理論の範疇を越えることがなく、主に営業マンの管理、育成等が重視されてきた。最近、企業が顧客との良好で長期的な関係を築き、維持しようとする関係志向的マーケティングという新しい考え方がでてきている。その結果、企業は顧客との接点をより重要視するようになり、そうした接点領域である営業組織の機能や位置付けも変化している。

営業担当が顧客ごとに柔軟に対応することで顧客との関係性を構築し、売り上げを上げるという個人型営業方法には限界がある。営業組織を取り巻く環境変化の下で営業組織も組織としての生産性をもとめられるようになってきた。

人的販売論では、営業担当者の業績を決定する要因がさまざまな角度から検討されてきた。その中で、最近注目されているアプローチが営業担当者の「知識」に焦点をあてた認知的アプローチである。営業担当者が顧客や販売状況を確認するために使う「データベース的な知識」（宣伝型知識）と特定の顧客や販売状況に適用される「売り方に関する知識やスキル」（手続型知識）に分類される。有能な担当者とそうでない担当者の知識構造の違いに注目することがこのアプローチの特色である。本研究では、認知的アプローチの先行研究に基づき、通信業界ブロードバンド営業に関して、営業タスクの種類別に、アンケート調査を行った。これを営業職スタッフの営業業績に基づいて2段階に分類した。

宣伝型知識に関しては、営業タスクによって、有能な営業職スタッフとそうでないスタッフとの間に有意な差が生じる場合と生じない場合が見られた。手続型知識に関しては、営業タスクには関係なく有意な差が生じた。また、営業タスクによって鍵となる営業プロセスは異なっていた。

以上の認知的アプローチの調査結果を踏まえて、通信業界ブロードバンド営業について、「教育体制」「営業プロセス」「データベース化」という観点から提案をおこなった。