

PMP : PMP式ポートフォリオ戦略

Portfolio Management Process



多くの営業担当者はリソースの投入に関して課題を抱えています。成長の望めない顧客の既存ビジネスに追われて新規ビジネスの拡大ができなかったり、逆に新規ビジネスの拡大に集中するあまりに既存顧客を失ってしまいます。また1社ごとに個別の対応を行うため、活動が非効率で、社内外のリソースをうまく活用できていません。

PMPは少数顧客（5社～30社）を担当する営業向けの戦略プランの方法論です。PMPでは担当顧客を現在の売上と将来の可能性をもとにしたポートフォリオに整理し、最大の成果を得るための顧客のセグメント化と各セグメントに対する基本戦略を決定します。

「PMP式ポートフォリオ戦略」とは営業担当者が受け持つ担当顧客（数社～30社程度）に対するビジネスデベロップメントプロセスです。営業担当者、マーケティング担当者、サポート担当者はPMPにのっとり、担当顧客を分類し、限られたリソースで最大の成果を上げるためのプランの立案と実践を行います。

PMPでは担当顧客のセグメント化を行い基本戦略を決定します。ビジネス開拓を行う顧客、商談単位で対応する顧客、マーケティング中心のアプローチを行う顧客など、自身の担当顧客全体をカバーし、最大の成果を得るための戦略策定・実践の方法論を提供します。

プログラムの方法論：どのように修得するか？

参加者は事前に収集・整理したポートフォリオ情報をもとに、コンサルタントの指導を受けながら2つの成果物を作成します。ポートフォリオマップは担当マーケットに対するビジネスの状況を俯瞰するためのツールです。またポートフォリオプランは新規ビジネス開拓、売上計画、リレーションシップ強化などビジネス拡大とリソースの最適配分のために、セールスチームが共有すべき営業のシナリオです。

ポートフォリオマップ

ポートフォリオマップ		ソリューション	
顧客	ポートフォリオマネジャー	ソリューション	ポートフォリオマネジャー
A	ビジネス開発	オポチュニティ管理	マーケティング
B	オポチュニティ管理	マーケティング	
C	マーケティング		
合計			

プログラムの構成

標準開催期間：2日間

形態：24名以下のワークショップ（実際のケースを使用）

教材：ワークブック、ワークシート

参加対象者：特定少数（5～30社）を担当する営業担当者、営業管理者、営業支援エンジニア、マーケティングスタッフ

キーワード

- ◇ 既存顧客の維持と新規ビジネスの拡大
- ◇ マーケットのセグメント化
- ◇ 顧客リレーションの強化
- ◇ ビジネスプランの作成
- ◇ 顧客のマインドシェアの向上
- ◇ リソース配分の最適化

ポートフォリオプラン



プログラムの展開

1. ポートフォリオの分析 〈顧客の分類と優先順位づけ〉	◆ 現在の売上と将来の可能性をもとに顧客をポートフォリオに分類し、優先づけをする
2. アプローチの選択 〈戦略の構成要素の理解〉	◆ 各セグメントごとに最適な戦略を選択し、利用可能なリソースを整理する
3. マッピングとアプローチのプラン 〈ポートフォリオ マップ作成と目標設定〉	◆ ポートフォリオ マップを作成し、各セグメントの目標を定義する
4. ‘A’顧客ビジネスの開拓 〈新規ビジネス開拓プランの作成〉	◆ 最重要顧客の戦略構想を分析し、新規ビジネスの開拓プランを作成する
5. オポチュニティの管理 〈売上プランと組織分析〉	◆ 現在のオポチュニティとインストールベースから、今年度の売上プランを作成する ◆ 新規オポチュニティの情報収集と競争優位を築くために、リレーションシップ戦略を作成する
6. ポートフォリオ マーケティング 〈マインドシェアの向上〉	◆ 自社／ソリューションの認知を高めるためのマーケティング計画を作成する
7. プランのレビューと実施 〈職場での実践プランの作成〉	◆ プランのレビュー方法を紹介し、実践計画を作成する

期待される効果

- ◇ 担当マーケットの顧客に対して優先順位が明確になり、リソース配分が効果的にできる
- ◇ 既存顧客の売上／リレーションの維持と新規ビジネスの拡大およびリソースのバランスをうまく管理できる
- ◇ マーケティング部門、パートナーなどのリソースをうまく活用できるようになる
- ◇ マーケットへのより広いカバレッジとより深い浸透が可能になる

プログラムの実施・ご検討について

下記のような内容についてのお問い合わせは、メール (info@wlv.co.jp)、もしくは営業担当までお問い合わせください。

- プログラムの詳細日程／実施費用／貴社に合わせたカスタマイズ
- フォローアップまでを含めた実施プロセスのデザイン／プログラムの導入効果の検証方法、レポート方法

参加者の声：過去のアンケート／フォローアップより抜粋

- 過去の個人スキルに依存していた営業スタイルや先輩・上司の意思中心の営業行動から、会社としての標準的な営業のやり方の基本になる。(IT／営業管理者)
- 顧客へのアプローチプランを再度策定し、目標数値達成の効率的な活動ができると思う。(IT／営業)
- ポートフォリオの正確な分析を通し、顧客ニーズ、課題発掘に大変役立つものと考えます。またリソース・パワーの戦略配分という点で具体的な手法を修得できたものと思います。(IT／営業管理者)
- アカウント営業が営業プロセス自体を見直して、限られたリソースを有効に使えるよう、サービス部隊として支援・協力体制を強化していきたい。またアカウント営業に対してポートフォリオに関する資料を徹底させ、より効果的な支援を行うつもりです。(IT／マーケティング)
- 計画を立て有効にリソースを使った営業活動ができると思います。また全社での導入なので、営業活動のプロセスでの評価も整っていくと思います。(IT／営業)