

チャレンジシート

部署	企画部	役職	チーフ・プランナー	グレード	P1	氏名	日本花子
----	-----	----	-----------	------	----	----	------

3年後の自分 【2017年10月末時点】

<役職:プランニング・マネージャー>

- 自らのアイデアで、通販事業部売上げの主軸となりうる新商品開発をすることができる。
- 既存部門と新規部門を問わず、各種企画の立案・設計・具現化までを上級者の指示なく完遂できる。

1年後の自分 【2015年10月末時点】

<役職:チーフ・プランナー>

- 既存客の生涯価値の最大化のための、販促企画の立案・設計・具現化までを、結果を出せるレベルで上級者の指示がなく一人で完遂できる状態。
- 既存部門のリーダーとして、誰がチームに入ってきてても必ず1年以内に「アシスタント・プランナー」から「プランナー」に昇格できるレベルの人材育成力・指導力が身に付いていて、「チーフ・プランナー」として【A 評価】がとれている。

現状の課題	①販促企画の立案・設計力が不足
*3年後の自分になるための自分の課題	<p>市場調査を徹底的に行うのと同時に、ライティングのスキルをさらに向上させて、上級者の指示がなくても、クオリティーの高い販促企画を立案・設計できる能力を身に付ける必要がある</p> <p>②人材指導・育成力の向上 下級者を適切に指導・育成し、正當に評価できるスキルを向上させる必要がある</p> <p>③計数管理に関する知識・スキルが不足 既存部門全体の売上・利益の最大化のためのコストの最適化ができる能力が足りていない</p>
今期学ぶべきこと	①販促企画の立案・設計能力の向上
*どうすれば、自分の課題を克服できるか？	<p>市場調査を徹底的に行い、既存販促企画を上級者からの具体的な指示・監督のもとで企画の立案から設計、具現化を高いレベルで行うことができる能力を身に付ける</p> <p>②ライティング力の向上 レスポンスに直結する各ツールのラフ原稿の作成を上級者の指示がなくても、一人で完遂</p> <p>③人材育成に必要なスキルを身に付ける 必要なコーチング能力を身に付ける</p> <p>④係数管理に関する基本的な能力を身に付ける 既存部門において管理すべき項目(計数管理表)を考え・決定し、正確に数字を分析・把握・改善ができる能力を身に付ける</p>
業務上の自分の役割	①会社の理念・ビジョン・戦略・戦術を根本から理解して、既存客のLTV最大化のための、既存部門の各種販促企画プロジェクトを推進する
*組織における自分の役割・使命	<p>②既存部門における定型・非定型業務について、適切な判断と、具体的な指示を下級者へ行い、部門全体を適切に管理する</p> <p>③既存部門の業績目標を適切に設定し、目標達成に必要なプロセスを設計・構築し、自分の言葉でメンバーに伝え、部門全体をまとめてチームワークを発揮し、圧倒的な結果を出す</p> <p>④既存部門の数字を管理し、常に正確に現状を分析・把握。それを上級者へ適切に報告</p> <p>⑤既存部門のメンバーの士気を高め、クレドの価値観を行動レベルで示し(率先垂範)、下級者を適切に指導・育成し、正當に評価することで成長支援を行う</p>

【チャレンジ項目】 2014年11月1日～2015年4月末日	
【チャレンジ項目名】	
今期の目標（今日から半年後迄に達成したい事、達成イメージ）	今期（今日から半年後まで）の具体的な実行内容達成する為に、日々実践すること・心がける（意識する）こと
各種企画の立案	
市場調査の結果を元に、既存客販促の企画の立案を、上級者の指示がなくても、結果が出せるレベルで行うことができる。	①競合他社の商材を半年間、購入し、同梱物やDMなどの販促ツール、企画の内容・目的やツール構成の分析を毎月1回必ず実施する。 ②市場調査の結果に基づいて自社の既存販促の立案を毎月1つ以上行い、上級者へ提出する。・・・（以下省略）
ライティング力	
上級者の指示がなくても、既存客向けの販促ツール（DM・キャンペーンチラシ）のラフ原稿作成が一人で完遂できる。 ライティングのテストで90点以上。	①毎月2回、過去の「ライティングの勉強会」で配布されたDM・販促ツールの中から1つ選んで、企画マニュアルに基づいて構成を再度分析し、原稿をそのままWordに打ち込む作業を必ず行う。 ②毎月1回、過去の「ライティングの勉強会」で配布されたDM・販促ツールの中から1つ選んで、ツールの完成度が最も高く、かつ自身の業務で活用できそうなもの1つ選び、内容を自社商品に置き換えて実際に原稿を作成する。これを繰り返すことで、ラフ原稿の作成能力を高めていく。
計数管理力	
既存部門全体について、数字に基づいた合理的経営を推進できている 既存部門の売上・利益の最大化のためのコストの最適化に向けた分析・把握・改善と、下級者への指導。	①毎日20分間時間を作り、計数管理表に関する書籍1冊を4月末までに2回読み、重要な部分をWordに打ち込んで、実際の業務に活用できるように内容をまとめる。 ②毎月1回、既存部門で過去に実施した販促キャンペーンの分析結果を既存チーム全員で見直し、良かった点と悪かった点を共有して、次回の販促に生かすための勉強会を実施する。

【自己コメント】 2014年5月1日～2012年10月末日		
	自己コメント欄	上司確認欄
1-2月	<p>●市場調査 ①③④については毎月決めた内容に取り組むことができたので、これからも継続していく。特に③の他社ツールの活用については、下級者にも徹底させ、各種企画の具現化のスピードと質の向上につながってきている。②の「市場調査の結果に基づいて自社の既存販促の立案」については実行できなかったため3月と4月に注力する。</p> <p>●ライティング力 ①のWordに打ち込む作業は月に2回取り組むことができたが、②の自社商品に置き換えたセールスレター作成は期間中に実行できなかったため、3月と4月は特に力を入れて取り組む。</p> <p>●計数管理力 ①の読書については、2月末までに計数管理に関する書籍を1回ずつ読み終えることができたので、3月中に再度読み、4月中にWordでまとめる作業を行う。②の勉強会については、過去に同じセグメントで実施したDMの結果をもとに良かった点と悪かった点を共有。各自でDMのオファー案を考え発表し合い、その中から1つを実際に季刊誌キャンペーンで実行し、販促に活用することができた。</p> <p>自分自身も含め、日常業務に追われてチャレンジ項目を全て実践できていないメンバーが多い。日常業務のムリ・ムダがないかを見直し、業務効率を上げ、各自がきちんとチャレンジ項目に取り組める時間がとれるよう、至急改善する。</p>	<p>○月○日</p> <p>Ⓜ</p>