

第6回 会社業務の全体像 販売・マーケティング

経理実務講座 初級編



今日お話しすること

- **販売・マーケティングとはどんな業務か**
- **販売・マーケティング業務の
代表的なサブプロセス**
- **販売・マーケティングと経理業務**

販売・マーケティングとは どんな業務か

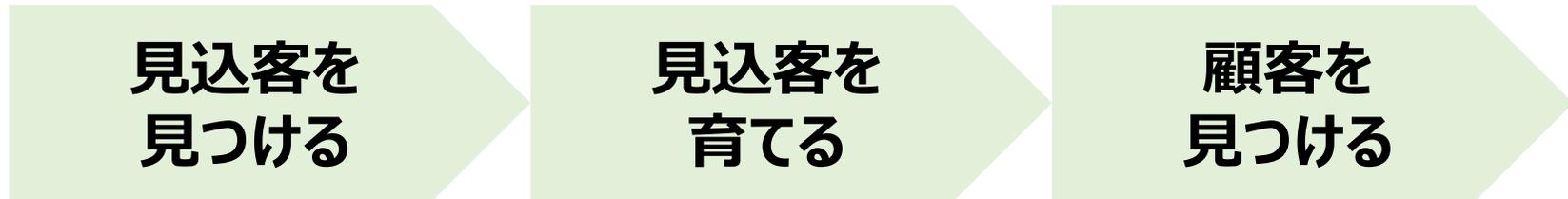
販売・マーケティング

顧客を見つけ、製品やサービスを届ける業務



マーケティング = 顧客を見つける

顧客を見つけるプロセス



見込客のことを「リード」、見込客を育てることを「リードナーチャリング」と呼ぶことがあります。

販売 = 商品やサービスを売る

販売チャンネルは様々



これらのチャンネルを複数並行して用いることも珍しくありません。
オンライン販売と実店舗販売など、既存のチャンネルにデジタルチャンネルを組み合わせさせた形を「オムニチャンネル」と呼ぶことがあります。

販売・マーケティング業務 の代表的なサブプロセス

販売・マーケティング業務のサブプロセス

B2Bビジネスの典型的なサブプロセス

マーケティングプロセス

リード獲得

リード
ナーチャリング

インサイド
セールス

アポイント
獲得

販売プロセス

受注

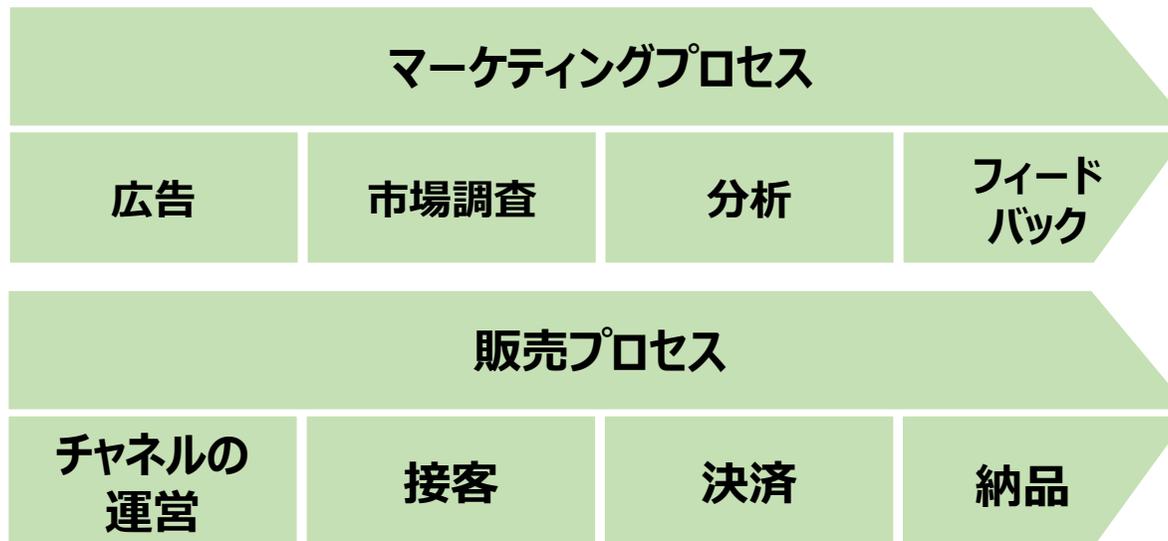
納品

売上計上

売掛金
回収

販売・マーケティング業務のサブプロセス

B2Cビジネスの典型的なサブプロセス



販売・マーケティング業務の特徴

- **インターネット普及以降、激変を続けている。特にWEB2.0以降はマーケティングの手法が多様化した。**
- **マーケティング業務は顧客との接点であり、他の業務への重要なフィードバック機能を持つ。**

販売・マーケティングと 経理業務

経理上のポイント

- 売上計上のタイミングはいつ？
- 記帳のタイミングはいつ？
- 売掛金の回収は正確に

売上計上のタイミングはいつ？

「義務を履行した時」が最新のルール。



物品の販売



物流



不動産

記帳のタイミングはいつ？

「手間」と「必要性」を天秤にかける。



住宅の販売



B2Bの反復取引



不動産

売掛金の回収は正確に

回収を終えないと売ったことにならない



今日お話ししたこと

- **販売・マーケティングとはどんな業務か**
- **販売・マーケティング業務の代表的なサブプロセス**
- **販売・マーケティングと経理業務**