



小売業 西武商事株式会社

清涼飲料水の卸売・販売 / 缶・カップ自動販売機ならびにディスペンサーによる販売 / レジャー施設・工場・オフィス・学校・一般商店等への卸売・販売 / 冷蔵ショーケースによるオフィスコンビニ事業

中長期化する交渉に 対応するため 『Knowledge Suite』を導入

◀ 運用担当者：吉沢一彰氏

一都三県で、年中無休の“小さな店舗”である自動販売機を設置し、各種メーカーの清涼飲料水を販売している西武商事株式会社では、中長期化する交渉が増える営業案件に対応していくために、課題解決に適したツールとして『Knowledge Suite』の導入を決定した。

中長期化する交渉に対応するため SFAの導入を検討

従来、自動販売機の設置の営業は、初回訪問から受注まで比較的短期間で終わることが多く、管理する書類は各種申請書類、契約書類作成に比重があるため、エクセル中心の管理が可能でした。近年「個人から企業へのアプローチ」と変化、短期商談から中長期へと交渉期間が変化してきました。あわせて、自動販売機に期待する要望も、節電対応、防災・備蓄への対応、募金や各種電子マネーといった今までのように飲み物を軸にした提案では、対応できない状態になっています。企業との関係を維持しながらの商談は、スケジュールと内容の把握が大切です。そのために担当企業を増やし、丁寧に交渉をかさね、今どの企業にどのような提案をしているか進捗状況を迅速に、重要なポイントはきめ細やかに、そして報告内容はシンプルに把握出来るツールが必要に感じていました。『Knowledge Suite』に出会ったのは、情報収集のために社員が受講した無料セミナーでした。他社製品もいくつか調査していましたが、いろいろな機能が備えられていて、すべてが実現しそうな印象を持った反面、出来ることがあり過ぎるあまり、システムとしての完成形の姿が壮大になってしまい、いざ本格的に導入を計画した場合、実際使用したいと思ったときに当時の感覚と違いが出てしまう。「鉄は熱いうちに打て」ではないですが、入れてどうなるかすぐに体験したいという興味が優りました。セミナーを受講したときに感じた導入後イメージが『Knowledge Suite』を導入することになった決め手です。

営業部門の責任者も参加して SFAの入力項目を設定

『Knowledge Suite』の導入決定後、導入支援サービスを利用しながら、まずは営業報告の項目設定を行いました。あれも必要、これも必要と、どんどん項目が増えるなか、本当に必要なものを絞り営業報告の項目が完成しました。最終的に大切な部分は報告を継続させることです。現場は「入力をさせられて

いる」という感覚になってしまうものです。しかし、入力された報告が積み重なり力になるという状況を体感することで意識が変わったと思います。

パソコン操作が苦手な社員も 入力することの意義を感じてくれる

同じ部署のメンバーには、パソコン操作が苦手な者もいます。入力への抵抗感と速度を考え、営業報告の項目はできる限りプルダウンで選択する項目にしました。顧客データも複数に増えていく形を見ることで今までの1日1日の切り取りの情報との違いを体感できたと思います。入力して蓄積されたデータを確認できるようになりました。「データを見る楽しみ」を感じることができ、そこから次の営業方針を考えることができる、現場の考えも変わりますが、管理の考えも変わります。受注・失注に関わらず、いつ、どこに、どのような目的で訪問したのかが記録に残ります。それはデータ上は1つの「点」ですが、社員が見ることで「線」になります。そのデータを累積し、次への営業展開に活用することで「面」になります。結果、契約を獲得できること「面」が「立体」に変わる瞬間です。

SFAの本格稼働に伴い、 タブレット導入でより効率化へ

SFAの本格稼働に伴い、より業務効率化のためにタブレットの導入も進んでいます。『Knowledge Suite』が、外出先からでもアクセスでき、移動中や空き時間に営業報告を登録したり、前回の交渉を確認したりと、有効に時間を使えるという判断によるものです。これまで社内でしたかできなかった業務を外先でも行えるようになることは、営業の仕組みはさらに変革を遂げようとしています。まだ土台作りの途中段階ではありますが、蓄積したデータを活用して戦略を考えるフェーズに向けて邁進していきます。