



中長期化する交渉に対応するため 『Knowledge Suite』を導入

小売業 西武商事株式会社 様

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、自社の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、情報収集のために弊社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でです。

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、提供元の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。この項目設定にはシステム部門の人間だけでなく、営業部門の私も含め複数の部門からメンバーが集められました。

実は私自身、ITの知識に乏しく、パソコンの操作にさえ抵抗を感じ、システムという仕組みに苦手意識が強く、当初はメンバーとして、仕切っていくことに不安もありましたが、営業日報を入力する営業現場の意見、管理する管理職としての意見等を軸に、必要項目を1つ1つ決めていく過程で項目の持つ意味を再認識するよい機会になりました。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。

また、項目設定に参加したことで、実際に入力をする営業現場に指示を出す際、なぜその項目を入力する必要があるのか、その項目を入力することにどんな意味があるのかを明確に丁寧に伝えることができたことも大きな収穫のひとつでした。仕組みは報告です「入力をさ



自動販売機の提案は、商品構成で 対応できると思っていました

(運用担当者：吉沢 一彰氏)

せられている」という感覚になってしまうものだと思います。しかし、入れたものが力になる情報を積み重ねているという意識にこのツールで変わることができたと思います。

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、私と同じように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を増やしました。入力必須項目をあまり設けず、まずは自分が把握している範囲で、入力できるような入力負担を軽減しました。

各項目を入力する意味を伝えていたこともあり、パソコンが苦手な社員も、SFA を利用することに混乱することはなく、分かる情報から1件1件と入力できました。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。

入力したデータが蓄積されて、その蓄積データを確認できるようになりました。これまで体感することがなかった「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。これまで社内ではできなかった業務を外出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。

Outline



西武商事株式会社

1975年の創業以来、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。埼玉県・東京都・神奈川県に8営業所を有し、主にサントリーフーズ株式会社、ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社、大塚食品株式会社、キリンビバレッジ株式会社等の清涼飲料水を卸・販売している。缶・カップ自動販売機並びにディスペンサーによる販売の他、レジャー施設・一般商店等への卸売販売等幅広く行っている。

設立年月日：1975年12月11日

所在地：埼玉県狭山市大字北入曾1169番地1

代表者：代表取締役社長 清水 幸彦

事業内容：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

URL：http://www.tig-jp.co.jp/index.html