

お客様とより良い関係を築くために。 社内で運用していた営業支援システムを、 新システムに移行しました。

2013年2月より、新しく顧客情報共有化システムの運用を開始しました。従来運用していた、営業支援システムから新システムへの移行にあたって、その狙いと効果、今後の展開についてご報告します。



常務取締役
営業本部長 兼 技術部統括
沖津 弘之



経営企画部情報システム課
課長
金藤 祐司

営業日報を有効活用するために

営業担当が顧客を訪問した際に記載する営業日報。お客様の実際の声を載せた大切な報告書です。しかし、従来のシステムによる営業報告では、営業担当が訪問先別の訪問回数や訪問結果を上司に伝える程度にとどまり、顧客ニーズの詳細は他部門へ展開されていませんでした。

営業日報を有効活用できれば、営業活動の効率化や情報の一元化による業務効率化を図れるだけでなく、なにより、

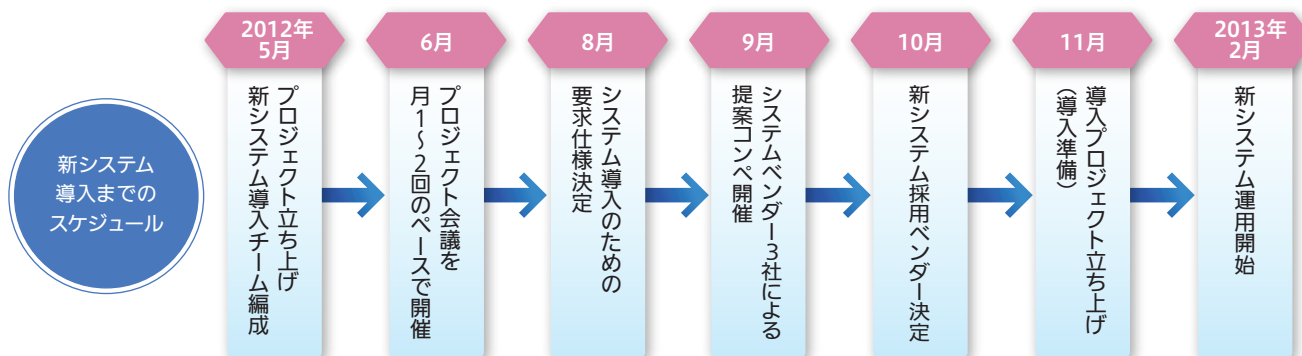
強力な社内コミュニケーションツールとなります。営業担当がお客様を訪問した際に得た情報を、営業部門内だけではなく全社で共有化できれば、各部門への情報展開だけではなく、部門を越えた意見交換が可能になります。新しい顧客情報共有化システムは、営業日報を有効活用するためのITツールとして導入検討がスタートしました。

社内横断的なプロジェクトチームを編成してスタート

顧客情報を社内全体で共有化していくには、社内横断的な組織が必要です。そこで2012年5月に営業部門に加え、技術部門、研究部門、製造部門、経営企画部門からスタッフを集めプロジェクトチームをつくりました。そしてチーム内で新システムの方針を明確化し、社内で共有化すべき情報内容と

データの活用法を検討しました。

10月に新システムを決定し、11月にチーム構成をより実務に近いスタッフに編成しなおしました。その後3ヶ月間、各部門でシステム導入への準備や日報作成教育を行い、2013年2月より運用を開始しました。



情報の登録、展開、フィードバックがタイムリーに行われる環境が実現

新システムでは、新鮮な情報がタイムリーに各部門へ伝えられます。訪問先で得られた情報は営業担当により当日か翌日までにはデータ入力されます。出張先でもノートパソコンやタブレット端末からの入力が可能です。そして、新システムの一番の特長は、登録された情報に対して、上司や他部門の社員がコメントを記載できることです。コメント機能により、タイムリーな指示や提案が行われます。

また、登録情報は、ビジネスに直接関わること以外でもお客様とお話した内容や、クレーム情報まですべてを蓄積するようにしています。今後は、蓄積された情報を分析することで新しい製品やサービスの提供に活用していきたいと考えています。



お客様の課題を全社で解決するために

顧客満足度の向上を第一に考えた場合、営業担当には、お客様が望まれることを正確に聞き取る力とともに、お客様が進もうとされている方向まで感じ取る力が必要です。さらに、お客様のニーズを社内の各部門に的確に伝達、発信する力も要求されます。こうした能力を高めるには、通常の人材教育やOJTだけでは充分とはいえません。新システムでは、情報が可視化され、問題が「見える化」されるので、営業担当の

意識改革につながりました。

また、ヤスハラケミカルは、個人の力だけでは解決できない課題は、チームでならば解決できると考えています。新システムにより可能となった、顧客情報の共有化により、各部門の意見をまとめたうえで、お客様に解決策を提案することが容易になりました。全社でお客様の課題を解決できる体制のもと、今後お客様との絆を強めていきます。

今後は社内情報を新システムへ統合し、「情報インフラ」に

システムは運用を開始したばかりですが、お客様別の状況がタイムリーに得られ安心感が増しただけでなく、営業判断や次への指示が迅速に行われるようになりました。また管理職が部下へコメントを返すことで、部下のモチベーション

アップにも活用できることがわかりました。今後はメールや社内掲示板、基幹システムから得られる情報などもこのシステムに統合して、さらに利用価値を高めていきたいと考えています。



【社内組織に「横串」を通し、全社で情報を一元化する】