

経営課題

営業力の強化



課題解決策

顧客管理・プレゼンテーションソフトによる提案
営業の実現

ITによる課題解決策

営業・マーケティングへのIT活用



代表者：笹森 勝博
 本社所在地：青森県上北郡東北町
 上北北二丁目33-120
 売上高：4500万円
 業種：測量業
 従業員：5名
 創業：平成12年3月

【着工前から完工後まで、安心工事のパートナー】

国交省・官公庁発注の測量、土木設計及び土木工事に必要な測量を主な業務としています。特に国交省直轄工事では建設会社のパートナーとして工事着手前のGPS基準点測量から施工管理、変更図書作成、完成時の電子納品まで、フルサポートしています。

技術者集団から全社営業体制への転換

社長の困りごと

1. 公共事業の削減により請負単価が極端に下落し、地元建設業者の衰退と共に業績が悪化。
2. 仕事は既存顧客のリピーターからの紹介であり、その事実が自社の技術力の高さの表れであった反面、営業力の弱さを表していた。
3. 自社のパンフレットが測量機材の紹介だと思われていたほど、営業を重視していなかった。しかし、これからは顧客を獲得する必要があった。

こうして解決した

- 今まで場当たり的に行ってきた営業を効率よく行っていくためにはどのようにしていくかを検討し、現状の組織で実現できる営業を目指した。
1. 顧客の情報は建設現場で元請と作業している技術者がよく知っているが、その情報は集められていない。
 2. 顧客である建設会社の困り事やニーズ情報を社内で収集検討し、営業方針を決める。
 3. それぞれの顧客に合わせた自社のサービス提供プランをプレゼンテーション資料にまとめ提案する。

きっかけは？

1. 青森県中小企業家同友会の紹介でITコーディネータを紹介され、「IT経営成熟度診断」を受診することとなった。
2. IT経営成熟度診断では全社員と共に、経営課題に関し熱心に討論を重ねた。経営に関して、社員と深く話し合ったことは初めてだった。
3. 診断の結果明確になった経営課題を更に掘り下げて検討するために、地域支援センターの補助金を活用した専門家派遣を受けつつ経営戦略を策定した。

社長の一言

公共事業に依存し、待ちの営業になっていたため、顧客のことをあまりにも知らないことに気がついた。
 現状から一歩抜けだし、顧客の情報を全員で収集し、共有することで、営業力を向上させることにつながった。

経営者の気づき
フェーズ事例経営戦略
フェーズ事例IT戦略策定
フェーズ事例IT資源調達
フェーズ事例IT導入
フェーズ事例ITサービス活用
フェーズ事例

こうして経営課題を解決した

顧客の立場に立ったサービス紹介の実現

売上確保のために営業力強化を早急に実現しなくてはならないが、顧客がどのようなことを求めているか全くわからない状態だった。顧客が困っていることは何か、顧客が必要としている基準点の正確さや時間短縮を理解しないまま仕事を受注していた。技術者が個々に抱えていた「顧客の声」を集め、共有することで顧客が求めているサービスの姿が見えた。自社の技術サービスの価値を再確認することができた。全員営業による顧客管理から顧客の求めるニーズを見つめ直すことで、顧客の立場に立ったサービス紹介を実現することができた。

課題解決のポイント

◆顧客のことは現場の技術者が一番知っている

大半の仕事は既存顧客や紹介だったため、営業には特に力を入れていなかった。そのため、顧客が何を求めているのか理解できなかった。

営業力強化について検討した結果、顧客の求めていることは、顧客である建設会社の監督と現場で共に作業している技術者が一番知っていて、その情報を集めることから始めた。

◆全社員が営業担当者になる

顧客に接している技術者だが営業経験は無いため、どのような情報がどのように役に立つかわからない。

まず、なぜ顧客の声を大切にするのかを技術者に理解してもらい、営業が聞きたい「顧客の声」をリスト表にし、地道にコミュニケーションをとることを心がけた。

集まった顧客の声は顧客管理表に入力、活用できるようにした。

◆顧客の立場に立ったサービス紹介

集められた顧客の声をもとに、自社のサービスであるGPS基準点測量や電子納品は、顧客である建設業者にとってどのようなメリットがあるかを考え直した。

その結果、従来あったパンフレットとは違った提案資料が出来上がり、顧客毎に資料を変え提案している。

IT活用成功のポイント

1. 社内IT化リーダー中心に顧客管理表作成

表計算ソフトのデータベース機能を活用し、コストをかけずに管理表を作成。技術者が現場作業から疲れて帰ってきた後でも、時間をかけずに入力できるように工夫した。

2. 顧客情報の棚卸しとリストアップ

現場を通じ顧客を良く知っている技術者が現在持っている顧客情報を棚卸しした。同時に営業がほしい情報をリストアップし、今後現場で顧客とコミュニケーションをとった際には「顧客の声」を聞き逃さないように心がけた。

3. 顧客向けプレゼンテーション資料作成

プレゼンテーションソフトとプロジェクタを購入し提案の準備を整えた。同時に、社内勉強会を月1回実施し、顧客の声に応える自社のサービスをどのように表現するかを話し合った。

特に自社で保有する高レベルGPS測量機材を活用した際の顧客のメリットを、図や表を使いわかりやすく見せるように示すことを心がけた。

活用した公的施策や表彰等

(財)21あおもり産業総合支援センター 専門家派遣事業
2008年 東北IT経営実践ベストモデル賞 受賞

サ
ポ
ー
タ
ー
紹
介

■ 澤田 徳寿
ITコーディネータ
認定番号: 0052452004C
NPO法人ITCあおもり
E-Mail itc@xb3.so-net.ne.jp

<キャッチフレーズ>

【青森県中小企業の経営カウンセラー】

経営者と従業員のお話を注意深く聞くことから、経営改善のきっかけに気付いてもらい、企業の皆さんによる自主的な経営革新へとつなげるようにご支援しています。