

目からウロコの製品活用術 営業支援システム

顧客創造日報シリーズ

皆さん、こんにちは！皆さんの会社では、**コンピューターシステムが営業活動を支援する**というのがありますか？営業活動を IT で支援するという考え方やその類のソフトウェアを総称して SFA と言います。この SFA 活用についてご紹介したいと思います。

ところで、弊社主催のセミナーが 2 月 22 日に宇都宮の青少年センターで開催されました。ご参加いただけましたか？ご参加いただいた方には、実際に『一枚の日報が営業担当者を育て会社を変えた！』というセミナーで短い時間でしたがご説明させていただきました。この後の情報が良くご理解いただけるのではないかと思います。

まず、日報というのは、**その日の営業活動を上司に報告するための報告書**であると言えます。読んで字のごとく、その日の報告だから「日報」週だと「週報」月だと「月報」ということになります。だから、営業はその日の営業活動がどのようなものであったかを書く。自分が何をしてどう頑張ったかを書く。そして上司は、部下がきちんと営業しているかチェックする。このように、営業担当者の**行動管理を目的とした日報**になっている。しかし、この管理を目的とした日報は、必ず悪循環を生む。と今回ご紹介する顧客創造日報を提唱する NI コンサルティング代表取締役長尾一洋氏は、述べています。それは、なぜか！自己申告の情報に基づいてその本人をとっちめようとするわけだから、その本人は自分の都合の悪いことは書かないし、やってもいないことをやっているように見せかけたりする。上司が部下を厳しく管理すればするほど、その傾向は強くなる。そして上司は嘘が多かったり、内容の乏しい日報が提出されるようになると軽視するようになり、やがてはコメントも書かなくなり読んでいないのかいないのかわからないような状態になる。上司がまともに読んでいないと直ぐに部下にはバレるから、部下はますます日報を書くのが馬鹿馬鹿しくなる。余計適当な日報を書くようになり、上司は「うちの営業は日報も書けない」と嘆くようになる。といった悪循環が起きるのです。

じゃーどうするか！日報を今日どうだったのかという事後報告だけではなく、だから次にどうするかという**次回予定を考えて書く日報にする「計画書」**でなければならない。と言っております。次にどうするかという営業担当者本人の考えに対して、上司が事前にコメントを入れ、事前アドバイスをすることで、本人の行動を変え、行動を変えることで結果を変えていく日報である。これを事前アドバイス型日報であり「顧客創造日報」と読んでいる。

長尾氏は「**顧客を創造する可能性を持ったものにしなければ、営業部門の時間と手間をかけさせることはできない。**」とも言っています。

さぁー皆さんどうでしょうか？こんな風に、営業活動を支援するための IT が、これからますます必要になってくるのではないのでしょうか。

今回は、記事の都合上で考え方だけでほとんど具体的に SFA ソフトウェアの「顧客創造日報シリーズ」についてはご紹介できませんでした。次月の活用術で具体的なシステムの活用例についてご紹介したいと思います。お楽しみに！

参考「NI コンサルティングホームページ」より



IT活用アドバイザー
菊池 信寿

*この「あい通信」は、当社で販売している**富士ゼロックス製品の複合機**（コピー・FAX・プリンター）DC1250CP で印刷しています。