

2020年5月号 無償でお届けする機械工具商社のための“業績アップ情報”

機械工具商社経営ニュース

機械工具商社経営ニュースは、機械工具商向け販売管理システム「業務革命」を開発販売している、三協システムサービス株式会社が発行する無料DMニュースです。（編集長：成松）

① 現役機械工具商社 社長が語る！
連載：業績向上につながる販売管理システム

② 機械工具業界 景況データ

③ 法人営業はこう攻める

発行：三協システムサービス株式会社
編集長：成松和繁
連絡先：〒532-0011 大阪市淀川区西中島4-6-24 大拓ビル9 6F
TEL：0120-955-490
FAX：06-6302-5621

FAXによるご相談は

24時間受付中

現役機械工具商社 社長が語る！
連載：業績向上につながる販売管理システム

タイトル：我が社のコロナ対策

記事：K・マシン(株) 代表取締役 菊井 健作



Zoomでリモート商談を行う菊井社長

新型コロナウイルスの感染拡大に伴いまして、罹患された患者の皆様、また関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。1日も早い収束を心より願っております。

さて当社におきましても、感染拡大防止の観点で、徐々にではありますが、従来通り訪問しての営業活動が難しくなっているお客様もでてきています。

そうした中で当社では、リモート商談システムZoomを導入して、お客様のところに訪問する代わりに、オンラインで打合せを行う取組みをスタートしています。

上図は私自らZoomによるリモート会議を行っている様子です。正直に言えば、直接会ってお話をしたいところではありますが、実際問題として直接

会うのと何ら変わりはありません。今後はこうした環境に、我々ベテラン層も慣れていかないとはいけません。ですので我が社ではいち早く、通信回線を従来よりも大幅に増強し、各営業マンのリモート商談が今後増えても、対応ができるインフラを構築しました。なお、今回の投資は政府のテレワーク助成金を活用するつもりです。

当社が使用している販売管理システム「業務革命」につきましても、Zoomでのお打合せ・デモも可能です。これを機に、いちどZoomも試してみられてはいかがでしょうか。

先着5名様限定！ K・マシン(株)に見学に来ませんか？

ご希望の方は下記までお電話ください。

TEL 0120-955-490

三協システムサービス株式会社

担当：成松（なりまつ）・八尾（やお）

さらに業務革命をお知りになりたい方は・・・

詳しくはWebでどうぞ↓↓↓

検索エンジンで『機械工具 販売管理』で検索！

菊井 健作

K・マシン 株式会社 代表取締役

地域密着型のテクニカル商社として、日本のものづくりをサポートしている。近年「FAエンジニアリング部」を立上げ、自動組立機・装置・省力化機械の開発・設計・製作を行い、各企業の省力化・コストダウン・品質向上を図っている。

毎月一回「生産技術セミナー」を開催し、各企業の人材育成にも注力しており、大人気のセミナーとして毎回多くの参加者から満足の声を頂いている。こうした取り組みで年間60社以上の新規顧客開拓に成功。同社のユニークな取り組みは「中経出版 なぜこの会社には1ヶ月で700件の問い合わせがあったのか?」「同文館出版 生産財営業の法則100」でも紹介されている。関西IT百撰で優秀賞を受賞。

機械工具商社の残業削減・業務効率アップのポイントがわかるサイト↓↓↓

『販売管理システム導入.COM』(<http://www.hanbai-kanri.com>)

関西IT百撰で優秀賞を受賞!!!

機械工具業界 景況データ

毎月の機械工具業界の景況データをお届けします。

■ 3月の工作機械受注速報： 773億円
前月比100.2% 昨年同月比 59.2%
※出典：工作機械統計 受注速報

■ 1月の四輪車生産台数：762,315台
昨年同月比 96.5%
※出典：一般社団法人 日本自動車工業会

■ 1月の軸受生産台数：2億1558万個
昨年同月比 97.0%
※出典：経済産業省 生産動態統計調査

全国の景況解説

前回のコラムで「いよいよ不況が本格化してきました」と書きましたが、今回は新型コロナ・ウイルスの拡大がそれに拍車をかけています。

製造業の中には「5月からの受注が全く入らなくなった」という声も聞かれます。我々、機械工具商社におきましては、この記事執筆している4月半ば時点で、まだそれほど大きな影響はでていませんが、5月あるいは6月にどのような影響がでるのかは全く未知数といえます。

とにかく手元資金を積み増し、万が一の事態に備えるのが多くの機械工具商社に言えることではないでしょうか。

今回の不況はリーマン・ショックを超えともいわれています。もっと言うと、1927年の世界大恐慌を上回るレベルともいわれています。

本格的な不況対策が求められる段階になってきました。

法人営業はこう攻める

【第64回】営業マネジメントの進め方

記事：船井総合研究所 片山和也

～営業会議の目的とは～

今までに述べてきた流れで管理帳票を作成したら、次のステップとして会議体の決定を行います。

不用の方はお手数ですが下記にご記入の上、FAX 06 - 6302 - 5621 までご返信下さい。ご迷惑おかけして申し訳ありません。
理由： 不用 本人不在 その他 () FAX 番号 ()

会議体の決定とは、

- (1) 会議を行う日時と周期の決定
- (2) 会議に出席するメンバーの決定

のことを指します。例えば、毎月第一月曜日、朝8時から2時間、参加メンバーは営業所長以下、営業マン全員、といった具合です。

営業組織にとって営業会議は極めて重要なことです。営業会議の進め方については章を変えて詳しく説明しますが、ここではその目的を述べるにとどめます。

営業会議の目的として、次の3つのことが挙げられます。

- (1) 組織としてPDCAサイクルを回す
- (2) 営業マンのスキルアップ
- (3) 組織内の情報共有

上記の中で特に大切なことは、「組織としてPDCAサイクルを回す」ということです。つまり、チーム全体の受注予測が予算に対し、どれだけ差額があるかを把握し、手を打っていくということです。例えばチーム予算が月次売上5000万円のチームが、来月の着地見込み4000万円だったとします。つまり、予算に対して1000万円足りないわけです。この足りない1000万円を、誰がどれだけ埋めていくかという「差額対策」を、会議の中で議論するのです。こうした議論を行うためには会議をスタートさせる前から、

- (1) 各メンバーの見込み数字
- (2) 各メンバーが抱えている商談とそのレベル

をリーダーが把握していなければ議論になりません。つまり、事前にメンバーから記入後の管理帳票を回収し、集計しておかなければならないということなのです。つまり、会議体を決定するにあたっては、管理帳票の提出期限も同時に設定する必要があります。

また、営業会議の目的は「営業マンのスキルアップ」でもあります。目的が管理だけに終わってしまってはならないのです。

片山和也

株式会社船井総合研究所 上席コンサルタント

船井総研における支援実績ではトップクラス。近年ではインターネットやカタログを中心としたダイレクトマーケティングに携わり成果を上げている。特にWebサイト設計や具体的なカタログ提案など、実践的な内容のコンサルティングに定評がある。著書に『法人営業のズバリ・ソリューション』（ダイヤモンド出版）『上手な「商談」のつくり方・すすめ方』（同文館出版）『なぜこの会社には1ヶ月で700件の引き合いがあったのか？』（中経出版）等がある。

機械工具商社の残業削減・業務効率アップのポイントがわかるサイト↓↓↓

『販売管理システム導入.COM』(<http://www.hanbai-kanri.com>)

関西1丁百撰で優秀賞を受賞!!!