

2021年3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：事務作業の自動化・合理化への取り組み
記事：K・マシン(株) 代表取締役 菊井 健作



事務作業の合理化を話し合う当社の営業社員と業務社員

今、大企業ではRPAなどを活用して業務作業を自動化する、という動きが盛んに行われています。中小企業においても、これから生産性を高めていく上で事務作業の合理化は早急の課題であると私は考えています。

特に、機械工具商社において自動化が容易な事務作業の1つが「仕入れ入力」「社内で作成した支払い明細書と仕入先からの請求書の照合」であると私は思っています。

そこで、私が今進めようとしているのは、仕入先の仕入伝票をAI-OCRという自動読み取り装置を導入して、自動で読み取り、そこから支払い明細書を作成します。さらに、その支払い明細書と仕入

先からの請求書の照合を自動で行う、という一連の取り組みです。これが実現すれば100時間前後の事務作業の削減ができるものと見込んでいます。

こうしたことに対応しようとする、いわゆるRPAなどのロボットが画面上の数字を読み取りやすくする、など、販売管理システム側にも最低限の親和性が求められます。その点、当社が使用している販売管理システム「業務革命」の場合、こうした事務作業の自動化・合理化に向くシステムであるといえます。生産性を上げる上でも、こうした取り組みが極めて重要だと私は考えています。

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。

■ 1月の工作機械受注速報： 886億円
前月比89.5% 昨年同月比 109.7%
※出典：工作機械統計 受注速報

■ 11月の四輪車生産台数：782,237台
昨年同月比 97.2%
※出典：一般社団法人 日本自動車工業会

■ 11月の軸受生産台数：2億2564万個
昨年同月比 101.2%
※出典：経済産業省 生産動態統計調査

全国の景況解説

年が明けてから、製造業あるいは生産財商社の業界も動きがみられるようになってきました。その傾向は1月の工作機械受注額が昨年同月比プラスになったことから伺えます。

特に今、好調といわれている4つの市場と接している多くの企業が活況に沸いています。

その4つの市場とは、下記の4業種です。

1. CASE 市場
2. 半導体・電子部品市場。
3. GX (グリーントランスフォーメーション) 市場
4. 自動化・省人化市場

上記のような今動いている市場に対して、効果的な情報発信を行い、お客様に「相談したいことがある」と言ってもらえるような動きをかけることが重要になるのではないのでしょうか。

法人営業はこう攻める

【第69回】営業マネジメントを行う上で大切なこと
記事：船井総合研究所 片山和也

営業ガイドラインを決めるということは、言い換えれば「どの客に対して」「どの程度の頻度で」営業を行うべきか、ということの規定したことになります。

次に営業マネージャーが考えなければならないことは「どのように」その顧客を攻略するかということです。

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 ()

営業会議や日々の指導の中において、攻略すべき顧客に対してどのような作戦で攻めていくべきか、どのように差額対策を行うべきか具体的なアドバイスを行うことが、営業マネージャーに求められることです。

具体的なアドバイスをさらに一歩進め、重点販売商品の設定や、営業ツールを整備するなどして、メンバーの営業活動の後方支援を行うことを「実行支援」といいます。

例えば商品勉強会を開いてメンバーの教育を行うことや、メーカー同行やキャンペーンを企画することも「実行支援」であるといえます。

営業マネジメントを行う上で、この「実行支援」は欠かせないことなのです。

営業マネージャーが行うべき、営業マネジメントについてまとめますと、

- ・チームとして「先行管理」を行い、
- ・「予算」と「見込み数字」との「差額」を早期に把握し、
- ・「差額」を埋めるための「実行支援」を行っていく

ことが営業マネージャーの仕事です。また全メンバーが、自らのチームがどのような状態（予算に対する見込み数字）にあるのかを知り、「差額」を埋めるための「差額対策」を議論していくのが「営業会議」です。

そして営業会議をスムーズに進行させるためには、全メンバーの現在の商談状況（見込み数字・手持ち商談）と担当顧客の状況を把握するための「管理帳票」が必要なのです。

このように、営業マネジメントの目的は、メンバーの実情把握とサポートを行い、チームとして数字を達成していくことなのです。

そう考えれば、貴重な時間をつかって管理帳票を作成することや営業会議を行うことも、非常に意義のあることなのです。

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!!!