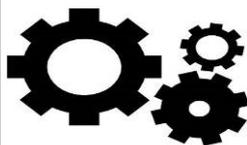


2024年08月号

無償でお届けする機械工具商社“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

業務革命は請求書や注文書の電子化から！
記事：K・マシン(株) 代表取締役 菊井 健作



紙の請求書を発行している様子

今、世の中ではDX（デジタル・トランスフォーメーション）がいまだにブームですが、DXの第一歩は紙の使用をやめて、ペーパーレスにすることです。例えば、請求書や注文書の場合、紙だと帳票をプリントアウトして、封筒につめて、投函して発送するという手間・工数がかかります。もし、これが電子化できれば、プリントアウトの工数、封筒につめる工数、投函に要する工数が全て削減することができます。

とはいえ、従来はお客様から「請求書は紙で送ってもらわないと困る」、あるいは仕入先から「注文書は紙で送ってもらわないと困る」という声もあったかもしれません。ところが現在は”コロナ禍”でペーパーレス化が進んだ、ということもあって、こうした「紙でなければ困る」といった声が相当減っていることは事実です。さらには郵便料金の大幅値上げもあり、こうした「紙から電子化」への動きは相当加速すると思います。

その中で、当社が導入している販売管理システム「業務革命」も、こうした”請求書”や”注文書”といった伝票も、電子化してお客様、あるいは仕入先にメール添付で送付、あるいはダウンロード送付で、クリック1つで簡単に送付することが可能です。当社は現状では紙で”請求書”や”注文書”を送っていますが、販売管理システム「業務革命」も、前述の様な電子化に対応ができるようになったので、随時「紙から電子化」に置き換えていくつもりです。こうした「紙から電子化」といった意思決定や推進は、経営トップ自ら推進しなければならないことだと思いますので、私自身が率先して進めていきたいと思っています。

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。

■ 5月の工作機械受注速報：1245億円
前月比 103.0% 昨年同月比 104.2%
※出典：工作機械統計 受注速報

■ 4月の四輪車生産台数：646,438台
昨年同月比 90.18%
※出典：一般社団法人 日本自動車工業会

■ 4月の軸受生産台数：1億9300万個
昨年同月比 97.5%
※出典：経済産業省 生産動態統計調査

全国の景況解説

ここ最近特に、某大手工作機械メーカーが「直販」営業を強化しています。

従来、大手工作機械メーカーの大半は「販売店」経由での営業が基本ですから、生産財流通を手掛ける商社・販売店にとっては大きなニュースです。

大手ユーザー向けに対しては、元々直販の動きはありました。しかし、今回は大手ユーザー向けだけでなく、数人でやっている様な町工場に対してもリースが通るなど、与信条件さえ満たせば、躊躇なく「直販」を進めているといえます。

さらに、元々は販売店経由であったルートを強く「直販」に切り替えることをユーザーに促すなど、商社・販売店としては相当ユーザーを押さえておかないと、商権そのものを失いかねません。

法人営業はこう攻める

【第80回】メンバーに発現させるポイント

記事：船井総合研究所 片山和也

今まで営業マネージャーの役割の中でも、特に営業マネジメントの進め方を中心に述べてきました。営業マネジメントとは営業PDCAを回していくことであり、そのために営業会議や営業帳票を駆使して先行管理を行い、差額対策のための実行支援を行っていくことでした。こうした一連の営業PDCAを回していく

というのは、一種のシステムであるといえるでしょう。

しかしここでマネージャーとして気をつけなければならないことは、システムだけで部下を動かしてはならない、ということです。どんなに素晴らしいシステムをつくったとしても、そこに“リーダーシップ”が伴わなければ、部下やメンバーに対して悪い影響しか与えません。「リーダーシップを伴わないシステムは、悪いリーダーシップの代行をする」とは、船井流マネジメントの基本的な考え方です。つまり、営業マネージャーはマネジメントを行う管理者である以前に、部下に対してリーダーシップを発揮できる「リーダー」でなければならないのです。

ではリーダーシップとは何なのでしょう。私の考えるリーダーシップとは、1) 目標設定と動機付けを行い 2) 部下のモチベーションを上げ 3) 感性を統一することであると考えています。この中で特に大切なことは“部下のモチベーションを上げる”ということです。なぜなら、営業という仕事は個人のモチベーションに大きな影響を受けるからです。お客というものは、自分よりモチベーションの高い人からモノを買いたいと思うものなのです。つまり、お客よりも高いモチベーションを持っていなければ、モノを売ることなどできないのです。ですから、リーダーとして部下のモチベーションを上げることは非常に大切なことなのです。

部下のモチベーションを上げるために必要なことが“目標設定と動機付け”です。それ以上に大切なことは、リーダー自らが部下よりも高いモチベーションをもつことでしょう。さらに、自分や部下やメンバーの感性を統一することが、目標達成に不可欠なことであるといえます。これらのポイントをさらに詳しく述べていきたいと思っています。

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。

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 ()

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!!!