

流通販売（セルアウト）向けSFAで 量販店向けルートセールスを見える化

B to B to Cを中心とした量販店向け販社にとって市販のSFA(営業支援システム)では、十分にニーズを満たすことはできません。当社は、お客様の要望に応え、「流通販売(セルアウト)」に特化したSFAを開発、営業活動の見える化やコンシューマのVOC(顧客の声)収集などを実現しています。さらなる機能や使い勝手の向上に努めながら、今後はより多くのお客様へ展開していきます。

市販のSFAでは対応が難しいセルアウト

当社のお客様であるA社は、メーカーZ社の販社として、日本国内のZ社製品の販売を一手に担っています。当社は、A社より「長く運用してきたSFAを刷新したい」というお話をいただきました。A社では、大手量販店の売上が7~8割を占めており、B to B to Cのビジネスを展開しています。市販されているSFAには、こうした「流通販売(セルアウト)」と呼ばれるビジネス形態に適した製品がほぼ存在しないため、A社から「真のVOCを収集したい」「収集したVOCを即時販売活動に繋いでいきたい」「営業活動や営業データの見える化を実現したい」といった課題を新システムで解決したいとの相談をいただきました。

市販のSFAは、B to Bで求められる営業熟度に応じたステージごとの案件管理機能が中心となり、B to B to Cのビジネスで必要とする機能が不足しています。当社は、同じ業種でB to B to Cビジネスを展開している東芝グループの会社からも情報を収集し、A社の営業部門や情報システム部門と多くの検討を重ね、流通販売(セルアウト)に特化したSFAをA社に提案しました。数社との競合となったものの、一般のSFAパッケージでは

実現できないB to B to Cビジネスならではの機能が強く評価され、当社の提案が採用され開発を受託しました(図-1)。

営業プロセスを可視化する5つの機能

A社に採用されたSFAは、標準的なSFA機能にプラスした量販店向け戦略SFAとして最小の業務変更コストで最大の効果が期待できるコア機能を付加したものです。営業担当者が持ち歩くタブレットやスマートフォンでも操作ができ、標準機能としては商談管理、スケジュール管理(営業)、日報管理、販売進捗管理、顧客情報といった、既存のSFAが備えている機能を網羅しています。

そして、開発したシステムの最大のポイントは、流通販売(セルアウト)に特化した次の5つのコア機能を備えていることです(図-2)。

(1) 営業活動の見える化

活動内容や業務量を把握して、営業プロセスを可視化します。量販店毎の営業戦略に基づき、訪問頻度などの目標に沿って、日報の内容が見合ったものかどうかをチェックします。一般的な新規顧客を開拓する営業活動とは異なり、量販店向けの営業活動

では営業担当者のモチベーション維持が難しいことから、この機能は営業担当者の自主性を促進するきっかけとなります。

(2) VOCなどの情報収集

営業担当者は、対象店舗の訪問後、量販店の売場担当の方か

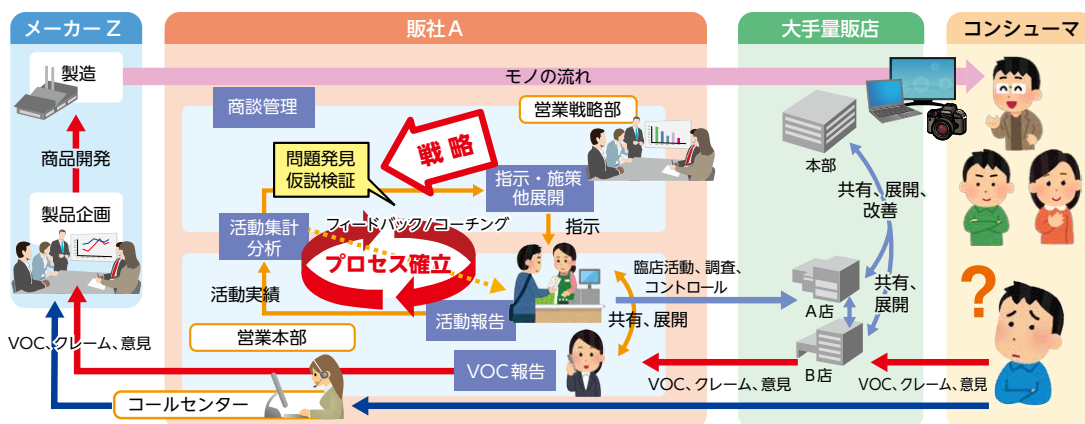


図-1 セルアウトSFAの概要

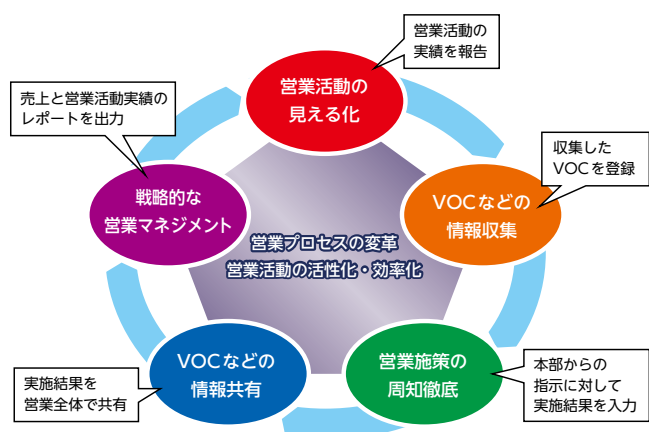


図-2 セルアウトSFAの5つのコア機能

ら入手した情報をVOCとして入力しますが、営業担当者の上司も確認や返信を求められます。情報の入力は可能な限り選択式とし、フリー記入項目を極力減らすことで、迅速な入力が可能となるよう工夫しています。また「いいね」ボタンを実装しており、特に有益な情報には、「いいね」を押すことで営業担当間での顧客情報の共有となり戦略SFA活用のモチベーションにもなっています。

(3) 営業施策の周知徹底

VOCで早急に伝達したい情報は、営業担当者全員に即時配信されます。競合企業の情報、全員に周知すべき重要な情報などをリアルタイムで共有し、上司も迅速に指示を行うことができる仕組みが整備されています。さらに蓄積されたVOCデータを分析することで、効率的な営業戦略の立案に役立てられます。

また、メーカーが量販店任せになりがちな店頭POPやアクセサリ類が実際に要望どおりに設置・掲示されているかを画像に収めて管理する店頭チェックシート機能も備えています(図-3)。このほか、多忙な売場担当の方に短時間の動画で新商品などのポイントや概要を学んでもらえる勉強会アプリなどの機能も搭載しています。

(4) VOCなどの情報共有

営業部門の情報は一元管理され、事例やVOC情報の共有・閲覧が行えます。情報を活用することで、コンシューマヘダイレクトに訴える店頭活動を強化し、他社との差別化を図り、営業戦略の立案に活用できます。

(5) 戦略的な営業マネジメント

売上・営業活動分析による戦略営業マネジメント機能を備え、売上・営業活動のデータを分析し経営戦略に役立つレポートを作成・出力できます。

このように、個々の営業担当者の行動や実績をすべて見える化し、営業担当者全員、さらには管理者なども含めて共有すること

によって、営業部門全体の底上げを図り売上の拡大に結び付けていくのが、この流通販売(セルアウト)向けSFAシステムの最大の目的となります。

VOCとして入力された情報は、コールセンターに寄せられた情報と合わせて、本社の製品企画部門にフィードバックされます。こうした情報を次期製品の開発に役立てていくことも、システムの狙いの1つとなっています。

営業情報を上層部が日々閲覧・活用

A社におけるB to B to Cビジネスの課題や要望に応える形で開発したこの流通販売(セルアウト)向けSFAですが、営業部門のみならず、経営層も含む上層部が日々販売情報をチェックするなどの活用もされています。特定店舗の売上や商品の在庫、販売状況などを自由に検索してさまざまな角度から分析することができ、日々の営業状況を即座に経営判断材料として利用されているようです。

上層部の活用は、営業担当者の積極的な活用を促すきっかけにもなり、相乗効果を上げています。このほか、売上上位の営業担当者の行動や商談内容、報告などの見える化も実現しているため、売上が伸び悩んでいる営業担当者の参考になり、これまであまり成果が上らなかった営業担当者に改善を促し、量販店向け営業活動全体の底上げにつながっています。

このように当社の想定以上に活用されていますが、課題もまだ残されています。今後は、利用頻度の統計・分析なども行うことで、活用頻度の低い担当者に利用を促したり、コメントしたりする仕組みが求められています。

量販店を通じて商品を販売しているB to B to Cのメーカーや販社は多く存在し、問い合わせもいただいています。B to B to Cの企業が抱える営業課題の解決を導くシステムとして、今後はさまざまなお客様に展開していきたいと考えています。

(デジタルエンジニアリング第3事業部 伊藤 健一)

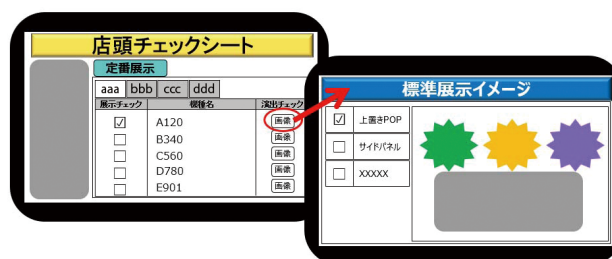


図-3 店頭チェックシートのイメージ