

営業強化
1

「モバイル」でスピードアップ

MCPC

モノがあふれ消費者マイナードも冷え込む昨今、市場は売側の論理では動かなくなった。今、求められるのは「顧客」をビジネスの中心に据えること。顧客に近づき、深く理解するための営業体制づくりが求められる。それを支援するのがモバイルコンピューティングだ。

一生懸命訪問しても営業成績が上るとは限らない世の中になつてきた。顧客の求めるものが変わってきたからだ。誰もが忙しいから、御用聞きにやってくる営業担当者など相手にされない。気合と根性で何度足を運んでも恐らく無理だろう。

では、顧客に喜ばれる営業担当者とはどんな人物であろうか。

来て欲しいのは、自社を理解し、利益貢献に役立つ提案をくれる担当者だ。そして、問い合わせへの迅速なレスポンスや厳しい納期要求への対応など、「速

さ」要求に応じられる担当者……。

つまり、営業力を超えるには、情報力とスピードが不可欠なのだ。

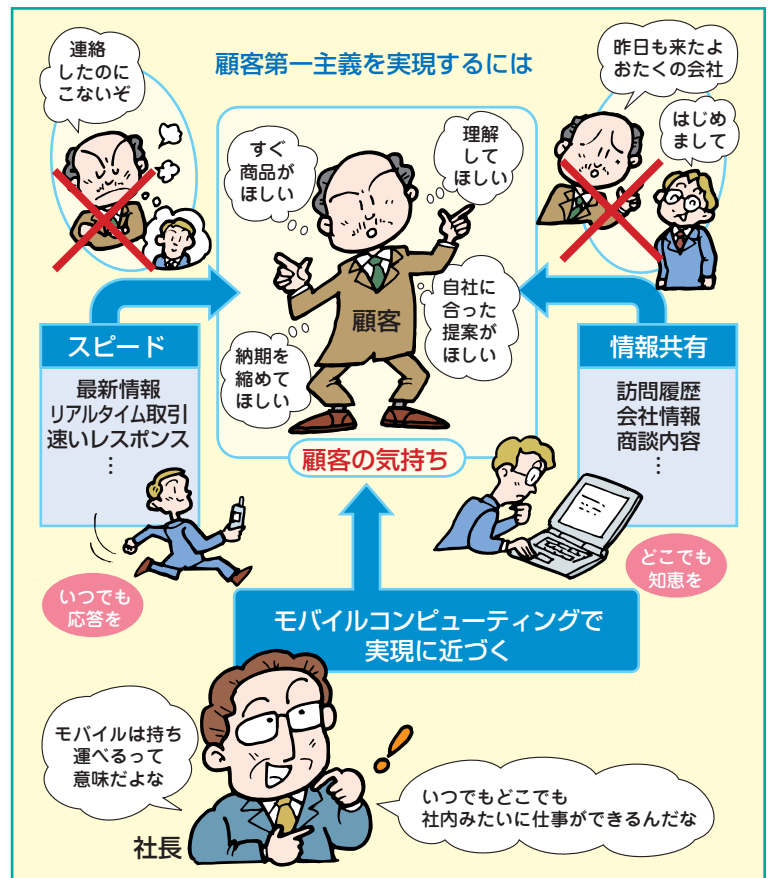
そこで着目したいのがノートパソコン、PDAや携帯電話など、携帯可能な情報機器である。持ち運べるコンピューターを場所にとらわれずに使うという意味で「モバイルコンピューティング」と呼ばれているものだ。社内にいる時間を極力減らし外出先で必要な情報を得られるようにすれば、営業力を上げることができる。

顔を合わせる時間が減ると意思疎通ができない、と心配する声もあるが、そんなことはない。思いこみは捨てて、効果の有無を検証してみよう。

スピードが利益になる

企業のモバイルコンピューティングを推進する非営利団体MCPC（モバイルコンピューティング推進コンソーシアム）が事例分析を行った結果、モバイル導入と利益拡大の関係

が明らかになったという。ある企業では、モバイルコンピューティングを3年間実施した結果、一人あたりの訪問件数が20%上昇、受注高は25倍に大きく伸びたのである。まさかノートパソコンを持って営業



業に出るだけで売上がアップするわけではない。何が変わったのだろうか。この会社ではノートパソコンに無線通信カードを装着、いつでもどこでも会社や上司、同僚、部下など情報とのやり取りができるようになった。

「速度利益」生む
モバイルコンピューティング



MCPC（モバイルコンピューティング推進コンソーシアム）幹事長
東芝パソコンシステム 常務取締役
山口昌洋氏

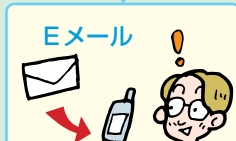
もう、営業をカンと気合と根性という3Kで行う時代ではありません。物事が複雑化し、顧客の要望も多様化していますから、知識や知恵を練り上げ、それを武器にすることが求められています。

モバイルコンピューティングはどこでも情報を引き出せるための仕組みですが、逆にどこでも情報を発信できる仕組みでもあります。営業先への提案内容、顧客の反応、問題点などを営業担当者が毎日記録し、パソコンの中に入れていく。これが蓄積されたら、貴重な知恵袋ができあがります。データを自在に引き出し、組み合わせ、工夫を加えることで、新しい営業方法が生み出されてくるでしょう。新製品開発のヒントにもなるかもしれません。

また、今は何よりもスピードが重視されます。速いものこそが顧客に選ばれると心するべきでしょう。この「速度利益」を得るためにもモバイルコンピューティングは欠かせない手段と言えます。あまり難しく考えず、まずはノートパソコンとグループウェアを社外で利用してみることをお勧めします。

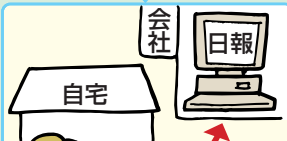
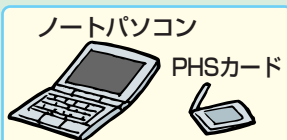
まず何から始める？

連絡のスピード化



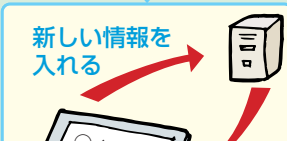
あっお客様から呼ばれた

直行直帰で効率アップ



日報

顧客のことを理解する



新しい情報を入れる
情報を見る

訪問後、最新の顧客情報を社内へ送ったり、訪問前に顧客との過去の取引関係を確認したりと、営業情報が日々蓄積され活用されている。

効率の上昇に貢献している。パソコンがあるから外出先でもEメールの送受信、在庫の確認、注文の入力ができ、関係者のスケジュールもわかる。これなら急ぎの連絡を取りこぼす心配もない。



顧客が求める「スピード」と「深い知識」が必要だ。この企業はモバイルによって営業担当者の顧客対応力を強化し、大きな武器としたのである。

営業力を高めたい企業にとつて、モバイルコンピューティングはもはや欠くことのできないツールだ。といっても、難しく考える必要はない。大掛かりなシステムを作らなくても、

お問い合わせ先
MCPC
モバイルコンピューティング推進コンソーシアム
東京都港区芝公園3-5-12芝公園真田ビル2階
TEL:03-5401-1935
URL: <http://www.mcpc-jp.org/>