

今回は見積作業を付帯作業化して、女性スタッフにお客様から来る「見積依頼」への回答作業させた結果、見積回答のスピードUPで受注率が3割も向上した事例です。意外なところに盲点があります。効果デキメンです。 栩野

MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、動きづくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

受注率が3割アップする改善の進め方

右図は、改善の進め方を概念的に示すものです。まず、改善を進めるには、

周辺業務⇒付帯業務⇒正味業務
と3段階の構図になっていることを認識する必要があります。

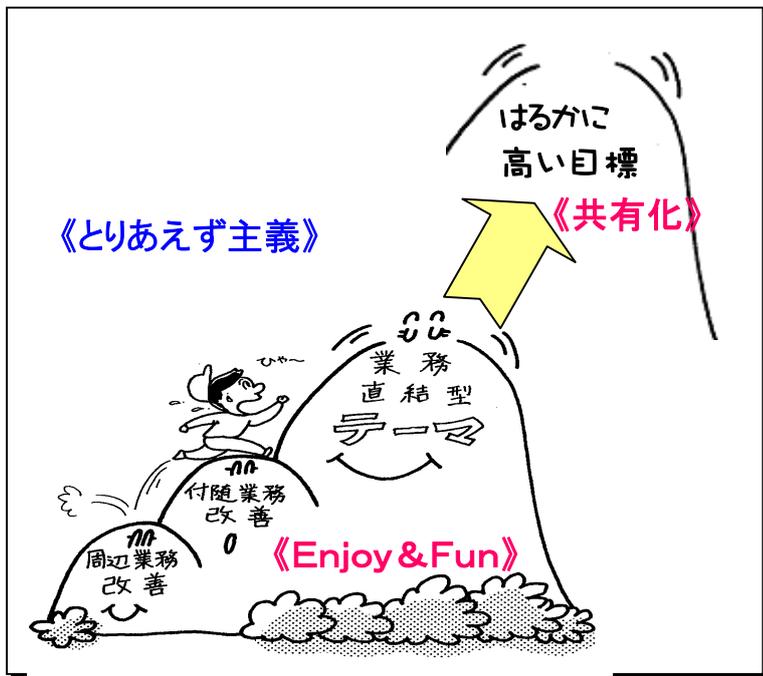
まず、「周辺業務」の定義ですが、端的に表現すれば、「うちの会社の〇〇は・・・」と嘆くような事柄、すなわち、一人では解決できない事柄などを指します。この〇〇は、製造会社ならば4Sの推進から始めますが、その他の企業でも「環境」的な事柄から取り組みます。この中で注目したい点は、このような周辺業務の改善は「職場風土」の形成に役立つので非常に効果的という事です。

次に、「付帯業務」ですが、この定義は「正味の仕事を推進するのに付いて来る業務」という事です。

例えば、営業という職種の「正味の仕事」=「お客様に会って、会社や商品をPRする事」とすると、見積という作業は、どちらかという付帯的な作業に分類しても構わないのです。仮に、見積を付帯作業と分類すると営業をサポートするスタッフに「見積」のやり方を教えて、大部分を占める単なる納期と価格を回答するという作業を任せることが出来るのです。この結果、営業マンは定時の時間はお客様への訪問に専念できるようになり、帰って来ても本当に自分しか見積もれないものしか残っていないという状況を築けるのです。あるお客様では、この方法を取り入れて見積回答スピードが向上して受注率が3割アップしたという事例も出ています。

最後の「正味作業」ですが、「周辺作業」や「付帯作業」の改善が進んで来ると非常にレベルの高い話が正味の作業になって来るのです。例えば、「利益計画」に従って「重点商品」の拡販企画を作ったり、「重点商品」の勉強会を販売店の営業マンに実施するというワンランク上の行動が加わるようになるのです。この為に、展示会に参加したり、メーカーによる商品勉強会を企画したりして、よりレベルの高い活動でユニーク性を発揮するようになるのです。

今回のポイントは、一挙に「正味作業」のレベルアップはないという点なのです。「周辺作業」という誰かが行わねば、あるいは、誰でも出来るというベーシックな作業(製造業では4Sが代表的)をEnjoy&Funの状況で進める風土づくりが大切なのです。そういうベーシックな事が全員で行われるという土壌が出来た上での「付帯作業」の改善なのです。ドンドン「正味作業」に専念できるように誰かが替わる作業を付帯作業化するのです。この流れで「正味作業」の時間をドンドン増やすのです。こういう勢いが出来ると営業の「正味作業」のレベルがワンランクずつアップするのです。素晴らしい組織体になって行きます。



ワンポイント・アドバイス

「天の時、地の利、人の和」

最後の「人の和」ですが、業務改善が進むと各人の為すべき仕事はハッキリするようになり、責任感が高まりその結果、逆に、助け合いが起こり人の和が醸成されるのです

