MMQCニュース

Vol.179

令和6年11月1日(金)

発行:(有)エー・エム・アイ

残り2ヵ月を有意義にしましょう！

今年も残すところ2ヵ月となりました。今年1年を振り返ると何かにチャレンジできたでしょうか。「成長」はチャレンジした数に比例するとすれば、この10カ月を棚卸することで見えて来ます。残り2ヵ月意識してチャレンジしたいと思います。　　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、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

「人材」を育成する

右掲は弊社が考えた「ブランディングの7ステップ」ですが、これは人材育成にもつながります。一般的なお客様では取扱い商品が広範囲になる傾向があり、その結果、なんでも出来るが得意が見えなくなる傾向があります。つまり、「売り込む物」が無くなり、自然に「御用聞き」のスタイルが身に付いてしまうのです。これでは、お客様がネットで商品を調べるようになり、消耗品を事務係が安いところに発注するので、ドンドン消耗品の売上が減り全体の約2割が影響を受けています。一般に、「御用聞き」と総称しますが、消耗品の売上が減ると訪問機会が減るので大きなピンチになっています。何故なら「納品」のついでにお客様と会話して必要な物の注文を頂くというスタイルなので、「納品」の機会が減ることは「負のスパイラル」の始まりなのです。

ブランディングの7ステップ

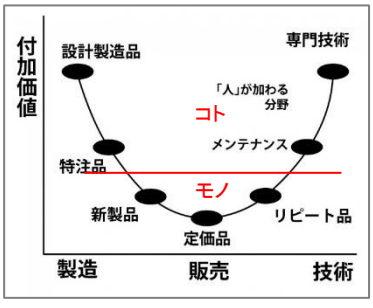
①会社の「顔」をハッキリさせる
②誰でも売れる「商品」を開発する
③「人」を売り込む「場」をつくる
④サポート・システムを強化する
⑤コンサルティング営業へシフト
⑥効率的営業方法を導入する
⑦「やる気」を評価するシステム

この「負のスパイラル」から脱出するには、右掲の①と②が大きな要素になります。「御用聞き」ということは逆に見れば、自分から売り込まないという事になります。何故なら、毎日のように納品に行く時代では、お客様と接する機会があり、ちょっとした会話からお客様の方から「こんなのはどうか？」と尋ねられる事で受け身のスタイルが沁みついていたのです。自分から「売り込む」ということはお客様にもプレッシャー、自分にもプレッシャーという事で避けるようになっていたのです。そこで、経営の原点に戻って①の自社は「何屋」かを再定義して、選択と集中を図る訳です。「何屋」が決まれば、②の競争優位の商品を選び仕入先を絞り込んで好条件を得るのです。①と②が決まれば、展示会やセールなどの機会をつくりお客様とのコンタクトを取りやすくする③の課題を克服するのです。つまり、FCC(First Call Company)と言いますが、○○なら○○へと言われるようにブランディングを始めるのです。例えば、消耗品で圧倒的にコスパの高い仕入先を開拓して、「量」を確保することで価格優位

①から④が出来れば、次は⑤から⑦へ移行

を生み出すのです。「量」を確保するためには、④の支援体制を強化して納品を他の方にカバーしてもらえるように配慮して安心して「既存深堀」や「新規開拓」の「質」の高い活動に専念できるようにする事が大切です。

このような①～④の流れで「脱御用聞き」の風土づくりを行うのです。この風土が出来上がれば、営業の質が上がっているので相手の困りごとに迫る「コンサルティング営業」へシフトするのです。例えば、「モノからコトへ」というキーワードで左掲の付加価値のU字曲線で示す「コト」の世界に着手するのです。製造業ならば、今の流れ品をベースに「特注品」や「設計製造品」にシフト、物販業なら「メンテナンス」や「専門技術」の分野にシフトするのです。「コト」の世界は「人が加わる分野」とあるように「自分」が中心になって活躍する世界なのです。例えば、「特注品」や「メンテナンス」では、お客様の「困りごと」を伺って、その解決策を今までの取引関係でパッと協力会社が浮かんで来るのですが、「設計製造品」や「専門技術」となると「困りごと」を伺っても容易に解決策になる協力会社が出て来ないケースが多くなります。



つまり、⑤の「コンサルティング営業」は「コト」の世界ですが、既存のお客様をベースに着手するにはハードルを高くせずに「メンテナンス」や「特注品」から入るのが着手しやすい領域です。特に、「メンテナンス」で「営繕」の領域では、既に自分たちで改善の延長線上で出来る「4S」の分野があり、「働き方改革」で自社の社員で行なう範囲を狭くして、多くを外注する流れになっています。しかし、高額な工事は専門業者がいるので、競争にならないので隙間の営繕を提案するのです。例えば、「遮熱シート」で省エネを提案して、自分たちだけでも作業が出来る分野から着手すると新しい風土として定着するようになります。

ワンポイント・アドバイス

⑦の「やる気」を評価するシステムは非常に難しい課題です。新しいことにチャレンジするには、ベースの仕事を誰かに依存することになるので「成果」は一人では生まれないのです。しかし、チャレンジする人が居なければ「発展」が見えないのも事実です。私は、個別案件は担当者、全体としての成果は全員で分かち合うと考える評価法を提案しています。

AMI 「未来」へ確かな「変革」・・AMIの使命
有限会社エー・エム・アイ
〒545-0001　大阪市阿倍野区天王寺町北1丁目8番47号411号室
電話:06(6713)4161、Fax:06(6713)4162　担当:栩野(とちの)