

800 種超の紙資料をタブレットに移行し、営業支援を強化

お客様：富士電工株式会社（東京・港区）

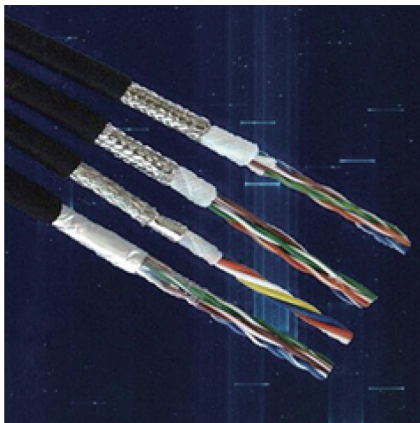
利用製品・サービス：ABookBiz

営業本部 本部長 三浦安道氏

第2グループ 係長 リーダー 西村忠英氏

技術の強みを活かす商社

富士電工株式会社は、電線加工品や電子部品を扱う商社でありながら、中国、ASEAN 地区に早くから工場を構えており、ものづくりの文化が根付いたユニークな商社である。また、取り扱う輸入品については、日本に品質管理室を設け、徹底した品質管理に行うなど、他の商社と一線を画している。さらに、タブレット、「ABookBiz」を導入し、最新の IT を駆使して業務の効率化を実現しているのも特色である。



FA用イーサネットケーブル



ノンハロゲン難燃

「ABookBiz」により一変した営業スタイル

新規市場の開拓に向けての施策を検討する中、富士電工が営業の現場にタブレットを導入したのは 2015 年春。そこから 1 年で営業のスタイルは一変した。

ベテランといえども日々変わる商材情報を把握し顧客に提案することは至難の業。そんな課題を抱える営業にとって、タブレットと「ABookBiz」は、重いカタログを持ち歩く必要もなくなり、顧客のニーズにその場で答えられる手放せない武器になった。タブレットと「ABookBiz」の導入によって、同社の強みである品質管理やサービス体制、幅広い製品群を営業が顧客にプレゼンテーションすることができるようになった。さらに、営業が適切に製品を紹介できているかどうか、用意しているコンテンツが有効かどうかを把握し、改善に結びつけることもできるようになったのである。



「ABookBiz」は欠かせない武器と語る三浦氏

新卒社員からベテランまで営業力アップに活用



「ABookBiz」の効用について語る西村氏

800 種超。電子部品商社、富士電工の扱う商材は多岐に渡る。タブレットと「ABookBiz」の導入前は「PR するターゲット商品はあらかじめ決められた計画どおりの営業だった」と営業チームをまとめる西村氏。「電線だけでも数百種類あります。顧客のニーズをある程度、事前に予想して、カバンにパンフレットや印刷した資料を詰め込んで商談に臨んでいました。ただし可能性のすべてを想定して持ち運ぶことは現実的には不可能でした」。それが、「ABookBiz」の導入によって、タブレットを見せながら臨機応変に全商材を提案できるようになった。

事前に印刷することや、帰社後改めてパンフレットを送ったり、日を改めて持ち込むという手間がなくなった。さらに思いがけない商売に繋がることもあるという。「ある時、お客さんに直接タブレットを手にとって、閲覧していただいたときのことで、『あれ、こういうのも扱っていたの?』そうして引き合いに繋がったことがあります」と西村氏。「お客様が何を必要としているのか、われわれが会議を開いて知恵を絞ったところで、それは予想でしかありません。答えはお客様が持っています。タブレットはその答えを導き出すツールにもなりえるのです」

ログを活用して資料の鮮度を保て

800 種を超えてくると情報の扱いは大変だ。「産機」「民生用」などタグ付けして、分類検索を可能にするのも「ABookBiz」の強みである。また、必要な時に必要なものを利用できるようにするため、データをすぐに抽出できるよう同社ではログ分析機能を活用してデータ量を最適化している。「どの資料が、どの営業先で何分間見られているのか、そこまで分析できるため、シーン別、顧客別に必要な資料が何なのかを把握できます」と西村氏。

資料は「作る」こともコストになるが、セキュリティを維持しサーバに「貯める」ことも多大なコストにつながる。富士電工では「“情報回転数” という指標を導入し、常に情報を新鮮に保つようになっています」という。タブレットと「ABookBiz」による営業支援は、顧客ニーズを掘り起こし、営業効率を高め、売り上げ向上だけでなく、顧客満足度向上へもつながっているのである。



「ABookBiz」を使った打ち合わせ風景

2016 年 7 月 19 日現在