

あなたは、大手通信会社の法人向け営業担当者である。

この度知人から下記の会社を紹介された。紹介者によると、この企業は現在社内の通信インフラに対して新たな取り組みを行おうとしているらしい。事前に収集した情報(下記参照)を基に、あなたならこの企業にどのようなアプローチを行うだろうか？企業が抱えている問題点、あるべき姿、などを考慮して最善の営業活動(ロールプレイング)を行ってほしい。

◆社名:〇〇食品株式会社

◆概略:

設立70年目の老舗の食品会社。業態は、百貨店向け高級味噌の関連食品と量販店向け味噌の二本立ての「味噌関連商品の製造および販売」を行う。

拠点は、本社の他に信州工場とその他の食品を生産する工場。営業所は東京と大阪にあり、営業スタッフが主要百貨店と量販店などにセールス。その他に、本社直轄で長野駅と松本駅に「直販コーナー」として、鉄道会社から月額20万円の賃料で一坪店舗を借り、主にお土産用に味噌関連の商品を販売している。商品のラインナップは3分野(味噌、煮豆、その他)、で約20品目をすべて自社工場で生産。業績は昨今の健康ブームに乗り好調で、この3年間は毎年売り上げが対前年105%程度で推移。ただし、味噌単体では利益が出にくいため平成21年から味噌を使った健康食品(1種目)の製造を開始。今後は単価と利益率の高い「特定保健用食品」に積極展開する計画で、今期は4000万円を研究開発費として予算取りした。ちなみに、現在の社長は45才で4代目。同族会社で社長は代々長男に受け継がれてきた。現在の社長は大学で発酵工学を学び、考えも先進的。今後はトクホだけでなくネット販売の構築にも興味がある。総務部長は、現社長の高校時代の同級生。10年前に現在の社長が専務取締役の時に、東京の同業他社から社長がスカウトしてきた。

◆部 門: 管理部、営業部、開発部、製造部

◆社員数: 30名、平均年齢45才

●本 社: 5名(社長1名、役員2名、総務経理2名)

●工 場: 15名(研究開発部門として、2名のトクホ研究開発部隊)

●営業所: 東京営業所4名、大阪営業所2名、駅内販売担当4名

※営業は百貨店・量販店中心に公共交通機関を使ってルート営業

※駅構内に一坪程度のスペースを借り、お土産用の商品を販売している

◆回線状況: 契約は1社のみ(業者は不明)。合計16回線(内訳は下記の通り)

◆管理部門5回線

●本社工場2回線(電話1本、FAX1本)

●東京営業所3回線(電話2本、FAX1本)

●大阪営業所2回線(電話1本、FAX1本)

●駅構内販売所、各駅1回線(電話&FAX兼用)

※某社の法人向けレンタルサーバーを2万円/一ヶ月で借りている

◆通信コスト: 音声/通信系16回線で、毎月約30万円程度

◆商品の「発注」の流れ

駅販売所&営業→(電話)→営業所→(FAX)→本社物流→(電話&FAX)→工場

◆現在の状況

▼電話とFAXでの受発注は、聞き間違い、書き間違いが多く、毎月約5万円程度の受発注ロスがある。

▼駅構内販売所は多忙のため、発注書への記入ミスが特に多い。

▼歳暮、中元などの進物シーズンは、百貨店からお客様の個人データを預かるので、部門間のFAXでのやり取りに、セキュリティ上の不安がある。

▼社長はネット販売に興味があり、販売サイトへの掲載を考えている。しかし、毎日多忙のため、現時点で何から手をつければ良いのか分からない。

▼営業担当者の「業務日報記入の効率化」と「情報の共有化」、「オンタイムで管理部門や取締役に販売情報を伝える」ことができないか？検討している。

▼管理部門の役員は、通信コストの削減に大変興味がある

▼研究開発部門は現在のトクホや健康食品の情報収集を積極的に、スピーディに行いたいと役員に上申している

▼役員から工場の従業員まで30名の社員全員が集まる会議を3ヶ月に一度行っており、交通費とホテル代で毎回80万円程度の経費が発生している。

▼全ての最終決定権者は社長。特に設備投資に関わるものは社長が決める。部長はただのメッセンジャーなので、業者から依頼された企画書や見積書は社長に渡すだけ。外部の業者は基本的に社長と会わないと、何も進まない。

さて、あなたならこの企業の、誰に、どのようなアプローチを行いますか？営業担当者、この企業の担当者に分かれて、早速ロールプレイングを実践してみましょう

※社名など全て架空の設定です

社内ロールプレイングのケースとしてご自由にお使いください