

2021年5月号 無償でお届けする機械工具商社のための“業績アップ情報”

機械工具商社経営ニュース

機械工具商社経営ニュースは、機械工具商向け販売管理システム「業務革命」を開発販売している、三協システムサービス株式会社が発行する無料DMニュースです。（編集長：成松）

① 現役機械工具商社 社長が語る！
連載：業績向上につながる販売管理システム

② 機械工具業界 景況データ

③ 法人営業はこう攻める

発行：三協システムサービス株式会社
編集長：成松和繁
連絡先：〒532-0011 大阪市淀川区西中島4-6-24 大拓ビル9F
TEL：0120-955-490

FAXによるご相談は
24時間受付中

現役機械工具商社 社長が語る！
連載：業績向上につながる販売管理システム

タイトル：営業担当者の目標設定も楽々こなせます！
記事：K・マシン(株) 代表取締役 菊井 健作



社員のモチベーションアップは適切な目標設定から！

当社は3月末決算ですが、この2021年3月末決算はおかげさまでコロナ禍でありながら、前年対比プラスの業績で着地することができました。これもひとえに社員の皆様が頑張ってくれたおかげですが、社員のモチベーションをアップするためには、適切な売上目標の設定が必要です。

その点、当社が使用している販売管理システム「業務革命」では、営業担当者の売上目標設定について、本人の納得性の高い設定を行うことが可能です。担当変更を行った場合でも、その営業担当者が新たに担当する顧客の前年実績を、即座に販売管理システム「業務革命」が集計してくれます。

特に営業担当者が営業所間を異動した場合、以前

は計算が手作業でとても手間がかかりましたが、「業務革命」であればその場で簡単に表示されるので、あたかも以前から自身が担当していたかの様に、新たな担当先の実績数値を確認することができます。

とても細かな機能ですが、当社では35年間にわたり「業務革命」を使い続けた結果、こうした実務に必要なあらゆる細かい便利な機能が網羅されているのです。

こうした機械工具業界に特化したITシステムを導入することが、コロナ禍を乗り切る生産性向上につながるのではないのでしょうか。

先着5名様限定！ K・マシン(株)に見学に来ませんか？
ご希望の方は下記までお電話ください。
TEL 0120-955-490
三協システムサービス株式会社
担当：成松（なりまつ）・八尾（やお）

さらに業務革命をお知りになりたい方は・・・
詳しくはWebでどうぞ↓↓↓
検索エンジンで『機械工具 販売管理』で検索！

菊井 健作

K・マシン 株式会社 代表取締役
地域密着型のテクニカル商社として、日本のものづくりをサポートしている。近年「FAエンジニアリング部」を立上げ、自動組立機・装置・省力化機械の開発・設計・製作を行い、各企業の省力化・コストダウン・品質向上を図っている。
毎月一回「生産技術セミナー」を開催し、各企業の人材育成にも注力しており、大人気のセミナーとして毎回多くの参加者から満足の声を頂いている。こうした取り組みで年間60社以上の新規顧客開拓に成功。同社のユニークな取り組みは「中経出版 なぜこの会社には1ヶ月で700件の問い合わせがあったのか？」「同文館出版 生産財営業の法則100」でも紹介されている。関西IT百撰で優秀賞を受賞。

機械工具商社の残業削減・業務効率アップのポイントがわかるサイト↓↓↓

『販売管理システム導入.COM』(<http://www.hanbai-kanri.com>)

関西IT百撰で優秀賞を受賞！！！！

機械工具業界 景況データ

毎月の機械工具業界の景況データをお届けします。

■ 3月の工作機械受注速報： 1278億円
前月比121.1% 昨年同月比 165.0%
※出典：工作機械統計 受注速報

■ 1月の四輪車生産台数：687,029台
昨年同月比 90.1%
※出典：一般社団法人 日本自動車工業会

■ 1月の軸受生産台数：2億1604万個
昨年同月比 102.1%
※出典：経済産業省 生産動態統計調査

全国の景況解説

前回もお伝えしましたが、年が明けてから、製造業の市況は追い風になってきました。その傾向は今年3月の工作機械受注額の昨年同月比及び、前月比の伸びからも伺えます。

一般的に、単月での工作機械受注額が1200億を超えると好景気ラインと言われています。また、作戦の緊急事態宣言が明けて以降、受注額は基本的に右肩上がりです。つまり、製造業においては不景気の段階は終了したといっても過言ではありません。

こういった景気の回復期にこそ、現状の事業内容を見直し、デジタル・トランスフォーメーションを進めながら新規開拓をし、また不況が来た際に生き残れる体制を整えておくことが重要になるのではないのでしょうか。

法人営業はこう攻める

【第70回】会議は全て悪なのか？

記事：船井総合研究所 片山和也

営業マネジメントの中で中心的な役割を果たすのが営業会議です。本章では営業会議の進め方について述べていきます。

「会議」ということばに良いイメージを持たれる方は少ないようです。むしろ悪いイメージを持たれている方の方

不用の方はお手数ですが下記にご記入の上、FAX 06 - 6302 - 5621 までご返信下さい。ご迷惑おかけして申し訳ありません。
理由： 不用 本人不在 その他 () FAX 番号 ()

機械工具商社の残業削減・業務効率アップのポイントがわかるサイト↓↓↓

『販売管理システム導入.COM』(<http://www.hanbai-kanri.com>)

関西！T百撰で優秀賞を受賞！！

が多いのではないのでしょうか。「会議」といえば時間ばかりとり、仕事の生産性を落とすような気がしてしまいます。しかし経営コンサルタントの視点で見ればむしろ逆で、行わなければならない会議を行わないが故に、生産性を落としているケースの方が圧倒的に多いのです。

例えばあるメーカーの場合、同業他社と比較して生産性の悪さ（一人あたり粗利の少なさ）が問題になっていました。このメーカーでは各工程間でのすり合わせが不十分な結果、生産性の悪化を招いていることが分析でわかりました。

そこで私は月に2回、各工程の長を召集して工程会議を開くことにしました。最初は「月に2回も会議に拘束されたら生産数が落ちる」と大反対されました。

しかし半ば強引に実行したところ、逆に生産性が3割あがり、この会社の売上は翌年1.5倍になったのです。

なぜ生産性が上がったのか？それはこの会社のPDCAサイクルが回り始めたからです。ちなみにこの会社は100人の中小企業でした。中小企業は人の余裕が無いが故に、つつい目先のことに走りがちになります。

中小企業ほど本来行わなければならない会議を行わず、逆に生産性を落としているケースが多いといえます。

前述の例は生産会議の話ですが、営業会議であっても同じことです。すなわち会議の目的は「PDCAサイクル」を回すことなのです。会議の目的が不明確になると、会議そのものの時間が無駄になります。

例えば、単なる報告会のようにになってしまう会議や、特定個人の独演会になってしまうような会議では、参加メンバーにとっては時間の無駄と感じてしまう会議になるでしょう。

会議は主催者、参加者にとってメリットがあるものにならないといけないのです。

片山和也

株式会社船井総合研究所 上席コンサルタント
船井総研における支援実績ではトップクラス。近年ではインターネットやカタログを中心としたダイレクトマーケティングに携わり成果を上げている。特にWebサイト設計や具体的なカタログ提案など、実践的な内容のコンサルティングに定評がある。著書に『法人営業のズバリ・ソリューション』（ダイヤモンド出版）『上手な「商談」のつくり方・すすめ方』（同文館出版）『なぜこの会社には1ヶ月で700件の引き合いがあったのか？』（中経出版）等がある。