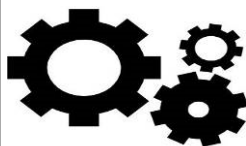


2022年11月号 無償でお届けする機械工具商社のための“業績アップ情報”



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D M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9 6F
TEL：0120-955-490
FAX：06-6302-5621

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：販売管理システムで2割生産性を高める方法
記事：K・マシン(株) 代表取締役 菊井 健作

| 業務革命Ⅲ | | | |
|--------------------------|---------------------|----------------------------|--------------------------|
| 01:見積入力 (5店別操作) | 21:見積修正一覧 (5店別操作) | 02:商品一覧(受発注用) (5店別操作) | 01:日曜祝日と日次更新 (本社別操作) |
| 02:見積入力 (5店別操作) | 22:見積修正一覧 (5店別操作) | 03:商品一覧(得意先用) (5店別操作) | 02:在庫補充発注の変更 (5店別操作) |
| 03:見積入力(顧客別) (5店別操作) | 23:見積修正一覧 (5店別操作) | 04:特価の登録 (5店別操作) | 03:在庫補充発注の発行 (本社別操作) |
| 04:見積入力(得意先別) (5店別操作) | 24:見積修正一覧 (5店別操作) | 05:得意先別特価一覧・特価変更登録 (5店別操作) | 04:発注時の受発注履歴更新 (5店別操作) |
| 05:売上入力 (5店別操作) | 25:見積一覧 (5店別操作) | 06:特価設定の作成 (5店別操作) | 05:売上の請求更新 (本社別操作) |
| 06:一時的売上入力 (5店別操作) | 26:売上履歴一覧 (5店別操作) | 07:在庫更新と発注準備計算 (本社別操作) | 06:請求書の修正請求マニュアル (本社別操作) |
| 07:売上入力 (5店別操作) | 27:請求・入金の履歴 (5店別操作) | 07:売上の売上更新 (5店別操作) | 07:請求書の修正請求の作成 (本社別操作) |
| 08:集約した売上履歴 (5店別操作) | 28:EロI受発注一覧(5店別操作) | 08:商品仕入先一括変更 (5店別操作) | 08:売上の月次更新 (本社別操作) |
| 09:得意先マスタ管理 (5店別操作) | 29:得意先一覧 (5店別操作) | 09:得意先マスタ一括変更 (本社別操作) | 09:仕入の月次更新 (本社別操作) |
| 10:仕入入力 (5店別操作) | 30:得意先一覧 (5店別操作) | 10:得意先マスタ管理 (本社別操作) | 10:仕入発注履歴の登録と更新(本社別操作) |
| 11:仕入入力 (5店別操作) | 31:得意先一覧 (5店別操作) | 11:仕入履歴の保守 (5店別操作) | 11:請求(振込) 振込の作成 (本社別操作) |
| 12:システム入力修正 (5店別操作) | 32:仕入履歴一覧 (5店別操作) | 12:個人別名簿(記号文字)の保守 (5店別操作) | 12:長年継続の検索 (本社別操作) |
| 13:請求入力 (5店別操作) | 33:支払履歴帳の更新 (5店別操作) | 13:プリンタ出力先の保守 (5店別操作) | 13:印刷履歴検索 (5店別操作) |
| 14:仕入マスタ管理 (5店別操作) | 34:仕入先一覧 (5店別操作) | 14:業務時間ログ集計 (5店別操作) | 14:得意先別売上と在庫管理 (本社別操作) |
| 15:仕入メーカー別得意先の登録 (5店別操作) | | 15:システム管理 (5店別操作) | |

販売管理システム『業務革命』

当社は、おかげさまで前期の決算は過去最高の売上を達成することができ、年商30億円を突破しました。次は年商100億円を目標として、経営努力を重ねています。

そうした中、今年6月末になりますが、当社として初めてのM&Aを実施してK・マシングループとして、新たな会社が加わりました。この会社は当社と同じく、工業用資材を取り扱う商社ですが、自社だけの成長だけではなく、こうしたM&Aを今後は推進していきたいと考えています。

こうした当社がM&Aを進める上で強力な武器となっているのが、当社の販売管理システム「業務革命」

です。当社の販売管理システム「業務革命」は、一般的に機械工具商社で使われている販売管理システムと比較すれば、私の経験でいえば2割くらいの生産性改善が図れていると思います。「業務革命」はインターネットのVPN回線により、遠隔地の営業所はもちろんですが、新たにグループ・インした会社でも容易に導入することができます。

私が考えるに、販売管理システムは、仕事の進め方そのものだと思います。そうした意味で、私たちにとって「業務革命」は強力な経営ツールになっているのです。

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。

■ 9月の工作機械受注速報： 1508億円
前月比 108.2% 昨年同月比 104.3%
※出典：工作機械統計 受注速報

■ 7月の四輪車生産台数： 699,708台
昨年同月比 95.79%
※出典：一般社団法人 日本自動車工業会

■ 7月の軸受生産台数： 2億2319万個
昨年同月比 85.7%
※出典：経済産業省 生産動態統計調査

全国の景況解説

トヨタやディスコ、東京エレクトロンといった円安が追い風になる輸出企業が好業績をだしている一方、同じトヨタグループでも部品メーカー（ティア1）の多くが赤字や減益という散々な業績となっています。

完成車メーカーはコスト高を価格に転嫁できるが、部品メーカーはそれが思う様にできていない、あるいは、完成車メーカーは市場の情報をいち早く自社の生産体制に反映できるが、親会社の意向を受ける部品メーカーは打つ手が遅れがちになる、といったことが業績の差となっているようです。

このように、同じ業界であっても「業績が良い会社」「悪い会社」との差が激しい状態が続いています。さらに業界が異なると、業界によってその差はさらに開く場合もあります。こういった状態だからこそ、より一層、各企業独自の取り組みが、今後の命運を分けることでしょう。

法人営業はこう攻める

【第76回】見込み商談発表のポイント

記事：船井総合研究所 片山和也

営業会議において“見込み商談発表”は“差額対策の発表”と並んで重要なポイントです。なぜなら、見込み商談をどのように捉えているかが営業スキルに直結するからです。

前述の通り、商談はその受注確度によって「A商

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 ()

談」「B商談」「C商談」にランク分けします。ランク分けの例としては、A商談は受注確度90%以上、B商談は60%以上、C商談は情報レベルと捉えるのがわかり易いと思います。

ここで、数字があがらない営業マンほど商談見込みが甘く、到底決まりそうもないような商談を平気でA商談にあげてきたりします。A商談というのは受注確度90%以上、すなわち10回の見積り提出で9回受注できる確率なのです。ですからA商談を2つあげて2つとも失注したとしたら、その人の商談見込みは極めて甘いということになります。

逆に、この商談ランクを正しく見極めるスキルが身につけば、営業スキルも自然に上がります。商談ランクを正しく見極められる人は、顧客の購買プロセスやキーマンの力関係、競合状態が正しく把握できているということであり、顧客情報の把握がきちんとできているということだからです。

顧客情報の把握がきちんとできているということとは、顧客と人間関係がつくれているということなのです。言い換えれば、商談ランクの見極めが甘いということは、顧客情報の把握が不十分だということなのです。また、決まる見込みが薄いとわかっていても、それにすがりたいという心の弱さともいえるでしょう。

売れない営業マンほど、数少ない商談をいじり倒し、不必要な値引きをしたりして利益率を低下させます。やるべきことをやった商談は放っておき、営業マンは商談数を増やす動きをとるべきなのです。ですから、営業会議において重点テーマとすべきことは

- 1) いかにかA商談を増やすか
- 2) いかにか正しく商談ランクを捉えるか

ということになります。この「A商談」の確度が不確実だと、そもそも“先行管理”など成り立ちません。営業マネージャーとして、「A商談」の捉え方については厳しく臨まなければならないのです。

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。

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1丁百撰で優秀賞を受賞!!!