

「業績を上げ、営業現場・顧客情報を可視化する」
 真の営業支援（SFA）・顧客管理（CRM）システム

SalesForce Assistant

SFA

営業支援

営業力強化で
業績UP



CRM

顧客管理

顧客接点を
整備して
顧客満足度
向上



Mobile

モバイル

iPhone
Android
タブレット
でも使える



Assistant

電子秘書

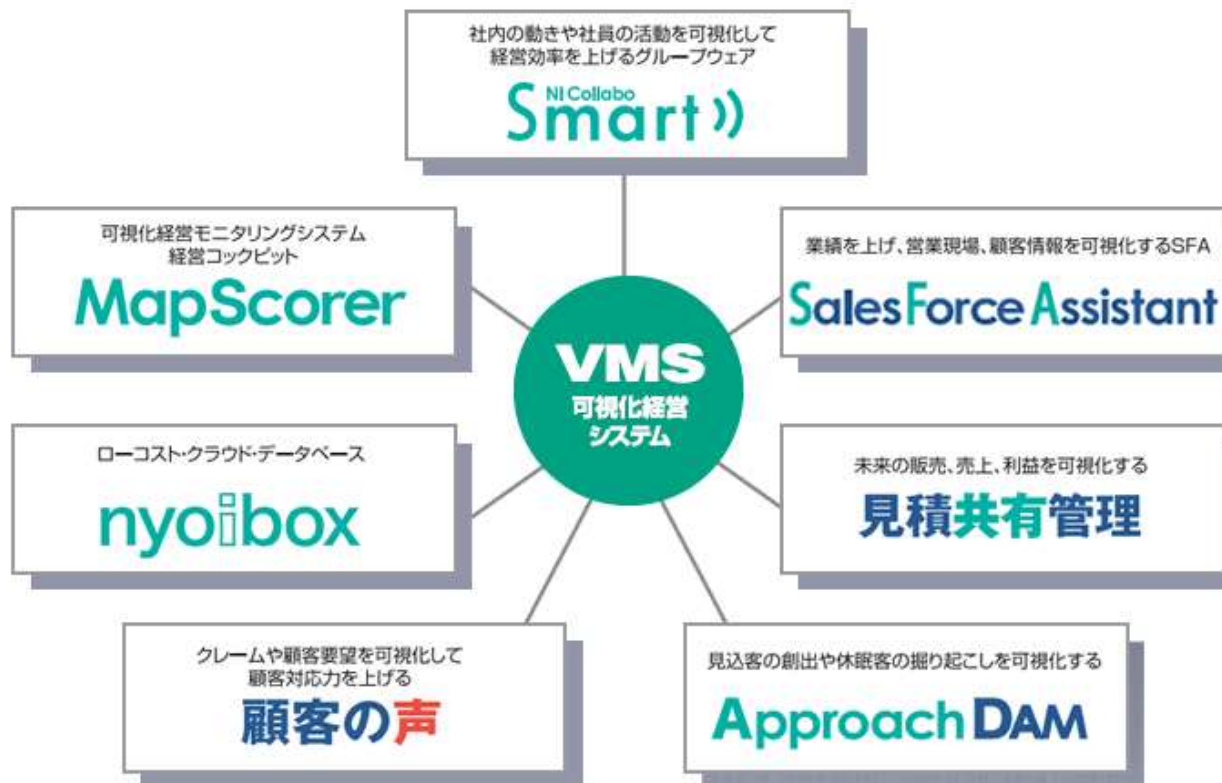
電子秘書が
営業担当者を
サポート



株式会社 NIコンサルティング

コンサルティング・パッケージ「可視化経営システム」

「可視化経営システム」(VMS: Visibility Management System)とは、NIコンサルティングが開発した経営管理手法「可視化経営」を実現するために必要となるITツール群であり、『NI Collabo Smart』『Sales Force Assistant』『MapScorer』『nyoibox』『Approach DAM』『見積共有管理』『顧客の声』をサブシステムとする統合連動型の経営支援システムです。



2017年6月末現在、導入企業数4,500社超

『Sales Force Assistant』シリーズとは？

顧客や商談に関する情報が日報に集約される「一日一覽、日報形式」
だから、一人一枚の日報を見るだけでデイリーに「営業の見える化」を実現。

『Sales Force Assistant』シリーズは、20年超にわたる経営コンサルティング・営業コンサルティングのノウハウをパッケージ化した営業支援（SFA）・顧客管理（CRM）システムです。一日一枚の営業日報入力で、顧客管理、商談管理、案件管理、訪問計画管理まで網羅しています。現場の情報をデイリーに吸い上げ社内に伝達する「日報神経網」として、現場の生の業務ナレッジを蓄積・共有する仕組みです。企業毎の営業スタイルに合った営業支援を実現するため、営業スタイル別に「案件営業型」「ルート営業型」「案件・ルート併用型」「案件・リピートサイクル型」「案件・ルート・リピートサイクル型」の5タイプをご用意しています。



営業スタイル別ラインナップ

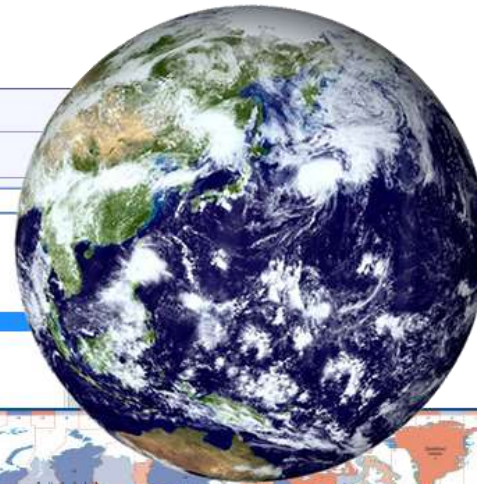
製品名	タイプ	概要	顧客管理 商談管理	案件管理	訪問計画	納入機器 管理	アクティビティ 分析
顧客創造	案件営業型	新規顧客、案件開拓をする案件営業スタイル向けの機能を装備したSFA。長期間追いかける案件・物件を先行管理し、タイムリーかつ有効なアプローチや埋没案件の撲滅を実現。	●	●			●
顧客深耕	ルート営業型	訪問管理、競合情報、商品情報など、食品・医薬・衣料品等のメーカー、およびメーカー小売業、メーカー販売、卸売業などのルート営業スタイルに特化した情報統合を実現するSFA。	●		●		●
深耕創造	案件・ルート併用型	訪問管理、競合情報、商品情報などルート営業管理に、案件先行管理や進捗チェック、各種案件分析などの案件管理機能を付加したルート営業・案件営業の統合型SFA。	●	●	●		●
顧客創造R	案件・リピートサイクル型	案件営業に加えて、リースや定期契約更新など一定のサイクルでリピートやリプレイスが発生する営業スタイルに最適化されたSFA。	●	●		●	●
顧客深耕R	案件・ルート・リピートサイクル型	既存顧客へのルート営業比重が高い営業に加えて、納入品のメンテナンスやリプレイス、競合企業からの納入機器入れ替えなどの一定サイクルでのアプローチを可能とするSFA。	●	●	●	●	●
ABM Activity Based Management	非営業部門業務改善型	非営業部門における業務情報の共有、進捗管理、工数管理などを支援するSFA。	●				●

グローバル

言語切り替え、タイムゾーン対応で、グローバルにも利用可能。

世界に羽ばたく企業やビジネスマンのために、『Sales Force Assistant』シリーズはグローバル対応しています。ユーザーごとに言語を切り替え、タイムゾーンにも対応。世界中どこでも『Sales Force Assistant』シリーズを活用いただけます。
 ※日本語・英語以外は貴社で言語辞書を登録できます。

表示言語*	英語(English) ▾
ロケール*	英語圏 ▾
タイムゾーン*	UTC-05:00 - 東部標準時(米国およびカナダ)等 UTC-10:00 - ハワイ UTC-09:00 - アラスカ UTC-08:00 - 太平洋標準時(米国およびカナダ)等 UTC-07:00 - 山地標準時(米国およびカナダ)等 UTC-06:00 - 中部標準時(米国およびカナダ)等 UTC-05:00 - 東部標準時(米国およびカナダ)等
E-Mailアカウント	UTC-04:30 - カラカス UTC-04:00 - 大西洋標準時(カナダ)等 UTC-03:30 - ニューファンドランド UTC-03:00 - モンテビデオ等 UTC-02:00 - 中央大西洋等 UTC-01:00 - カーボベルデ諸島等 UTC+00:00 - 協定世界時等 UTC+01:00 - 西中央アフリカ等 UTC+02:00 - 東ヨーロッパ等 UTC+03:00 - バグダッド等 UTC+03:30 - テヘラン UTC+04:00 - モスクワ、サンクトペテルブルク等 UTC+04:30 - カブール UTC+05:00 - タシケント等



機能一覧①



顧客管理・名刺管理

顧客、名刺（パーソン）に関する情報を一元管理します。



商談管理

日々の商談活動内容を共有し、過去からの履歴として蓄積します。



案件管理

商談の中で発生した見込み情報（案件・物件・件名）の進捗度や受注確度を管理します。



受注(売上)先行管理

案件の受注見込み具合を集計し、また案件を一覧表示して進捗を管理します。



売上実績管理

売上推移、売上実績と予算との差額などを管理します。



サクセス管理

案件の受注に至るまでのプロセス（ナレッジ）を成功事例として共有します。



商品管理・クレーム管理

顧客からの自社商品への評価・反応などの情報を管理します。



競合管理

競合企業の動きや競合した顧客先の情報を管理します。



納入機器管理

納入した機器や消耗品、締結した契約などの情報を登録し、期日管理します。

機能一覧②



訪問計画

訪問偏差や業務とのバランスも考慮して1ヶ月間の訪問計画を立案できます。



ターゲットリスト

ターゲットを絞り込み効率的かつ効果的な営業活動を行なうためのリストを作成します。



イエローカード

営業のアプローチ時期や業務のヌケ・モレを知らせてくれます。



グリーンカード

組織として有効な活動や重点活動を実施した等、良い仕事を可視化し評価します。



GoodJob!ポイント

仕事の内容に応じて上司が賞賛のコメントを入れ、社員が「心の栄養」を受け取ります。



ToDoメモ

資料作成などやらなければならない仕事、忘れてはいけない業務を管理します。



フリーフォーム

貴社の必要に応じて最適なフォーム（データベース）を自由に設計できます。



DMV（日報）

1日の商談内容や業務内容を担当者ごとにまとめたデイリー・モニタリング・ビューです。



コメント

日報に登録された各種情報に対して、上司や同僚、他部門がコメントを入力できます。

顧客管理・名刺管理①

顧客情報・名刺情報管理について

顧客やパーソン（担当者）の管理機能として基本情報の登録を行なうことができます。顧客に対して名刺情報（パーソン情報）を登録することができますので、商談履歴の入力のたびに面談者を入力する必要がありません。また、面談者やキーマンの名刺情報（パーソン情報）を登録し、データベース化しておけば、担当引き継ぎ時の基礎情報となりますし、リスト化してテキスト（CSV）出力すれば、宛名書きソフトなどにも利用でき、活用範囲も広がります。

顧客情報と名刺情報



顧客情報と一緒に名刺情報（パーソン情報）の管理が可能です。属人化しがちな名刺情報を会社で共有できます。

顧客情報と関連情報



顧客情報の情報参照ボタンは、その顧客に関する営業情報の引き出しです。顧客に関するすべての商談等が時系列に表示されます。

顧客管理・名刺管理②

顧客の階層管理

顧客の商談履歴やパーソン情報を管理する上で、部門や拠点、グループ会社単位での登録が必要な場合に、顧客（本社）に対して、下位会社を紐付けて登録できます。また、下位会社として登録した顧客に関する商談情報は、上位会社の商談と一緒に履歴を表示でき、顧客動向を包括的に把握できます。



顧客情報では、その顧客の部門や拠点等を独立させて情報登録し、階層分けが行なえます。上の例では、まず「(株)赤木電機」を登録します。その後に「大阪支店」「福岡支店」をそれぞれ登録します。

RFM分析／顧客ランク自動更新

RFM分析とは、

「Recency：最新購買日」

「Frequency：購買頻度」

「Monetary：累計購買金額」

の3つの視点で顧客をセグメント化する顧客分析手法です。受注・売上実績データから定期的に顧客のRFMを判定し、顧客ランクを自動で振り直します。ランクに応じた営業担当者のアサインや訪問計画の立案を可能とする他、ランクごとの顧客数分布や顧客個別のランク変動推移を「見える化」できますので、必要なマーケティング活動やタイムリーな営業アプローチを実現します。



顧客管理・名刺管理③

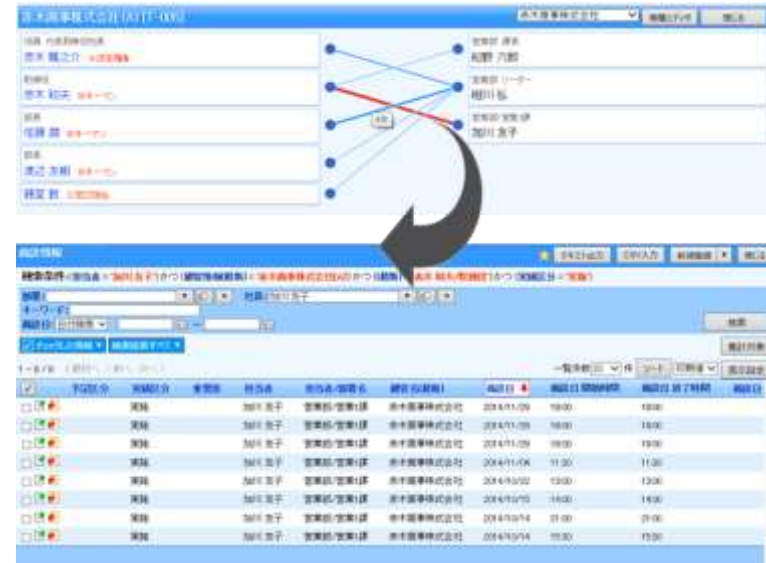
Customer Sheet (カスタマーシート)

顧客訪問時に、当該顧客と自社との取引状況や親派度などを一目で確認することのできる機能です。商談履歴や案件情報、売上実績情報など個々に確認する必要のあった情報を一覧画面にまとめました。たとえば売上の月度推移では、前年同月を一目で確認できるように13ヶ月表示とするなど、随所に一覧性を上げる工夫をしております。タブレットでも一覧表示でき、スマートフォンの場合にはレスポンスデザインで最適化されます。



Contact Map (コンタクトマップ)

対法人顧客の場合に、顧客側の誰と自社の誰がコンタクトしたことがあるのかを一目で確認できるようにしたマップです。顧客との間で、どういう人間関係形成、人脈作りをしているのかを簡単に把握できます。顧客側、自社側ともに退職者も表示しますので、退職によって途切れがちの人脈も継承していくことができます。Customer SheetとContact Mapは、顧客訪問前に必ずチェックしたい機能です。



商談管理①

商談情報について

訪問（コンタクト）の有無だけでなく訪問目的やヒアリングシート、案件の進捗度、受注確度、商談時間、商談ニュアンス、次回予定等の詳細情報を登録します。必要な情報項目は貴社で自由に設定できますので、自社の営業スタイルに合った運用が可能です。登録された商談活動実績データは、商談分析を活用すれば、担当別・顧客別・目的別などの訪問件数推移グラフや、案件の商談進捗推移データとして「見える化」されますので、商談記入を行なうだけで、営業プロセス管理や商談進捗チェック、訪問偏差の是正などの分析をできます。次のアクションとして登録された「次回予定」は、スケジュールに連動しますので、抜け・漏れを防止することもできます。



日々の訪問有無だけでなく訪問目的や商談時間、商談ニュアンス等の詳細情報を登録し、現場情報を可視化します。



顧客ランク	合計件数	内訳表示	社数	件数推移
1 C	285件 16,290円	担当書別 顧客別 商談目的別 商談成果別	7社	6月 10 5月 11 4月 15
2 A	100件 4,890円	担当書別 顧客別 商談目的別 商談成果別	3社	6月 10 5月 4 4月 4
3 D	50件 2,340円	担当書別 顧客別 商談目的別 商談成果別	6社	6月 14 5月 10 4月 10

訪問件数は部署別、担当者別、顧客ランク別、商談目的などで集計され、訪問偏差の是正や重点活動のモニタリングに活用できます。

商談管理②

商談情報履歴

有効な手を打つためには、現時点の顧客状況や案件概要を把握するだけでは不十分です。案件情報の履歴参照ボタンを押すと、その案件に関わる商談が時系列で一覧表示されますので、これまでの商談内容や、上司・同僚からのコメント、キーマンに会っているか、無理な値引きをしていないか、打つべき手を打っているかなどを確認し、次の手を考えることが可能になります。



商談進捗度管理

商談が終るごとに、達成した進捗度にチェックを入れていきます。一覧表にすると、チェックが入った進捗度は黒く表示されます。一目で商談がどのステップまで進んでいるのかを確認できます。営業プロセスの標準化とクロージングに向けた着実なステップアップをアシストします。

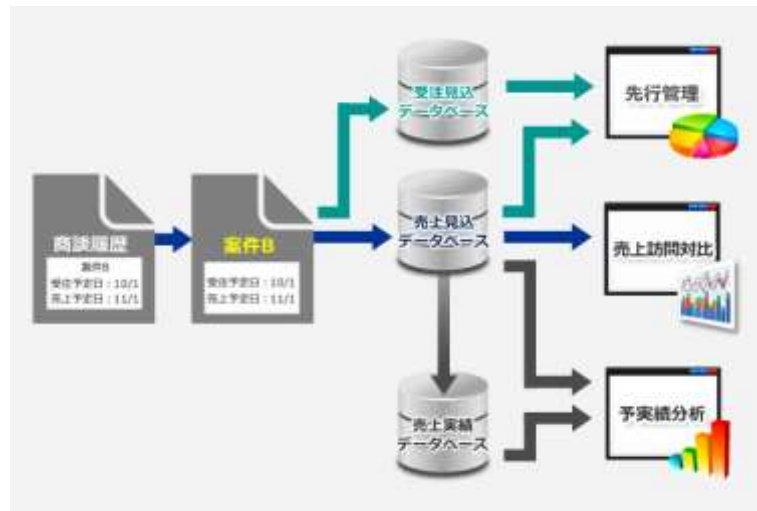


案件管理①

案件について

案件とは、商談の中で発生した見込情報のことで、物件、件名などと呼ばれるものです。案件を確実に受注につなげるために「商談進捗度（プロセス）」「受注確度（見込度）」「受注予定日」「見込額」の4つの情報によって案件情報を「見える化」します。商談（日報）報告と案件管理が連動していますので、商談情報を登録するだけで、案件の進捗度や受注予定日が自動更新され、常に最新の受注見込情報（案件先行管理）をキャッチすることが可能です。

案件管理の全体図



案件情報と商談情報

商談情報を登録する際に対象案件をセットすると、進捗状況の入力欄が追加されます。商談成果に応じて案件の進捗状況を入力すると、案件情報の「商談進捗状況」欄が自動的に更新されます。この進捗状況は最新の商談履歴を表示させていますので、最新の進捗状況が一目でわかります。なお、案件情報の進捗状況を「商談履歴情報一覧」から参照することができ、どのような流れ（商談情報）で案件が進んでいるのを把握できます。



案件管理②

案件情報のデータ分析

登録された案件情報から、どの案件が、いつ、いくらで受注できるかの「受注見込」「売上見込」を集計して表示できます。予算情報と、売上見込情報および売上実績データを対比させて、予実差額や達成率などの推移を一覧表示することができます。



案件情報と売上実績

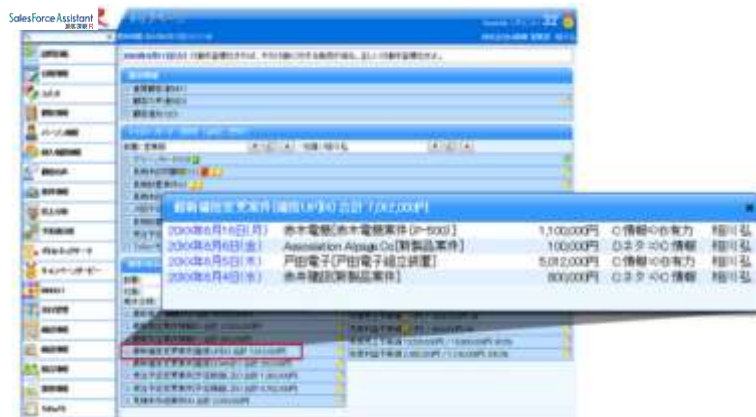
一般に売上実績データの管理・分析を行ないたい場合、提案中の案件を「受注（成約）」すると、売上見込は売上実績として登録しなければなりません。『Sales Force Assistant』シリーズでは、商談情報に登録した売上見込明細を簡単に売上実績に変換できます。登録された情報は売上実績データとして集計・分析することが可能になります。



案件管理③

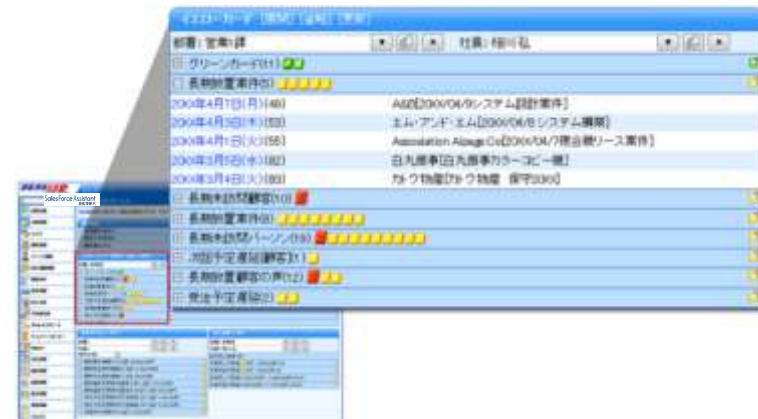
案件PICKUP

「発生案件」「受失注案件」「受注確度変更案件」「受注予定時期変更案件」など、新規に登録、あるいは日々更新される案件の動きがトップページに件数とともに表示されます。案件の動きをデイリーに把握しながら、変化に対してスピーディーに対応することが可能になります。



案件放置アラート

長期間放置してたり次回予定を遅延している案件がある場合、アラート機能である「イエローカード」で警告表示します。日々担当者に気付きを促すことで、モレのない対応をアシストします。



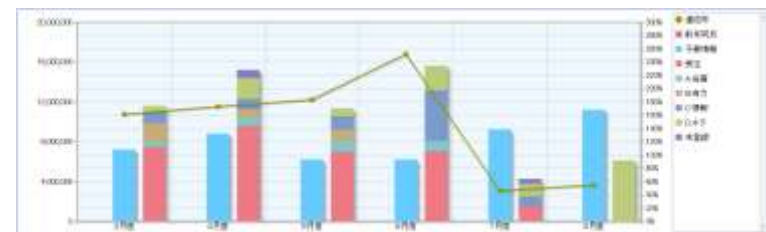
受注(売上)先行管理①

先行管理機能とは

案件情報の受注(売上)予定金額、受注(売上)予定日、受注確度に基づき、先行管理表が自動的に作成され、先々の受注や売上の見込管理が容易にできるようになります。日々の商談によって刻々と変化する案件の見込状況がタイムリーに先行管理表で「見える化」されますので、集計の手間もかからず、スピーディーなマネジメントを実現します。月に1度、週に1度の会議用に見込表を作成しても、次の日には見込みが変化していきます。常にアップデートされた最新の先行管理表で、実態に即した対策が打てるようになります。

受注(売上) 予想のシミュレーションも可能

受注確度ごとに掛け率を設定して、受注予想、売上予想のシミュレーションを行なうこともできます。確度によって集計することもできますので、確度Aまででいくら、確度Bまでではいくら、という具合に絞り込んで、売上対策を練ることも簡単にできます。



受注(売上)先行管理②

先行管理から気になった案件経緯も「見える化」

先行管理表に表示された個別案件は、その内容を詳細にチェックし、商談プロセスをさかのぼって見ることができます。現在の状況だけでなく、そこに至る経緯も「見える化」されますので、どういう対策を打てば良いのかなど具体的なアクションを考えるのに有効です。また商談進捗推移を見ることがもできますので、滞留している案件などを見つけ出したり、重要進捗度の漏れなどに気付いたりすることもできます。営業会議などで投影し、その場で議論したりするのもにも便利な機能が「先行管理」です。

先行管理

先行管理 受注確定率

※受注日基準 ◎売上日基準 ? ※金額 ◎利益 倍率: 1 基準月: 2000年3月 月別: 6

部署: 社員: 受注確定率: 100%

案件分類: 一時変更 使用しない

受注確定率: 受注=100%, A当確=100%, B有力=100%, C情報=100%, Dネタ=100%, 保留=100%, 未登録=100%

表示項目: 金額 件数 達成率

1 - 6 / 6 << 最初へ < 前へ 次へ > 一覧件数 20 件

受注確定率	予定売上	3月	4月	5月	6月	7月	8月	小計	未定	合計
前年同月	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
予算	-	5,000,000	5,500,000	3,000,000	4,800,000	4,600,000	3,900,000	26,800,000	-	-
受注	金額	0	550,000	0	1,000,000	0	0	1,550,000	0	1,550,000
	件数	0	2	0	1	0	0	3	0	3
	達成率	-	11.00%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	5.78%	-	-
A当確	金額	0	850,000	1,100,000	1,050,000	0	0	3,100,000	0	3,100,000
	件数	0	3	4	2	0	0	9	0	9
	達成率	-	30.00%	20.00%	68.33%	0.00%	0.00%	17.35%	-	-
B有力	金額	0	2,150,000	1,050,000	1,150,000	0	0	4,350,000	0	4,350,000
	件数	0	4	2	4	0	0	10	3	13
	達成率	-	73.00%	39.09%	106.67%	0.00%	0.00%	33.58%	-	-

顧客名 案件名	予定売上	3月	4月	5月	6月	7月	8月	小計	未定	合計	商談進捗度
予	-	5,000,000	5,500,000	3,000,000	4,800,000	4,600,000	3,900,000	26,800,000	-	-	
株式会社カトウ物産(B) [カトウ物産(ABCプリンター)]	金額	0	300,000	0	0	0	0	300,000	0	300,000	進捗推移 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
	件数	0	1	0	0	0	0	1	0	1	
中国貿物株式会社(A) [2000/03/08新製品案件]	金額	0	800,000	0	0	0	0	800,000	0	800,000	進捗推移 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11
	件数	0	1	0	0	0	0	1	0	1	
白丸商事株式会社(新規HOT) [白丸商事カラーコピー機]	金額	0	650,000	0	0	0	0	650,000	0	650,000	進捗推移 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
	件数	0	1	0	0	0	0	1	0	1	

売上実績管理

売上実績とは

売上実績を登録することができ、顧客別や売上担当者別などの切り口で、売上推移を管理することができます。売上実績と予算との差額表示はもちろん、訪問件数と売上との対比や、案件の売上見込を加味した業績予測が可能です。

売上訪問対比



売上訪問対比では、予算と売上実績を対比させ、達成率や予実績差異を一覧表示します。また、訪問件数（商談情報件数）をカウントして月度ごとに表示します。

予実績分析



予実績分析では、売上見込金額と売上実績を一覧で表示します。実績と見込を加味して年間予算に対する達成率を把握できます。

サクセス管理①

サクセスナレッジ

社内の成功事例、サクセス商談を共有し、案件が受注に至るまでのプロセス（ナレッジ）を疑似体験することで営業担当者の力を底上げすることを目的とした機能です。自社にとってサクセス商談とはどのような商談かを検討し条件設定することで、自社のベストプラクティスを抽出できます。



サクセス通知

受注した案件がサクセス条件に合致すると、全社に通知されます。この機能で他の営業担当者の参考になるような優良な情報をタイムリーに共有します。



👑 サクセス管理②

サクセスアシスト

営業担当者が蓄積されたナレッジをより活用できるように、類似の受注案件を探し出すことで成功をアシストする機能です。
 成功した案件の「何がポイントとなって受注できたのか」、「どういう商談をしてきたか」などを参考にして、次にどういったアクションを取っていけばいいか考える事ができます。



スクリーンショットの概要:

- 案件情報 (左側):** 案件名: 20000508 戸田電子システム構築, 案件分類: ソフト, 案件コード: A-20000508
- サクセスアシスト (右側):**
 - 2000/05/01 赤井建設システム構築案件 (赤井建設株式会社) | 81.8% 成功率
 - 2000/05/01 システム構築案件 (有限会社チャイルドウッド) | 85.0% 成功率
 - 2000/03/01 飲料製品案件 (赤井電機株式会社) | 82.0% 成功率
 - 株式会社W物産 保守2000 (株式会社W物産) | 82.0% 成功率
 - 株式会社森部産業 保守更新 (株式会社森部産業) | 60% モデル

サクセス分析

受注案件を担当者・部署・案件分類・引合要因・受注要因の切り口で分析します。各切り口毎に金額・利益・商談期間・コンタクト数・訪問数・関与人数の合計値や平均値が一覧できます。



商品管理・クレーム管理

商品情報とは

「商品情報」は、顧客からの自社商品への評価・反応などの情報を登録し、マーケット志向の商品開発・研究などに活かすための機能です。商品力、製品力が業績に直結する企業では、営業担当者が収集する商品へのマーケットからの反応情報が重要になります。タブメニューから「商品別」「反応別」「顧客別」「ターゲットリスト」別に参照することもできます。



商品分類	商品名	反応・評価	報告日	顧客名	報告者/部署名
カラー複写機	インクジェット複写機 P2-0000	良い	2014/06/27	株式会社エム・アンド・エム	営業部 植川 弘
カラー複写機	インクジェット複写機	悪い(1回)	2014/06/04	株式会社エム・アンド・エム	営業部 植川 弘
カラー複写機	レーザー複写機 P2-0000	良い	2014/06/04	株式会社エム・アンド・エム	営業部 植川 弘

商品情報と顧客の声情報の連動

『顧客の声』オプションと連動させることで、商品に対しての要望やクレーム、さらに対応履歴なども管理できるようになり、クレームへの即時対応力を強化することができます。これにより、クレーム情報のデータベースが構築されますので、商品開発やマーケティングなどにご利用いただけます。



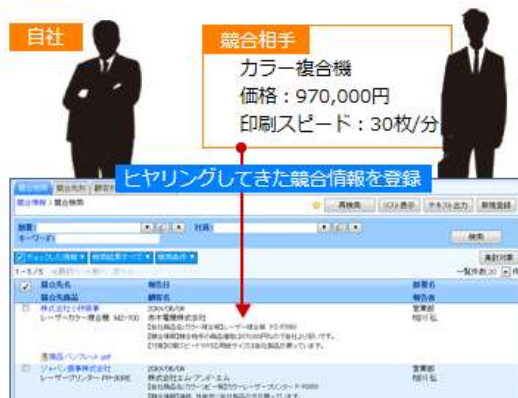
競合管理

競合情報とは

ルート営業では、競合先の動きに気を配り、シェアを上げていくことが重要です。競合先の動向をつかみ、競合対策を打つことが求められます。勝つか負けるかを競うだけでなく、個々の情報を吸い上げて共有することで、彼我の強み・弱みが明確になり、長期的な視点で有効な手を打つことが可能となります。営業担当者が現場で収集してきた点の情報を線にし、線を面にするために必要な機能です。

競合情報一覧

登録された競合情報は、競合先別、顧客別に整理されます。競合情報を部署内だけにとどめず共有することで、営業担当者個々人では対応しづらい競合対策を全社的に考え、対応することが可能です。グラフィカルに「見える化」し分析することで、スピーディでタイムリーな対策を打てる体制作りに役立ちます。



納入機器管理

納入機器管理とは

顧客へ納めた機器や契約書等の管理機能です。期日管理によって、リースアップや契約更新の前になると自動的に通知されるため、リピート商談の提案モレによる機会損失を防止できます。さらに自社だけではなくライバル会社の納入機器とリースアップ時期を登録しておけば、競合他社の切り替えタイミングを狙った商談が可能となります。

更新日	機種・機種	顧客名	販売日	営業担当者/部署
2014/06/27	リースアップ メーカー	白丸商事株式会社	2013/05/01	営業担当 加川友子
2014/06/27	リースアップ メーカー	白丸商事株式会社	2014/02/21	営業担当 加川友子
2014/06/27	リースアップ メーカー	白丸商事株式会社	2014/02/21	営業担当 加川友子

機種・機種	リースアップ
機種名*	白丸商事株式会社
機種名*	白丸商事株式会社
営業担当*	営業担当 加川友子
サービス担当者*	システム部 田中 正之
納品状況*	自社納入
機種分類*	カー用機
メーカー*	R社
台数*	1台
購入形態*	リース
販売金額*	100000円
販売日*	2013年1月1日(火)
リース期限*	2014年12月31日(水)
リース情報*	2014/06/01リース換予定 PP000

機器名、メーカー、台数、購入形態、販売金額、リース期限、販売店などの基本情報のほか、トナーなどの消耗品情報も登録できますので、営業担当者が不在でも取引先からの注文に対応できます。また他社納入機器の入替商談の開始時期を機器の経過年数から自動的にアラート通知できますので、タイムリーな商談アプローチを促します。

納入機器イエローカード

「販売日経過イエローカード」は、販売日から一定日数が経過した納入機器情報に対して警告します。「リース期限イエローカード」は、リースや契約の切れる一定日数前の基準日が到来した納入機器情報に対して警告します。

販売日経過イエローカード

システム設定画面

機器分類:カー用複合機	
イエロー対象	<input checked="" type="checkbox"/> 対象とする <input type="checkbox"/> 対象外とする 戻す
販売日からの経過日数	0年 1ヶ月 <small>※ただし、継続利用中の以下の情報は対象外とする。 <input type="checkbox"/> 入替保留 <input type="checkbox"/> 再リース</small>
販売金額	100,000円以上
利用状況	<input type="checkbox"/> 自社納入 <input type="checkbox"/> 他社納入 <input type="checkbox"/> その他納入 <input type="checkbox"/> 入替保留 <input type="checkbox"/> 再リース <input type="checkbox"/> 自社入替済 <input type="checkbox"/> 他社入替済 <input type="checkbox"/> 廃棄 <input type="checkbox"/> その他利用停止 <small>(※未チェック時は、すべての情報が警告対象となります。)</small>
イエロー対象	<input checked="" type="checkbox"/> 営業担当者 <input type="checkbox"/> サービス担当者
表示期間*	12ヶ月(1-12)

リース期限イエローカード

機器分類:カー用複合機	
イエロー対象	<input checked="" type="checkbox"/> 対象とする <input type="checkbox"/> 対象外とする 戻す
リース期限までの日数	0年 1ヶ月 <small>※ただし、継続利用中の以下の情報は対象外とする。 <input type="checkbox"/> 入替保留 <input type="checkbox"/> 再リース</small>
販売金額	0円以上
利用状況	<input type="checkbox"/> 自社納入 <input type="checkbox"/> 他社納入 <input type="checkbox"/> その他納入 <input type="checkbox"/> 入替保留 <input type="checkbox"/> 再リース <input type="checkbox"/> 自社入替済 <input type="checkbox"/> 他社入替済 <input type="checkbox"/> 廃棄 <input type="checkbox"/> その他利用停止 <small>(※未チェック時は、すべての情報が警告対象となります。)</small>
イエロー対象	<input checked="" type="checkbox"/> 営業担当者 <input type="checkbox"/> サービス担当者
表示期間*	12ヶ月(1-12)

アクティビティ分析

アクティビティ分析とは

業務（アクティビティ）には、より増やすべき付加価値を生む業務（VA : Value Added）もあれば、より削減すべき付加価値につながらない業務（NVA : Not Value Added）も存在します。担当者ごとの業務割合や業務価値を見ることで担当者ごとの活動内容を把握することができます。アクティビティをベースにコスト算出をするのと同時に、より有効な付加価値を生む業務を増やすことも考えるのが、ABMです。



AB損益

AB損益

顧客や案件や商品には、人件費や間接費が発生していますから、見た目の売上や粗利では採算の判断はできません。そこで、アクティビティコストを顧客別、案件別に集計し、非営業部門の工数や間接費まで考慮した上で、本当にその顧客が収益を生んでいるのか、この案件の採算が合っているのかを一目で「見える化」するのがAB (Activity Based) 損益です。

グループウェア連携 ～ワークフローからの直接経費申請～

グループウェア『NI Collabo Smart』のワークフローとの連携機能によって、ワークフローからSFAのABMへ直接経費が配賦できるようになります。決裁完了時に自動的に直接コストテーブルに移行されます。顧客ごと、案件ごとに、まとまったコストが発生する場合には、稟議申請と連動して管理ができますので、とても便利です。

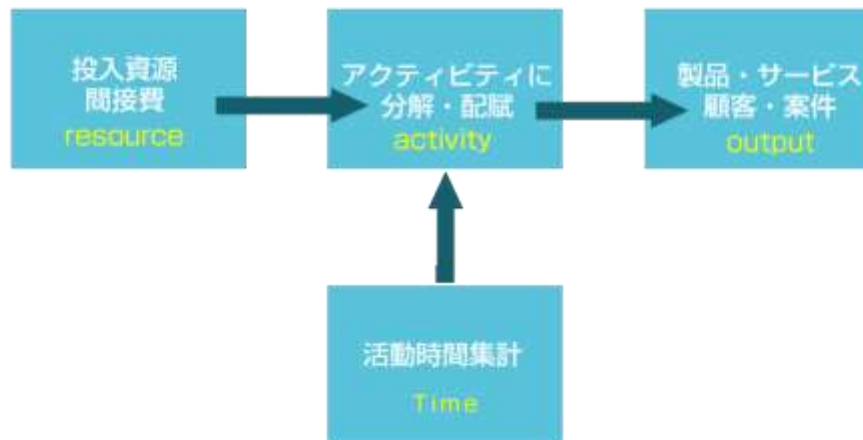


ABMとは①

顧客やプロジェクトの採算を可視化するActivity Based Management

ABMとは「Activity Based Management」（活動基準管理）の略で、ABC（Activity Based Costing）を応用した経営改善・業務改善のことです。ABCは一般に「活動基準原価計算」と訳されます。業務コストを活動単位に割り当ててより正確なコスト計算を実現するための手法です。一般的なABCでは、主に製造部門において、間接費として製品等の原価に算入されないコストを、個別の業務（アクティビティ）単位に割り振って、そのアクティビティがどの製品にいくら投入されたかを集計することで、より正確な製品原価を算出します。NIコンサルティングでは、この手法を製造部門以外で応用することを念頭に、製品別ではなく顧客別や案件別、プロジェクト別にコスト計算するABM、すなわちアクティビティに基づいてコストの配賦を行い、より正確な採算管理、収益管理を実現するマネジメントを支援いたします。

ABM概念図

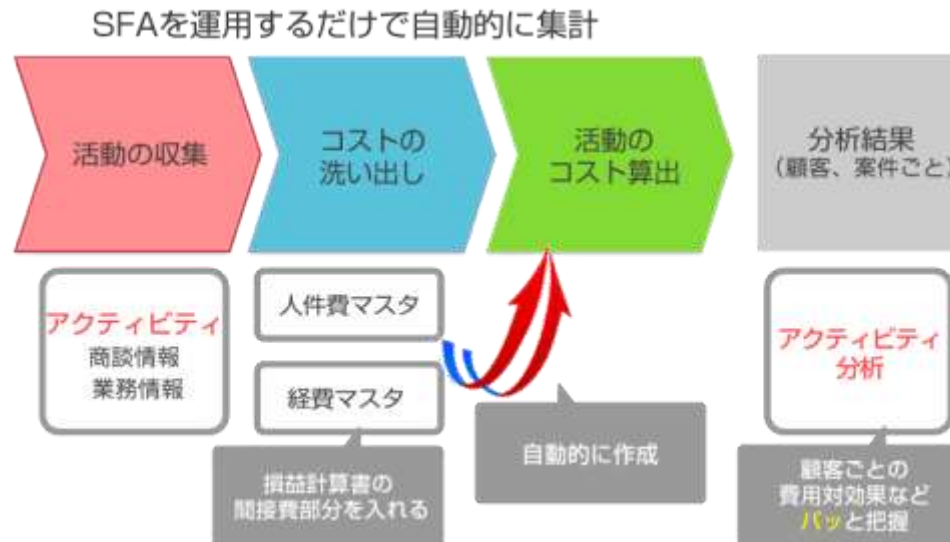


ABMとは②

アクティビティコストを簡易的・自動的に集計

一般のABCでは、対象となる業務のアクティビティを洗い出し、そのアクティビティに投入されている活動時間を集計し、アクティビティ単位のコストを決めてから、日々のアクティビティ集計がスタートするために、ABCプロジェクトの開始までに時間がかかり、またその成果を実現するまでにも時間がかかります。それに対して、NIコンサルティングでは、非製造業で間接費の大部分を占める人件費に重点を置いて、暫定値でのコストを決めた上で、すぐにアクティビティ集計をデイリーに開始し、年次決算が確定してからアクティビティ単価を洗い替える方式を採用し、より短期間にABMに取り組み、改善につなげられるようにしています。

※一般的なABCを理論通りに実現させる際には、事前にアクティビティの検討を行なって、個々のアクティビティを細かく設定する必要がありますのでご注意ください。





訪問計画

訪問計画とは

『Sales Force Assistant』では担当者ごとに訪問ルート別、顧客ランク別の月間訪問計画を作成できます。さらに『深耕創造』『顧客深耕R』では案件分類別・受注確度別の訪問計画も作成できます。業務情報の計画も同時に入力できますので、社内業務とのバランスも考慮して1ヶ月間の計画を立案できます。作成する商談レイアウトを指定することもできます。

月間スケジュール／Googleカレンダー連携

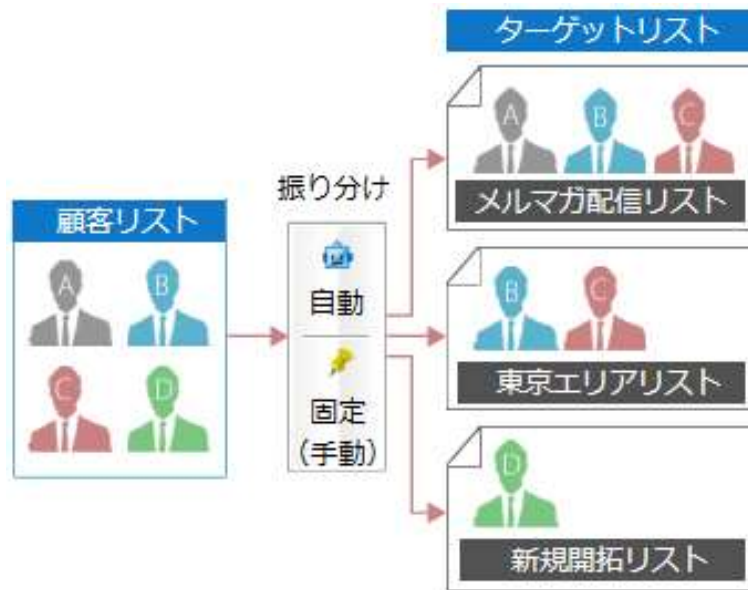
訪問計画はそのままスケジュールとして表示されるのはもちろん、訪問予実績のチェックも簡単にできます。さらにGoogleカレンダーと連携させれば、双方のスケジュールを登録・参照することができますので、スケジュール管理を一元化し、またスマートデバイスのカレンダーアプリとも同期できます。



ターゲットリスト①

ターゲットリストとは

ユーザーの目的に応じて任意にピックアップした各種データをリスト化（グルーピング）できます。例えば、新規開拓ターゲットリストや年賀状送付先パーソンリスト、重点案件リスト、リース期限の迫った納入機器リストなど、用途に応じて作成できます。ターゲットリストは個人（公開・非公開）、または全社員共有で利用範囲を設定できます。またリストの条件に合った情報を自動的にリストに追加したり、リストから外したりできます。



ターゲットリストの種類

2種類のターゲットリストを作成できます。

種類	説明
固定ターゲットリスト	内容に変更があっても固定的にリストに入れておきたい情報をリストアップします。
自動ターゲットリスト	<p>リスト化したい条件に合致する情報をリストアップします。</p> <p>※リストを開くたびに、条件に合致する情報を抽出してリスト作成するため、情報が更新されたり追加されたりすると、リストアップされる件数や情報が変わります。</p> <p>※自動ターゲットリストの中の特定の情報を、リストから外れないように固定しておくことも可能です。</p>

ターゲットリスト②

ターゲットリスト一覧

よく使う検索条件があるのなら、それを自動ターゲットリストの抽出条件にしておけば、面倒な検索でデータを調べる必要もなく、リスト内の情報一覧から欲しいデータをすぐに見つかります。

ターゲットリスト名	自動条件	担当者
2014年新規開拓ターゲット①①		営業部 相川弘
2014年東日本重点ユーザー①		営業部 相川弘
2014年西日本重点ユーザー①		営業部 相川弘
系統別訪問顧客①		営業部 相川弘
品川エリア		営業部/営業課 赤川美子
担当エリア①		営業部/営業課 赤川美子
新規案件開拓ターゲット①		営業部/営業課 赤川美子

顧客名	顧客名カナ	顧客ランク	会社所在地
株式会社エム・アンド・エム	エムアンドエム	C級	相川弘
株式会社A社	エーアンドビー	C級	相川弘
大塚産業株式会社	おおいさんぎょう	C級	相川弘
白丸商事株式会社	しらまるしょうじ	C級	相川弘
株式会社ソーシャルサポート	ソーシャルサポート	D級	相川弘
立花薬品株式会社	たちばなやのひん	D級	松野みよ
松本法律事務所	まつもとほうりつしごと	D級	松野みよ
ミライカンパニー株式会社	みらいかんぱニー	C級	三浦 真

マッピングアシスト連携

マッピングアシストは、本日や明日の訪問予定先、現在地の近隣顧客、ターゲットリストで指定した顧客を、スマートフォンやタブレットの地図上にプロットしてお知らせするアプリです。外出時の空き時間にスマートフォンやタブレットで今いる場所から近い顧客を検索して訪問するなど、効率良い営業活動をアシストします。



イエローカード①

イエローカードとは

営業のアプローチ時期や業務のヌケ・モレをお知らせしてくれる期日管理アラート機能です。訪問が滞っている顧客や案件、次回予定の遅延、長期放置状態のクレーム、リース・償却期限や契約期限などに対してカードが表示され、適時適切な対応を取れるようになります。必要な情報さえ入力しておけば、設定された時期に自動的にカードが出てきますので、仮に失念していたとしても、そこで商談履歴を読み返してアプローチすればよいのです。これによって、営業担当者が行きやすい顧客にばかり訪問したり、長期の見込先を放置したりすることも避けられます。また3年、5年という月日が経つと、自社の営業担当者も異動していたり退職しているケースもありますから、イエローカードの情報を全社で「見える化」することで、組織的にアプローチ漏れを防ぐこともできます。



イエローカードはトップページに表示されますので、営業担当者に日々気づきを促すことになり、タイムリーで漏れのない対応を支援します。

イエローカード②

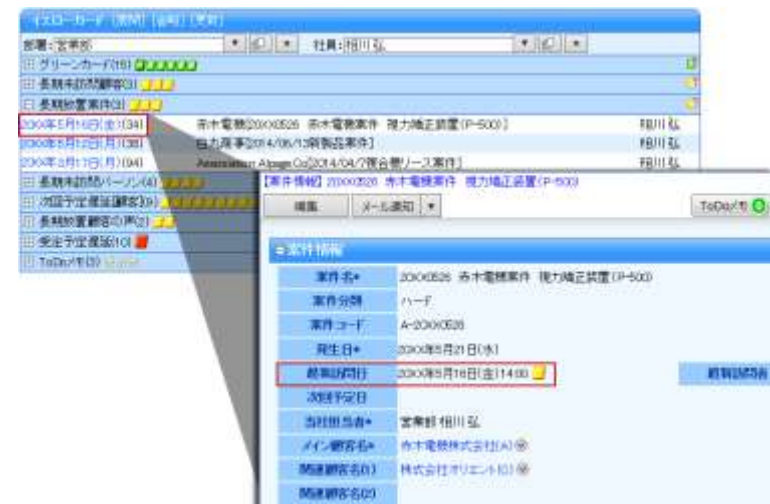
長期未訪問顧客イエロー

最新訪問日から一定日数を経過した顧客情報、もしくは訪問周期を過ぎて未訪問の顧客情報を、イエローカードでお知らせします。



長期放置案件イエロー

最新訪問日から一定日数を経過した案件情報を、イエローカードでお知らせします。



グリーンカード

グリーンカードとは

「新規開拓」「新商品提案」など組織として有効な活動や重点活動を実施した情報（履歴）をカウントして、社員の好ましい仕事、プロセスを評価する機能です。評価を可視化することで、評価する側だけでなく評価される側も現在の状況を把握することができ、社員のモチベーションや組織の活性化にも効果を発揮します。



グリーンカード集計対象

登録された商談情報の内容によってグリーンカードを集計します。戦略や方針に則った活動を促進できるように、集計対象となる条件を設定します。

集計対象項目	集計対象情報
商談目的 [訪問件数集計]	有効な活動と定義した「商談目的」が選択された商談情報。 ○カード発行日：商談日
商談目的 [訪問件数集計外]	
商談成果	有効な活動と定義した「商談成果」が選択された商談情報。 ○カード発行日：商談日
受注確度	受注と定義した「受注確度」が初めて選択された案件情報。 ○カード発行：受注予定日
重要度	有効な活動と定義した「重要度」が選択された商談情報。 ○カード発行日：商談日

GoodJob! ポイント①

GoodJob!ポイントとは

良い仕事、正しい仕事に対して、上司が激励や賞賛、感謝のコメントを入れると、そのコメントに予め設定されたポイントが付与される機能です。ポイントを付与された社員は、自分の価値が認められたという「心の栄養」(ストローク)を受け取ることができ、またそれをゲーム感覚で体験できますので、日々の仕事に楽しく、前向きに取り組むことができます。部下を褒めることが苦手な上司も、簡単操作で部下へプラスのストロークを与えることができます。



キーワード	状態	ポイント
Good Job!	設定済	1 2 3
Thanks!	設定済	1 2 3
Nice Try!	設定済	1 2 3

案件名/案件分類/商談進捗度	受注確度	受注予定日/金額/利益	売上
赤木電機組立装置 ハード . 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	A 当確	2000/10/4	11,555,500 円 4,714,650 円


商談内容
赤木取締役と話しかけましたが、最終は社長と相談して、まもなく返事をする。今の段階ではうちの商品力・価格のどれをとっても他社と比べ圧倒的に有利だそう。後は社長次第。

次受注予定 2000年 10月4日 13:30 (60)
取締役は導入の意志を固めていたみたいで、勝算もあるようですので、任せることとします。

【春日 良明】GoodJob!
うまくいきましたね。
最後の詰めまで油断しないようにしましょう。

【谷 浩一郎】Thanks!!
何となく本当にお任せで大丈夫かな?
投資計画や融資の問題はちゃんと裏をとっておくように。

カウント条件	ポイント
GoodJob!	3ポイント
Thanks!	2ポイント
Nice Try!	1ポイント

GoodJob!ポイント: 32 

株式会社NI商事 営業部 相川 弘

GoodJob! ポイント②

GoodJob!ポイントランキング

GoodJob!ポイントを集計しランキングにして社員全員に開示することもできますので、「良い仕事の見える化」が実現されます。グラフをクリックすると、対象のコメント一覧が表示されます。



プラスストロークポイント

プラスストロークポイントとは、GoodJob!ポイントとは反対に、コメントを入力する社員を対象として、入力したコメントのポイントを集計する機能です。上司が部下に対して無関心になっていないか、適切にプラスストロークを与えているか（存在や価値を認めているか）といったことを確認できます。



ToDoメモ

ToDoメモとは

FAXやメール、資料作成などやらなければならない事、忘れてはいけないことを管理する機能です。付箋紙のように様々な情報にメモを残すことができます。よく入力するToDoメモはテンプレートとして登録もできます。ToDoメモを公開すれば、上司や同僚が気付いた点をアドバイスすることが可能で、他の社員に作業を指示・依頼したい場合にも利用できます。

日報に一覧表示で又ケメモレ防止

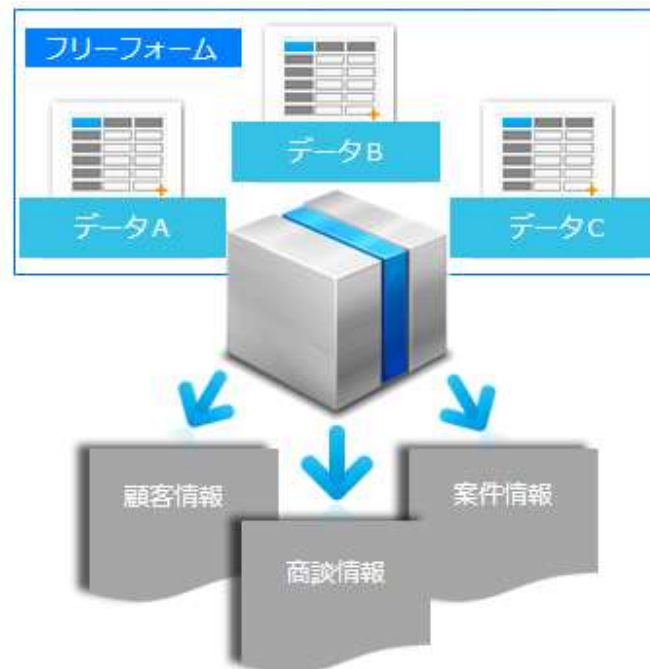
今日が「期限日」のToDoメモ、「期限日」を過ぎても完了していないToDoメモが日報にも表示されますので、漏れを防ぐことができます。



フリーフォーム①

フリーフォームとは

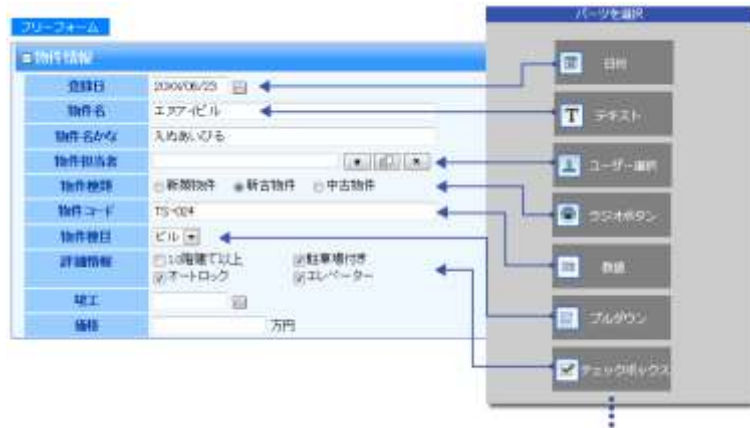
『Sales Force Assistant』シリーズに登録された各種データと連携するデータベースを自由に設計できる機能です。顧客情報、名刺情報、案件情報、商談情報などと連携させて、自由に入力フォームを作成できます。フリーフォーム機能を活用すると、用意された様々なパーツを組み合わせて、登録するデータに最適なフォームを設計でき、貴社独自のデータベースを構築することができます。また、フリーフォームで作成したデータベースは、自由項目のパーツとして、顧客情報や案件情報などの各情報フォームに設置することも可能ですので、活用の幅が広がります。



フリーフォーム②

豊富な種類のフォームパーツ

フォーム設定画面には、テキストボックス・カレンダー・ラジオボタン・チェックボックスなど多数のパーツが揃っています。入力するデータの種類に応じて動きの異なるパーツを選べるので、思い通りのフォームを設計できます。



簡単に柔軟なパーツレイアウト

いざフォームを作るとなると、設定が難しいという悩みをよく聞きます。『Sales Force Assistant』シリーズのフォームは、パーツをドラッグ&ドロップで並べていくだけで簡単にレイアウトできます。また、プレビューで確認しながら設定できるので、直感的に作成できます。区切りや注釈を作ったりすることもできますし、添付ファイルの設置も可能です。



フリーフォーム③

フリーフォーム活用例Case1：商談情報に物件をセットして管理

フリーフォームで物件情報、機器情報、機材などのマスタを作成して、商談情報にセットすることができます。例えば、不動産会社が商談内容に紐づく物件情報をセットするというような運用イメージです。フリーフォームを使って物件データベースを作成すれば、物件情報に登録したキーワードを使って、貴社独自の検索条件を設定し特定物件を抽出できます。また、物件毎に地図を表示したい場合は、登録した住所を元に、Google Mapで地図を表示することができます。

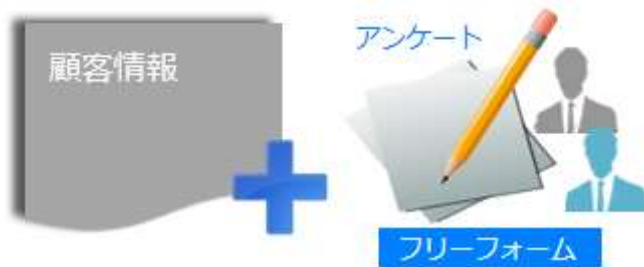


The screenshot displays the 'フリーフォーム (物件情報)' (Freeform (Property Information)) interface. The main window shows a list of properties with columns for '項目' (Item), '内容' (Content), and '操作' (Action). A detailed view of a property is shown on the right, including fields for '登録日' (Registration Date), '物件名称' (Property Name), '物件コード' (Property Code), '物件種別' (Property Type), '詳細情報' (Detailed Information), '種別' (Type), '面積' (Area), '築年' (Year Built), and '物件所有者' (Property Owner). A 'Google Map' overlay is visible at the bottom right, showing the location of the property on a map.

フリーフォーム④

フリーフォーム活用例Case2 : 顧客へのアンケートを履歴管理

顧客の声を聞くことは、自社の商品や業務の調査・改善のためにとても重要です。顧客の目線を中心に考えることで、顧客のためになる商品を作り上げることができ、それは結果として、企業にも利益になるのではないのでしょうか。フリーフォーム機能を利用すれば、簡単にアンケートフォームを作成できます。顧客の生の声を聞くことの多い担当者へのヒアリングや、顧客からの問い合わせなどを参考に、アンケートの設問を検討してみてください。顧客満足度を定期的に計測しておくことで、履歴情報の価値も高まります。



The screenshot shows the 'フリーフォーム (アンケート登録)' (Freeform (Survey Registration)) interface. It displays a survey form with the following questions and options:

- 質問1: 当社のサービスをご存知になりましたか?
 - テレビやラジオの宣伝
 - ソーシャルメディア
- 質問2: 通常、どのくらいの頻度で当サービスを利用していますか?
 - よく利用している
 - たまに利用している
 - 一度も利用したことがない
- 質問3: 他社の提供する同様のサービスと比べた場合、当サービスの料金はどの程度高いと感じますか? または、安いと感じますか?
 - 極めて高い
 - 結構高い
 - 多少高い
 - 同じくらい
 - 多少安い
 - 結構安い
 - 極めて安い
- 質問4: 他社の提供する同様のサービスと比べた場合、当サービスの質はどの程度優れていると感じますか? または、劣っていると感じますか?
 - 極めて優れている
 - 結構優れている
 - 多少優れている
 - 同じくらい
 - 多少劣っている
 - 結構劣っている
 - 極めて劣っている
- 質問5: 当サービスを今後、利用いただける可能性はどのくらいありますか?
 - 確実にある
 - 可能性が高い
 - 可能性がある
 - 可能性が低い
 - 全く可能性はない
- 質問6: 当サービスをご利用になって、全体的にどの程度に満足いただけましたか?
 - 満足している
 - 満足していない

The interface also shows a sidebar with navigation options like 'アンケート一覧画面' (Survey List Screen) and '満足度調査' (Satisfaction Survey).

フリーフォーム⑤

フリーフォーム活用例Case3：運転日報の記録・管理

毎日の運転日報の記録・管理は、単純なことですがいざやるとなると大変な作業です。フリーフォーム機能を利用すれば、車両管理・運転日報管理などを簡単に行なえます。車両自体もマスタ管理しておけば、車両の基本情報（車両名、管理部署等）の他に、自動車保険情報や添付ファイルなど、様々な自社にあった管理が行えます。使用者（営業担当者）は、顧客との商談を入力する時に一緒に運転日報を登録したり、一日一覧の日報入力の際に登録をしたりと、様々な場所から登録できます。今まで実績を記入した紙を集め、その後入力し直していた利用実績の集計作業が、簡単な操作で行なえますので、時間短縮にもなります。

商談情報
日報

+

運転日報/車両管理



フリーフォーム

フリーフォーム (運転日報登録)



車両マスタ管理





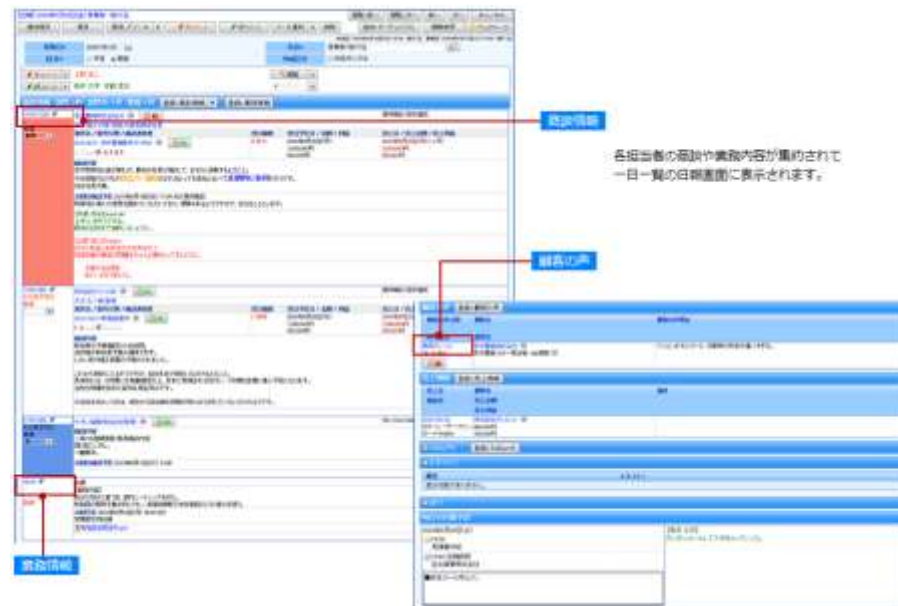
今日のガソリン量は
いくらだろう...
今日、だれがこの営業車
を使用したのかな...

利用日	運転者	始業時メーター指針	終業時メーター指針	本日走行キロ数
2006年6月24日(火)	業務部 田邊 陽一	10,000km	10,100km	100km
2006年6月24日(火)	業務部 長澤 文男	20,000km	20,150km	150km
2006年6月24日(火)	営業部 相川 弘	40,000km	40,030km	30km
2006年6月24日(火)	業務部 南部 利之	70,000km	70,300km	300km

DMV (日報) ①

Daily Monitoring View (日報) とは

DMV (日報) には、「商談情報」「業務情報」「顧客の声」など、その日に登録した様々な情報が一覧で表示されます。社内からは見えない現場の状況、顧客の動向、商品や提案に対する反応などを可視化し、デイリーにモニタリングできるツールです。営業担当者は、得意先を訪問すると、「いつ」「誰」と会って「何をして、結果どうだったか」そして「次にどうするのか」を日報に入力します。一日の活動内容は、この日報画面から全て登録することができます。一日の商談や業務内容が一覧で表示されますから、上司の閲覧やコメント返送の手間も軽減されます。会社として標準化できる情報項目(商談分類、進捗度、受注確度など)は、キーワードで選べるため入力負荷が低く、パソコンに不慣れな社員でも簡単に入力できますし、携帯電話などでも入力可能です。



DMV (日報) ②

一日一覧だからマネジメントの手間が省ける

全ての行動や情報が一日一覧の日報に集約されますので、報連相や翌日の予定なども把握できます。日報閲覧画面から簡単にコメント入力ができるため、上司はスムーズに指示やアドバイスできます。

明日の行動予定	
2009年06月02日(金)	【上野 浩二】 了解、任せた。
09:00	
株式会社オリエント	
14:00	
赤毛電機株式会社	
株式会社オリエント > 新商品も案内しておきます。	
報連相	
オリエントの加藤部長は検査装置の故障でイライラしていらっしやいました。メールでも傳んで、すぐに対応しましたので、「連絡だから謝罪も仕方ないな」と軽微な責備に耐えていらっしやいました。	【上野 浩二】 情報に対応致します。
日報一覧	
成功	※テキスト形式のリンクテキスト形式 株式会社エム・アンド・エム 手塚ができたこと、 来月に何か資料作り。
課題	※テキスト形式のリンクテキスト形式 円高電子 注文書、次週に持ち越し。
対策・方針	※テキスト形式のリンクテキスト形式 来週には必ず注文書取りたいです。

日報通知とコメント通知

日報を活用する方法の1つが、日報通知と日報コメントです。日報通知すると、予め設定した社員へ通知されます。受け取った通知に対してコメントを入力すると、その日報の提出者に自動通知されます。コメントに対して返信も可能です。社内での円滑なコミュニケーション手段として活用できます。



コメント

コメントとは

日報など登録された各種情報に対して、上司や関係者がアドバイスや指示を入力する機能です。入力されたコメントは自動的に本人に通知されます。さらに、コメントに対しての「返信コメント」を登録することもできますので、社内でのオープンかつ円滑なコミュニケーション手段として活用できます。

デイリーなマネジメント

コメントは、赤コメントと緑コメントの2種類があり、直属の上司は赤コメント、それ以外は緑コメントといった形で使い分けることが可能です。コメントの趣旨を明確に伝えるため、コメント分類を自由に設定し、登録することができます。コメント分類ごとに「GoodJob!ポイント」を設定し、本人にポイントを付与することも可能です。入力されたコメントも日報に一覧で表示されますので、コメント確認も簡単にできます。



モバイル対応

携帯電話やスマートフォン、タブレットでの活用 無料アプリ『マッピングアシスト』

『Sales Force Assistant』シリーズは、携帯電話やスマートフォン、タブレットでもA利用できます。モバイル運用により、外出先や移動時間などの空き時間を活用してオフィス内と同様の業務を行なうことや、直行直帰体制を実現することで、営業生産性を向上させることができます。

本日の訪問先や明日の訪問予定先、現在地の近隣にある顧客、ターゲットリストで指定した顧客情報を、スマホやタブレットの地図上にプロットしてお知らせするアプリです。



「電子秘書-アシスタント」機能

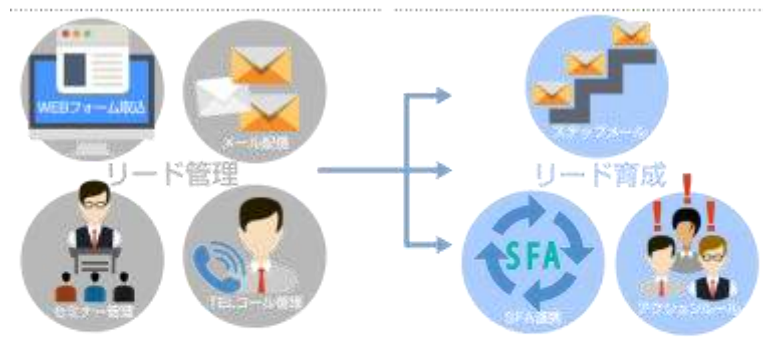
「一人にひとり、電子秘書。」営業活動をアシストする電子秘書機能

営業マネジメントを強化するSFAから、営業マンを支援するSFAに進化させる「真」の営業支援システム。『Sales Force Assistant』シリーズに登録されたデータを基に、営業地図作成やスケジュール管理といった日々の仕事をアシストしてくれたり、業務のヌケモレや提案タイミングを教えてくれる「電子秘書」です。さらに、「ゲーミフィケーション」手法により、利用者を動機付け、システムの運用定着や活用度向上を図ります。

 <p>毎日、今日の訪問予定の顧客履歴を眺め込み、いこから、案件の優先度があるかをリンク付でお知らせします。訪問準備がしやすくなります。正逆に知るらしい機能です。</p> <p>▶ 訪問準備アシスト</p>	 <p>訪問予定先の顧客履歴の中にクレーム情報があった場合、内容と内容を事前に教えてくれます。訪問準備でお客様に重要なクレーム情報を、アシスタントが行います。</p> <p>▶ クレーム-ケア-アシスト</p>	 <p>忙しい営業日程中は、ついつい業務にスケジュールがずれがちです。そこをアシスタントが的確にフォローし、そこをお知らせしてくれます。</p> <p>▶ ミタケ-モレ-防止</p>	 <p>ちょとしたメモも、内容を忘るるうちに、アシスタントが双方向に記憶し、取り付けておけるメモ機能です。ハッピー-ベースデーお知らせ機能から情報をお知らせすることもできます。</p> <p>▶ スティッカーメモ</p>	 <p>自分の担当案件について、アシスタントが顧客履歴や営業履歴、販売金額など仕様の条件から類似の受注案件を探し出して、一覧で表示してくれます。</p> <p>▶ サクセスアシスト</p>	 <p>自分が担当する顧客に対して自分以外の担当者がどのようなアプローチをしたり、情報をお知らせしたりした場合にアシスタントがお知らせしてくれます。</p> <p>▶ 自由コンタクト通知</p>	 <p>顧客プロセスの最適化（見える化）し、営業活動を効率化し、コスト削減などのプロセスにあるべきかを気づかすことができます。</p> <p>▶ 直感的なワークフロー</p>
 <p>案件の進捗管理が滞りがあった際に、自動的に案件の進捗管理が滞りがあるかどうかを知らせ、遅れている場合はアシスタントがお知らせしてくれます。</p> <p>▶ 案件進捗遅延通知</p>	 <p>本日の訪問先や過去の訪問予定先、顧客の属性に関するターゲットリストで指定した顧客情報。スマホやタブレットの画面にもプロットしてお知らせするアプリです。</p> <p>▶ マッピングアシスト</p>	 <p>マッピングアシストを利用して、地図上にプロットされているピンをタップし、画面をスワイプするだけで、その顧客に対する訪問履歴が生成される機能です。</p> <p>▶ TOUCH!</p>	 <p>お客様やスマートフォンなどのデバイスからデータや名前を登録し、システム利用して文字検索（OIC）と、テキスト-ベース検索機能です。</p> <p>▶ 名刺Scan</p>	 <p>毎月、来週に誕生日を迎える顧客をお知らせしてくれます。個人客を対応する企業や、誕生日をキーにしてコンタクトをとると有効な企業で便利機能です。</p> <p>▶ ハッピー-ベースデーお知らせ</p>	 <p>個人顧客の属性（設立）記念日をチェックし、事前に知らずにはする機能をアシスタントが教えてくれます。個人顧客の訪問頻度が下になる営業活動アシストします。</p> <p>▶ 誕生日記念日お知らせ</p>	 <p>顧客情報に入力された決算月をもとに、毎月、決算月がアップロードの顧客をアシスタントが教えてくれます。個人顧客の訪問頻度が下になる営業活動アシストします。</p> <p>▶ 決算月お知らせ</p>
 <p>レースコース上に、各営業アシスタントキャラクターを表示し、設定された目標に向かって走り進んでいるかをアシスタントの励みや応援で「見える化」します。</p> <p>▶ キャンペーン-ゲーミー</p>	 <p>訪問予定や新規顧客件数など、個人で設定した目標に対しての進捗管理をアシストし、状況をお知らせする機能です。目標達成のために必要なアクションをお知らせします。</p> <p>▶ 個人目標達成アシスト</p>	 <p>目標達成に向けた活動に「ビンゴゲーム」に見立て、チームで楽しみながら目標達成を目指します。BINGO 1 のマスには、ポイント獲得または個人単位で目標を設定します。</p> <p>▶ BINGO!</p>	 <p>アシスタントは好みに合わせて、性別、年齢、購買などさまざまな属性があり、エネコインを貯めるとアイテムを獲得することができるようになります。</p> <p>▶ キャラクター-属性設定</p>	 <p>アシスタントにはそれぞれのアシスタントごとにレベルがあります。レベルが上がると、購入できるアイテムの種類や使用できる機能が増えていきます。</p> <p>▶ アシスタント育成</p>	 <p>顧客情報や訪問予定情報を入力すると、それに応じて「エネコイン」が貯まり、アシスタントのエネコインになります。また、スーツなどのアイテムを購入することができます。</p> <p>▶ エネコイン貯蓄</p>	 <p>CTIソフト連携し、電話にかかった顧客番号に紐づく研究や、AIによる音声認識の活用や、CRMの活用による電話履歴の活用が行える機能です。</p> <p>▶ CTI連携</p>

『Approach DAM』連携

『Approach DAM』は、顧客（引合客・見込客・休眠客）の情報を蓄積する「ダム」を作って営業活動に善循環と勢いを生み出す、見込客発掘・育成支援システムです。見込客を創出し、見込度・信頼度を高める最適なアクションを自動化することで見込客のダムを大きくし、セールスプロセスに確度の高いダムを引き渡す仕組みであり、各マーケティング活動の効果測定も実現する仕組みでもあります。「メール配信」「WEBフォーム取込」「セミナー管理」「イベント管理」「TELコール管理」などのリード管理、および『リード育成』のための「ステップメール」「アクションルール」「SFA連携」などの機能で構成されます。案件化率、受注率などのマーケティング効果も見える化されますので、「マーケティングシナリオ」の仮説検証、PDCAにも有効です。



『見積共有管理』連携

顧客・案件・商談・見積まで一元管理

『見積共有管理』は、見積書の作成から承認、発行、保管、分析に至る見積業務プロセスを全て電子化したWebアプリケーションです。これまでは営業担当者が個人で作成・提出し、本人でなければ内容も状況も分からなくなっていたような見積書を全社共有のものとする事で、「いつでも」「どこでも」「誰でも」対応可能な体制づくりと、それに伴う顧客対応のスピード化を実現します。

『Sales Force Assistant』シリーズの顧客情報や案件情報とリンクさせて見積書を作成・管理できますので、顧客毎や案件毎に商談履歴の中で見積書を確認できるので見積提出時のニュアンスも併せて共有できます。さらに、案件管理機能をご利用の場合は見積明細の内容をそのまま受注・売上見込データとして転送することも可能です。



『MapScorer』連携

いつでもどこでも、経営指標を「見える化」

『MapScorer』は、『Sales Force Assistant』に登録される日々のアクティビティ情報をはじめとした、可視化経営システム（VMS）から収集される現場情報を自動集計し、様々な経営指標をパッと一目で見られる「コックピット」、可視化経営のフレームワークである「可視化マップ」「スコアカード」に表示。企業戦略の全社共有はもちろん、KGI（結果指標）、KPI（先行指標）の達成状況を一瞥でモニタリングできる可視化経営実現のための経営支援ツールです。レスポンスWebデザインを採用しているため、スマートフォンでもタブレットでも、画面サイズに最適化して表示されます。外出先からでも経営状況がひと目で把握できます。



『NI Collabo Smart』連携

SFAとグループウェアが完全連携

『NI Collabo Smart』は、PCだけでなくスマートデバイスにも最適化させるレスポンスWebデザインで、デバイスに左右されないユーザーエクスペリエンスを実現し、ユニバーサルデザインアイコンの採用により、グローバル仕様に進化した多機能・低価格グループウェアです。ワークフロー専用ソフトにも負けない高機能ワークフローを標準搭載し、社内ソーシャル機能として「UP!」も搭載。これらが『Sales Force Assistant』シリーズと完全連携することで、業務効率を上げると同時に、顧客対応力を飛躍的に向上させます。



設備・備品 予約	プロジェクト 管理	メール	共有メール	アドレス帳
UP!	ワークフロー	スケジュール	行先伝言 共有	回覧板
文書共有 管理	社員名簿	ナレッジ・ コラボレーション	アクション リスト	交通費精算
タイムカード	宿泊・出張 予約	マイ ブックマーク	NIコラボ Now!	横断検索

『nyoibox-如意箱』連携

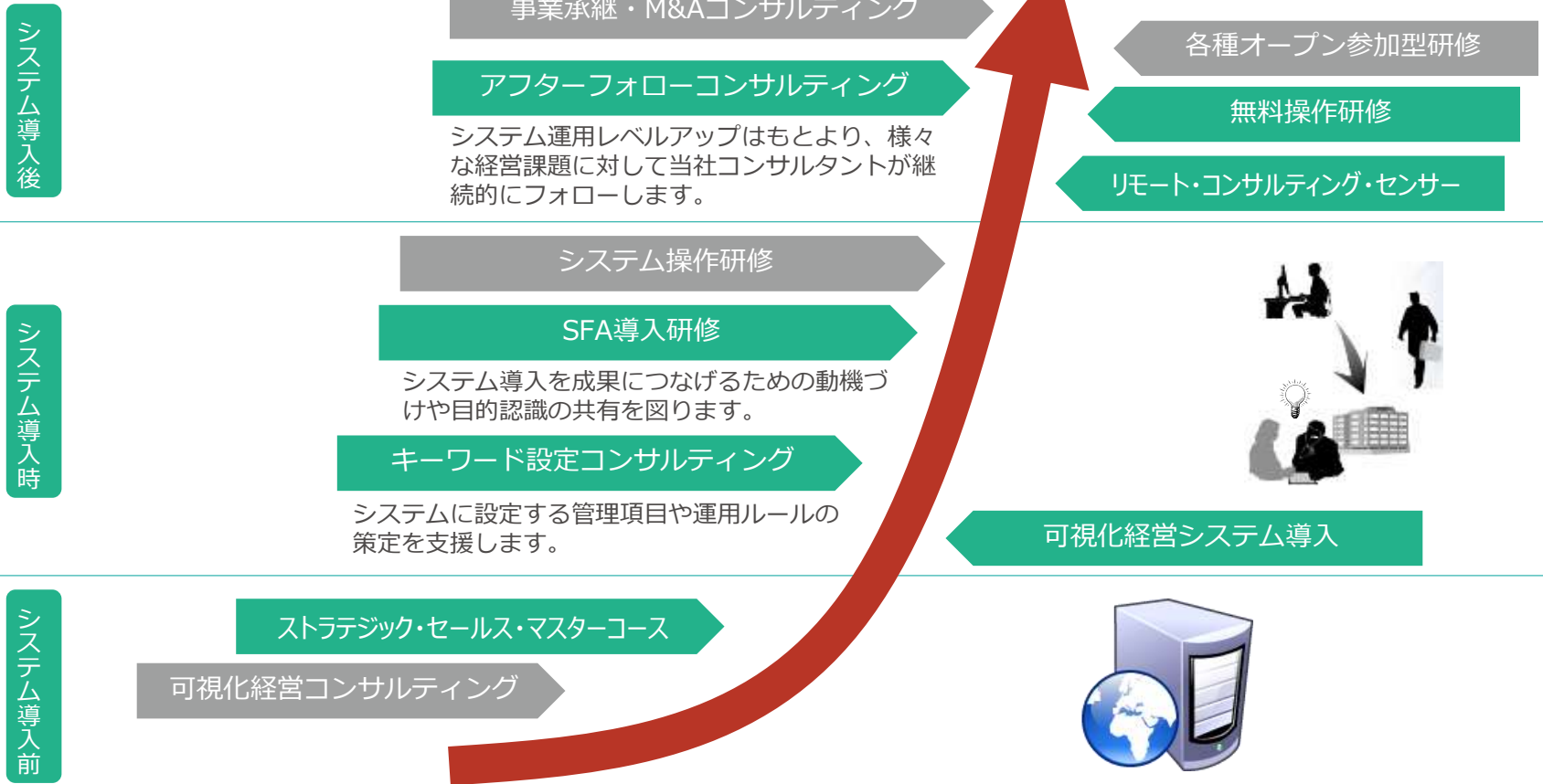
誰でも意のままに、いくつでも作れる箱型データベース

『nyoibox（如意箱）』は、日々の業務に必要なアプリケーションを、情報システム担当者がいなくても、誰でも簡単に作ることができる、クラウド型簡単データベースです。すでにある表計算などのシートをそのままクラウド上で共有したり、ドラッグ&ドロップで情報フォームを簡単に作成でき、データの登録・共有はもちろん、集計やグラフ化もマウス操作のみで簡単に行なえます。また、クラウドサービスなので、社外からのアクセスも容易に実現できます。スマホやタブレットなどのモバイル端末にも対応しており、時間や場所を問わず、いつでもどこでも効率よく業務が行なえる環境が整います。入力フォームの項目には、『Sales Force Assistant』シリーズの顧客情報や案件情報などを呼び出すマスター参照を設定できますので、顧客に係る業務アプリケーションも作成できます。※連携はNIクラウドサービスでのご利用のみに限ります。



コンサルティング・サポート

NIコンサルティングは単なるSFA導入にとどまらず、貴社の明るい未来の実現に向けたパートナーとして、導入時のコンサルティングや社員教育から、導入後のアフターフォローまでを一貫してご提供します。システムはあくまで戦略目標達成・経営体質強化のための道具ですので、その道具をいかに活用するか、また活用して何をを目指すのかを貴社と共有しながら、営業改革・経営革新をサポートしてまいります。



キーワード設定コンサルティング

概要

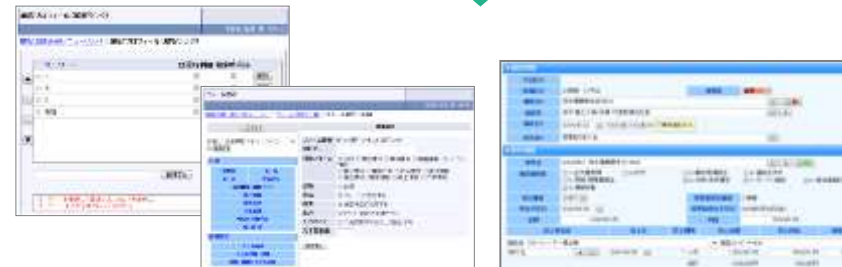
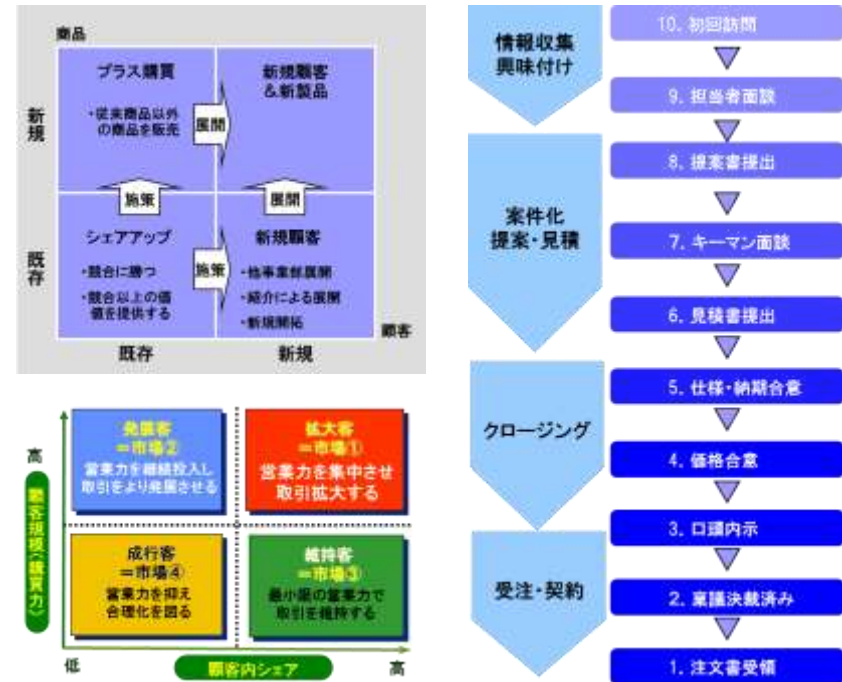
『Sales Force Assistant』シリーズでは、営業プロセス等の管理項目を、キーワード選択項目として御社任意に設定できます。蓄積したデータを必要時にさまざまな切り口で分析するためには、導入時のキーワード項目の選定作業は非常に重要です。キーワード検討は、見方によっては単なる管理項目の検討ですが、営業活動そのものや営業マネジメントに関わるもので、情報活用による営業展開やそのモニタリング（仮説検証）のための指標づくり、全社営業体制構築のための組織分業等を意識した業務分析が必要となります。当社システムを経営者・マネージャー・現場担当者の業務支援や情報分析に活用し、戦略目標に結び付けるために、当社コンサルタントのアドバイスによるキーワード選定サポートを実施いたします。

実施内容

内容	概要
事前準備	打ち合わせ前に必要な管理帳票等を収集し、事前準備を行います。
運用検討ミーティング	手順書に従い運用ルールを検討し、キーワード（管理項目）に落とし込みます。
決定内容レビュー	運用ルール説明書のテンプレートを提供し、その決定内容をレビューします。

対象者：経営者、営業責任者、経営企画責任者etc.
 時間：3時間×2回訪問

▼あるべき営業活動、営業マネジメント、営業情報管理



SFA導入研修

概要

営業支援システム（SFA）は営業改革、経営改革を実現するためのツールであるため、それを定着させ成果を生むには、実際に操作する営業マネージャーや営業担当者の正しい理解、目的認識の統一が必要です。

そこで、本研修では、集合教育によって、営業担当者やマネージャーの持つ「日報=報告書」「SFA=行動管理」というイメージを払拭し、「成果につながる営業支援ツール」という認識を共有して、真に成果を生み出すシステム活用方法を指導します。

同時に営業担当者には成果につながる日報の書き方を、マネージャーには日報を通じた部下指導のノウハウを学んで頂くことで、SFAの価値を高め、より高レベルでの活用を促します。

プログラム

◆第一部「成果につながるSFA運用のポイント」（3.5時間）

- ・行動管理から売するための日報へ
- ・頑張れば売れる時代の終焉
- ・SFA導入は時代の必然である
- ・組織内の矛盾と摩擦は必然 他

※対象者：経営者、マネージャー、担当者（利用者全員）

◆第二部「SFA定着のポイント」（2時間）

～コメントのあり方と部下指導の方法～

- ・激励コメント、感謝コメント
- ・心的報酬とストローク
- ・強化理論による習慣化 他

※対象者：経営者、マネージャー（日報コメント入力者のみ）

頑張れば売れた時代

受注件数	10
訪問軒数	50
電話本数	200
リスト数	1000

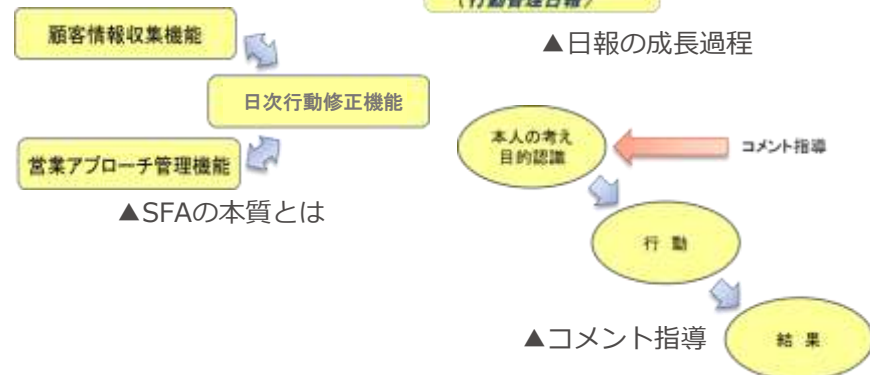
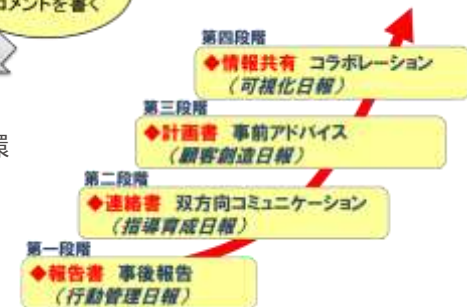


頑張るだけでは無理な時代

受注件数	10
訪問軒数	100
電話本数	2000
リスト数	10000

物理的に不可能

▲頑張れば売れる時代の終焉



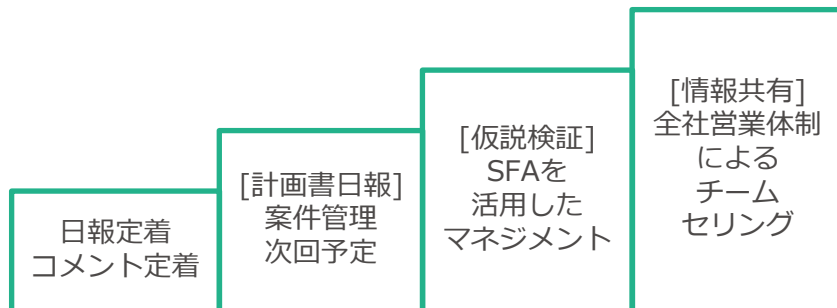
アフターフォロープラス/フォローアップ研修

営業支援システム（SFA・CRM）は、省力化を目的とする基幹システムとは異なり、導入したからといって必ず効果が保証される仕組みではありません。現場の営業担当者が日々の日報を通じて顧客や案件の生情報を入力し、さらにその蓄積したデータを再利用して始めて効果が期待できる仕組みです。当社のアフターフォローサポートはご導入いただいた『Sales Force Assistant』シリーズの価値を高め、より高いレベルでの活用を促し、成果に結び付けていただくことを目的としています。貴社の運用状況を分析し、改善のポイントを顕在化し、具体的な解決策までご提示します。

●アフターフォロープラス

概要

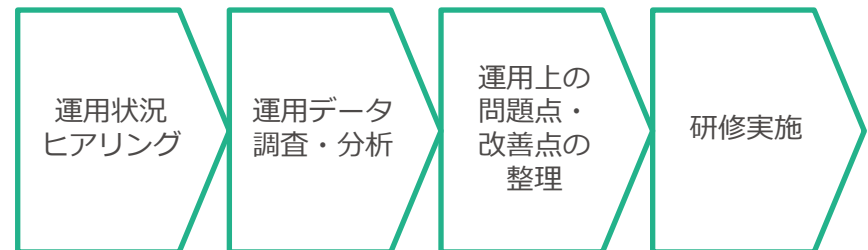
『Sales Force Assistant』シリーズ運用開始後1年間で3回を目安に、当社コンサルタントと貴社プロジェクトチームでSFA運用定着に向けたレビューを行ない、戦略目標達成・業績アップに近づけていくコンサルティングサービスです。SFAは定着までに時間のかかる営業改革です。多くの企業様で年単位での取り組みが必要となります。しかし社内だけでの運用では見直しが難しい点もあるのが事実です。そこで、当社コンサルタントが2ヶ月に1度を目安に訪問し、運用状況の改善方針決定のためのミーティングを実施します。社外の視点も取り入れることで、最終的にはマネジメント改善を自社でリードしていただけることを目的としています。



●フォローアップ研修

概要

『Sales Force Assistant』シリーズを組織に定着させることを目的に、運用開始の3～6ヶ月後を目安に実施する研修です。SFA導入研修でニュアンスとしてご理解いただいた営業支援システムの運用、活用ですが、実際にやってみると、細かいところで、自社としての有効活用のあり方、操作の方法など様々な疑問、問題が現れてくると思われます。また中には、当初の趣旨を忘れ、旧態依然の「報告書」としての日報運用レベルにとどまっていたり、適切なコメントが入らず営業担当者のモチベーションが低下しているということも考えられます。本研修では、これらの状況に対し、実際の運用データを調査した上で、運用上の問題点を整理し、改善指導を行ないます。



ストラテジック・セールス・マスターコース

概要

12年連続ギネス認定「世界No.1セールスマン」の実践ノウハウと、最高・最強の戦略指南書「孫子の兵法」の知恵を、25年・4000社の「営業の見える化」手法で体系化した成功法則を習得する講義型研修。営業活動を諜報活動にシフトし、顧客のダムをつくることで、テクニックや精神論、パーソナリティやセンスに依存せず、誰でも、安定的に、高確率で、成果を生み出す仕組みを構築します。

狙い

営業に対する目的認識を「売ること」から「知ること」「諜報活動」に変革することで、個々人の営業力強化はもちろんのこと、SFAのキーワード（管理項目）の改善や、SFAに入力される情報の質の向上により、営業組織力強化を図ります。

効果

短期

- 日々の営業活動から無駄足が無くなる。
- 御用聞き営業を卒業し、提案力が上がる。
- 営業という仕事が楽しくなる。

長期

- 販売システムの構築で、安定的に売上が上がる。
- 顧客の判断基準が見える化され、先回りできる。
- 商品力やサービス力が高まり、ますます売れる。

必ず売れる22の成功法則

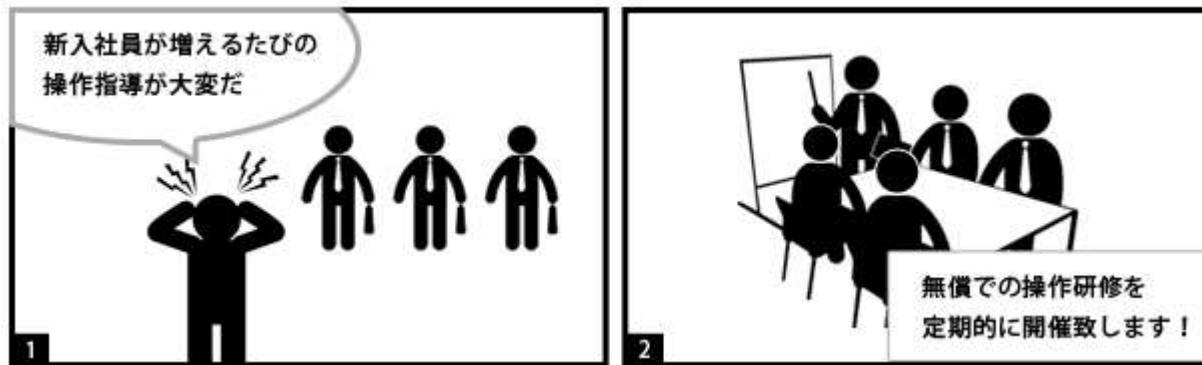
1. 顧客の視点に立って営業プロセスを構築する
2. 営業活動とは諜報活動である
3. 顧客をダムにして観覧車の席を埋め
タイミングよく入れ替える
4. 彼を知り己を知る 顧客を知ることが営業の基本
5. 顧客の判断基準、購買基準を「見える化」せよ
6. 顧客の些細な情報を見逃さず
微妙な変化を「見える化」せよ
7. 客が減る時代だからこそ新規開拓を怠ってはならない
8. 油断、慢心、怠慢を断ち切り為すべきことを為す
9. 受け身で客を待つのではなくこちらが客を動かす
10. 売るためのストーリーも描けないのに
営業を進めてはならない
11. 顧客の考えを超える 常識に囚われてはならない
12. 売ればばいい、という営業ではいけない
13. 目の前の売上ばかりを追いかけてはならない
14. 営業風林火山を旗印にせよ
15. スピード スピード スピード
16. 人がやらないことをやれ 顧客創造葉書のすすめ
17. 高慢な言動は慎み、プロとして顧客に合わせる
18. 勝てるストーリーと勝つ準備ができてからクロージング
19. 成果につながらない行動は無駄である
20. 生産性を意識して動く
21. 必要な投資は行いそれ以上の成果を出す
22. 誠心誠意、気合と根性、神頼みからの脱却

「孫子の兵法とジョー・ジラードのセールスノウハウを、
『見える化』しながら実践すれば、必ずや大きな成果を生み出す。私が保証する。」
孫子兵法家 長尾 一洋

無料操作研修

札幌、仙台、東京、名古屋、金沢、大阪、広島、福岡の当社拠点で、無料の操作研修会を定期開催しています。システム運用開始後に入社された新入社員・中途社員、人事異動で新たに利用することとなった社員の方々に対して、システム操作の基本となる入力方法の指導をいたします。

※その他、経営者向け研修やマネージャー教育、新人育成などの各種オープン参加型研修も全国で定期開催しています。貴社の社員教育・組織開発にぜひ活用ください。



リモート・コンサルティング・センサー

『Sales Force Assistant』シリーズには、その運用状況をモニタリングする「リモート・コンサルティング・センサー」(RCS)を標準搭載しています。システムから運用状況の悪化が読み取られると、当社に自動的に警報メールが届く仕組みです。通報を受けた当社はコンサルタントから連絡を入れて状況を確認し、必要に応じて運用改善のために訪問してアドバイスをするものです。せっかく導入しても現場の営業担当者が入力せず運用が頓挫することが少なくありません。当社は単にシステムを提供するのではなく、それを運用し活用することによって業務改善を提供するという立場に立ち、何らかの事情で運用がうまくいかないお客様を継続支援いたします。自覚症状が出て病院に駆け込む前に、企業ドクターであるコンサルタントが往診に出かけます。



製品価格(税別):クラウド

●クラウドサービス

○初期設定費用：50,000円

○月額利用料：Sales Force Assistant 顧客創造 ……1ユーザーあたり4,000円
 Sales Force Assistant 顧客深耕 ……1ユーザーあたり3,500円
 Sales Force Assistant 深耕創造 ……1ユーザーあたり4,500円
 Sales Force Assistant 顧客創造R ……1ユーザーあたり4,200円
 Sales Force Assistant 顧客深耕R ……1ユーザーあたり4,700円
 Sales Force Assistant ABM ……1ユーザーあたり2,000円
 ※顧客の声、NI Collabo Smartを無料でセット提供

○利用可能人数：1~2,000名

※データ容量：1GB×ユーザー数

※ネットワーク帯域：共有100Mbps

※バックアップ：同一筐体へのリアルタイムバックアップ
 および別筐体への日次バックアップ（7世代）

※セキュリティ：DDoS対策、IPS、WAF、ファイアウォール、SSL通信 他

コンサルティング・パッケージ誕生秘話①

私がかつて一般的なコンサルティング会社に勤めていた頃、一番の悩みはコンサルティング料金の設定でした。多くの企業では、**コンサルティングのニーズがあってもコンサルタントに支払う料金がなくて頼めないという現実がありました。**私もまだ駆け出しでしたし、そんな高い料金設定をしていたわけではありませんが、「頼みたいけど無理だ」と言われ、経営に困った企業を救って元気にするという使命感が空回りしてガッカリしたものです。

そこである時、勤めていた会社の上司に「コンサルティング料金を安くしたい」と申し出たのですが、「それなら君の給料を下げろ」と言われました。むしろ私は給料を上げて欲しいと思っていたので、話になりません。給料は上げて欲しいのにコンサルティング料金を引き下げるといってはあり得ない相談だったので、若気の至りです。

そもそも、**コンサルタントは、一日24時間、一年365日という限られたリソースを切り売りするビジネスですので、どうしても時間単価が高くなってしまいます。**私がそれなりの給料をとろうと思えば、それ相応のコンサルティング料金をもらわなければなりません。一方でクライアント企業様の側では、なるべく安くコンサルティングを受けたいと考えます。当然のことです。月に一度か二度やってきて、数十万円の料金（社員さんの給与1ヶ月分ほどの額）を要求するわけですから。しかし私の方も安易に値下げはできません。事前準備の工数などもありますし、相場的にも良心的にやっていたつもりです。

何年かコンサルタントとして仕事をしていると、さらにまた考えざるを得なくなりました。たとえば月に30万円の料金をいただくと、年間で360万円。それが3年続くと1080万円。5年だと1800万円です。

おかげさまでお付き合いしていた企業にはだいたい継続して契約していただいていたので**累積のコンサルティング料金はどんどん増えていきます。果たして、それだけの価値を生み出しているのだろうか？と自分でも考えざるを得ません。**契約は継続していただいているわけですから、決してコンサルティングの質が悪かったとは思いません。月々30万円というのも大手コンサルティング会社あたりと比べれば安い設定ですし、自分の限られたリソースを考えればこれくらいはいただかないとお手伝いできません。

なんとかこの問題を解決できないだろうかと悩んでいた時期に並行して進んでいたのがパソコンの普及です。そんなある日、「**コンサルティングの内容をシステム化してパッケージングすればいいんだ！**」と気付いたのです。

個別企業には個別の事情や業界の違いなどもありますが、マネジメントの基本はそんなに変わりません。戦略を構想し、経営計画を立て、それを日々の活動、業務に落とし込んで実行し、それを評価し処遇につなげることで組織を動かしていきます。**多くの企業が共通する部分を予めシステム化しておけば、コンサルティング料金も要りませんし、システム化の費用も省くことができます。**

コンサルタントはあるべき姿を提示したり、指導したりはしますが、それを実行するためにはシステムが必須になるはずだと考えたのです。「**コンサルティング料金を安くしつつ実効性のある経営支援を行うにはコンサルティングのパッケージ化（コンサルティング・パッケージと名付けました）が有効だ！**」と確信して、勤めていた会社の社長に直訴しましたが、「**コンサルタントは現場に行って生々しく指導しなければならない**」という古い考えを覆すことはできませんでした。

（続く）

コンサルティング・パッケージ誕生秘話②

1990年のことですから、それも仕方ないことだったのでしょう。しかし現場で、生々しく指導する価値は私も認めますが、それは高いコンサルティング料金をいただくことになり、多くの困っている企業を救うことができません。それで**1991年の3月に自らコンサルティング会社を興したのです**。（これも若気の至りでした・・・）

当時はまだインターネットもなかった頃ですから、パソコン通信を立ち上げてメールや掲示板の仕組みを提供したり、パソコンで動く人事評価のシステムを作ったりしていたのですが、思い描いたような「コンサルティング・パッケージ」を作ることはできず、結局従来型のコンサルティングを続けていたのです。

流れが変わってきたのは、**インターネットが登場した頃から**です。1994年、1995年あたりから**パソコンの普及**も加速し始め、クライアント企業の理解を得やすくなってきました。あるクライアント企業で、それまで紙の日報を使って情報共有していたのをシステム化したいという依頼を受け、**営業管理、店舗管理、クレーム管理、購買管理を実現する仕組みを開発したのが、今の「Sales Force Assistantシリーズ」の原型**です。それを元にしてパッケージ化を進め、**1998年の4月に「コンサルティング・パッケージ」の第一号「顧客創造日報 Ver.1.0」を発売**しました。

かつて、毎月営業会議に出席し、何年もかけて指導してきた、営業マン管理、顧客情報管理、受注先行管理、クレーム共有などを一気に実現するツールが出来上がったのです。**何度もコンサルタントが訪問して指導しなくても、わざわざシステム開発費を投じなくても、経営管理レベルを上げることができる**。そしてシステムだけでは解決できない部分については、生身のコンサルタントが対応して個別にご相談に乗る。

これによってトータルコストを大幅に引き下げることができずし、実現スピードが格段に早くなりました。イメージ的には、**3年から5年かけて、1~2千万のコンサルティング料を払い、さらにシステム開発に5~6百万かけていたものが、数十万から数百万のコスト、3ヶ月ほどの期間でできるようになった**感じです。

今では、コンサルティング・パッケージは「**可視化経営システム**」として機能拡充し、企業経営を支えるインフラとして**累計4000社超の企業様に導入**いただけるところまで来ました。さらに**RCS（リモート・コンサルティング・センサー）機能**により、運用状況の悪化がコンサルティング・パッケージから読み取られると、自動的に警報メールが届く仕組みを実現しておりますので、自覚症状が出て病院に駆け込む前に、企業ドクターである私たちが往診に出かけることが可能になっています。

定期的に訪問するのではなく、必要な時にだけ急行するという仕組みにしたことで、一番コストが高いコンサルタントの人件費負担を引き下げ、トータルコストを抑えることができています。生身のコンサルタントはコピー（複製・分身の術）できませんが、システムはコピーしても品質劣化がありません。**より多くのクライアント企業に導入していただくことで、より安くご提供できることになるのです**。ネット配信（クラウド化）すれば、デリバリーコストもゼロに近づきますから、今後さらに、ローコストでご提供できるようになるはずですよ。

私たちNIコンサルティングは、経営コンサルティング会社ですが、コンサルタント派遣業ではなく、**業績アップ実現業、経営レベル向上支援業**として、システムと生身のコンサルタントの融合で、より実効性のあるサービスを、よりローコストに、よりスピーディーにご提供してまいります。

株式会社NIコンサルティング 代表取締役 長尾 一洋



www.ni-consul.co.jp

コンサルティングの新しいカタチ

NI Consulting

