

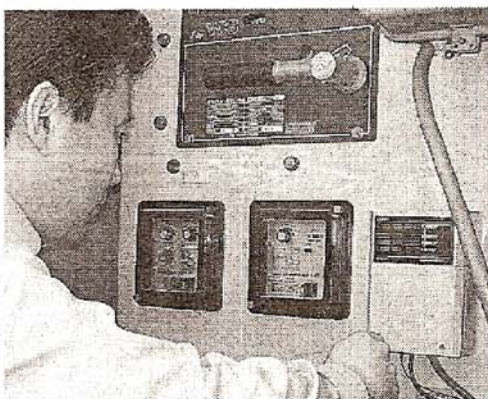
ベンチャー

ベテランの技能や企業の経営課題などを分かりやすく伝える「見える化」サービスを、ベンチャー企業が相次いで提供し始めた。優れた営業員の行動を本人以外の社員にも普及させる携帯電話向けソフトや、電氣帯電話の無駄を防ぐ警報システムを独自に開発。長年の勘・経験がものをいうノウハウを統計などに基づいて分析し、誰でもすぐに活用できるようにするのが狙いだ。

「仕事ができる営業マンの財産は、結果よりもそのプロセス(過程)」。こう強調するのは企業コンサルティングのサイワークス(東京・新宿)の高木博明社長。同社は四月中旬、営業員がどう行動すればよいか迷ったときに携帯電話でベテランの行動パターン

## 営業・製造などの経営課題

# 「見える化」支援相次ぐ



コスト総研の電氣使用量監視システム(右下の機器)は企業の電氣コストを「見える化」する

を参照できるソフトを発売した。一人の行動が多い営業員が、他の営業員の知識や経験を自分のために取り入れ、応用できる。

製品名は「営業の匠(たたくみ)」。導入企業に構築するデータベースに外出先

金額使用料は四千二百五十円(月)と、中小企業でも導入しやすい価格にした。

内容には管理者がパソコンで管理。ソフトが自動的に報告の分類・分析をするため面倒な編集作業は不要になる。ソフトはシリーズ化し、最終段階で必要な手法や判断を検索すると、「顧客に決断を迫る」や「決断のたす計画だ。将来は人材採用向けにも開発する。」など複数の

の営業員が携帯関連項目を呼び出す。それ電話から接続し、その項目を開くと、ベテラン営業員が実践した事例用はシステム購を閲覧できる仕組みだ。

高木社長は「営業日報の代わりにナレッジ(知識や経験)の報告をデータベースに蓄積すれば、導入後二週間〜二カ月で営業現場に効果が出る」と言う。報告

## 「商談の技」共有 分析方法を伝授 電氣の無駄警報

サイワークス  
ジェネックス  
コスト総研

企業変革支援のジェネックスパートナーズ(東京・港、真木和俊代表)は、支援先の継続的な増収を実現するため、中堅社員を集め

た研修などで問題点を徹底的に洗い出す。販売や原価のデータを持っていても分析の仕方を知らない企業にノウハウを伝授。製造現場の問題発生プロセスが理解しやすいようにする。

「経営者はコストの総額が分かっても、どの部分(設備)でどれだけ発生するのかが見えない」と指摘する。コスト発生源を明らかにし、警報システムで社員に実感させることで、コスト削減の意欲が強まるという。

「見える化」を支援する企業は、トップ育成や社内管理体制づくりを中心に手掛ける大手コンサルティング会社と違い、営業や製造の現場といった「底辺部分」からの企業変革をめざす。

「見える化」はまだ事例の少ないき間野だけに、実績を積み重ねて顧客企業を開拓することがこれからの課題だ。

「小暮晃一」