

強い商材、強い営業、強い連携



京二（上海）機電科技有限公司
副総経理

ユ シンケツ
俞 箴潔

2013年は日中関係にとっては波乱な一年、ビジネス環境も同じ。円安、消費税増税、中国の労働賃金値上げなど色々な面で中国へ進出した企業に試練を与えている。商社にとっては優勝劣敗がかなり進んでいる。お客様にとっては何を必要とされるか、京二の社員は何を貢献できるか、他の商社との差別化がどこにあるかについて考えてみた。2014年は総合的に下記3点を実践してみる。

①強い商材をいかにそろえるか

工場では様々な資材が必要とされる。今まで京二上海は切削工具と再研磨業務をメインとして受注していた。工場でのイメージは、京二上海=切削工具類。日本で京二は販売店であり、取り扱い商材の幅が広い。本社のベテラン営業担当のアドバイスをもらいながら商材の路線を調整する緊迫感を感じる。

まず切削に関連する商材の幅を広げることが急務である。切削油、ツーリング類、治具、周辺部品などの加工に関わる現地の高品質、入手性の良い製品をお客様に提供することは第1ステップである。お客様は現在、何に困っているか？現行製

品の満足度は？京二は現地で適切なメーカーを見つけられるか？などの問題点を営業活動をしながら調査している。当然お客様は京二を待っているわけではない。スピーディに情報を察知することが何より大事。

②強い営業とは？

営業活動は世界中で一番マニュアル化しにくい分野である。お客様の多様化、担当者の好み、業界の違いによる商業習慣の相違、お客様に好かれる営業、はよく言われているが、実は全てのお客様に好かれることはまずない。

強い会社には必ず強い営業が存在する。強い営業というのは下記のように考えている。今年も上海で実践すべき点でもある。

●営業チームを細かく整備

従来の商社活動というのは、営業と業務はすべて一人の営業マンが担当し、内勤はサポート役にしか過ぎない。中国の独特な国事情でもあるが、営業と業務の分業化とチームワークを調整してみる。

1 社のお客様にメイン担当とサブ担当を付ける。内勤営業は全ての営業の進捗を把握し、社内からフォローしてあげる体制を整える。営業担当へ情報を集中させ、営業担当からお客様に発信していく体制をとり個々の担当が自分の担当する問題を直接お客様に回答することでより回答を迅速化しリスクを最小限に抑える。

社員数がまだまだ少ない中で複数メンバーがチームを組んで対応していくことによって京二マンとしての一体感も生まれる狙いだ。

●強い営業マンの育成

専門知識を持つ営業マンが何より必要とされる。大半の中国商社の営業は物を知らずお客様とメーカー間の伝言ゲームをやっていると感じていた。いずれにしてもこのような商社マン、会社自体は必要とされなくなる。お客様と同等、もしくは数倍の専門知識を持ち、質問されたらメーカーの代わりに即答できる営業であればお客様の頼りになる。メーカーの技術から色々な専門知識を勉強、ネットでの調査、専門書の読み込みが勉強手段となる。当然一番良いのはお客様の工場等の現場から実践知識を得ることだ。

お客様に依頼された質問をよりスピーディ、正確に回答すること。立場を変えて、お客様の立場から見ると何を回答されるとわかりやすいかを考えて回答の準備をすると営業マンの成長も速い。

③本社との連携プレー強化

グローバルな時代では、日本国内だけに工場を持つ会社はもはや少なくなっている。中国を始め東南アジアで物資を調達する苦労は日本国内よりはるかに多い。この中で京二日中両方より正確な情報提供、見積提供と物流サービスを提供すると従来ない強い信頼感がお客様との間で生まれてくる。

中国現地法人の現地調達情報、もしくはお客様の動きを即時日本側に伝えることは、日本国内のお客様サービス向上にも繋がる。

本社営業との連携プレーが出来上がる。2013年度からこのような動きが出てきており、今年度からもっと迅速にお互いの情報交換ができればより一層お客様サービスと売上向上に貢献できると思う。

世界の変化が早くなっている中で刻々リスクを感じている。会社も個人も安堵感が出てはいけな。以前は10年間ペースで競争していたが現在は3年間で立場が逆転するケースが少なくない。お客様に追随するだけでなく一歩先の情報、商品を提供できればきっと大きく伸びる一年になると信じている。

