

四〇万社の中小企業経営を変えたい 日報ソフトで低価格コンサルを実現

営業マンが日報を書き込むだけで、業績向上に結び付く。

経営コンサルだったN Iコンサルティンク社長の長尾一洋が目を付けたのが、一見地味に映る日報の存在だった。客との日々のやり取りは会社にとって貴重な情報。それをパソコンで共有できるソフトにしたのが同社の「顧客創造日報」だ。

営業マンが営業の進捗や受注見込み、クレームなどを記入すると、顧客やテーマ別にデータが蓄積される。上司は指示が出しやすくなり、会社は半年後の受注の先読みや経営戦略が立てやすくなる。

じつはこうしたことは、経営コンサルティンクのイロハ。コンサルティンクが会議で指示していた帳票の作成や営業管理をソフトに落とし込んだのだ。

一定期間、得意客にアプローチしてなければ警告を発する機能も備えている。担当者がいないときの対応や、引き継ぎも

スムーズになる。

実際、日報ソフトを導入した企業からは「受注単価が上がった」という声が寄せられている。「単なるソフト屋ではない」と、導入後も定期訪問したり、システムだけで対応できない有事にはコンサルティンクが赴いて対処する。コンサルティンクとしてのこだわりが随所にうかがえる。

「組織に入ってサラリーマンになるイメージはわかかなかった」と言う長尾は、大学卒業と同時に、生まれ故郷の広島市にあるコンサルティンク会社に就職した。顧客は地元の中小企業ばかり。営業で回るうち客先の社長とも顔なじみになり、相談を受けるようになった。資金繰りのこと、社員のこと……。常に悩みを抱え、コンサルに対するニーズは確かにあった。



M.Kato

本腰を入れることになった。

ところが最初からそう簡単にいくはずがない。販売チャネルを持たなかったため、ソフトを開発しても売れずじまいで、相変わらずコンサルの仕事で食いつなぐ日々が続いた。

そんな長尾にチャンスが訪れる。グループウェアソフトの大手で、全国に販売代理店網を築き上げていたロータスとの縁ができたのだ。

ロータスにとっては、毎日記入する日報という仕組みが、自社のグループウェアを使ってもらせる最適なツールに映った。ロータスノーツ上で動くようになり、日報ソフトが売れ、業績は一気に上向いた。

ただ、二〇〇二年にロータスジャパンが日本IBMに吸収されたことで、ロータスノーツ上での採用が減り始める。そこで、日報ソフトをウェブ上でも動く

起・業・人

Number 215

ながお・かずひろ/42歳。広島県出身。横浜市立大学商学部経営学科卒業。大学卒業と同時にコンサルティング会社に就職するが3年で退社。1991年にNIコンサルティングを設立した。著書は十数冊に上る。

NIコンサルティング社長 長尾一洋

NI Consulting

料は月に二〇万円程度。大手企業向けのフィーに比べれば安いものだが、それすら払う余裕がないのだ。中小企業の現実を目の当たりにした。

同時に、わが身を振り返ってみた。コンサルティンクが企業を訪問すれば、会議や打ち合わせで半日から一日は費やすので、一人が担当できるのはせいぜい一〇社、売れっ子でも二〇社だ。どんなに頑張っても「年収は一〇〇〇万円、よくて二〇〇〇万円が限界だな」とソロボンをはじいた。

コンサルティンクは死ぬほど働いたつもりでも、顧客からすれば月に一度しか訪問してこない。これでは契約に二の足を踏むはずだ。このギャップを解消するには、ソフトに落とし込むのがいちばんいい。長尾のアイデアだった。コンサルのノウハウならコピーしても品質が劣化しないし、なにより割安に普及できる。ソフトな

ように開発、さらに携帯電話の画面でも使えるようにした。

本とセミナーとソフト 黄金の三点セットを 活用して販売

長尾が販促のために欠かせないものが二つある。一つは本だ。創業まもない頃から書き始め、今では著書は十数冊に上る。「本は自分の考えを全国に運んでくれる有効な手段」だ。

そして、もう一つがセミナー。主要顧客である中小企業を対象に年に二〇〇回はセミナーで講演している。

こうした活動もあり、日報ソフトは着実に売れ続けている。一点、気をつけなければならぬのが、日報というサポートがないか時間管理されていると

ら初期投資だけで済む。

ロータスとの縁で 上昇気流に乗る ウェブを通じさらに拡販

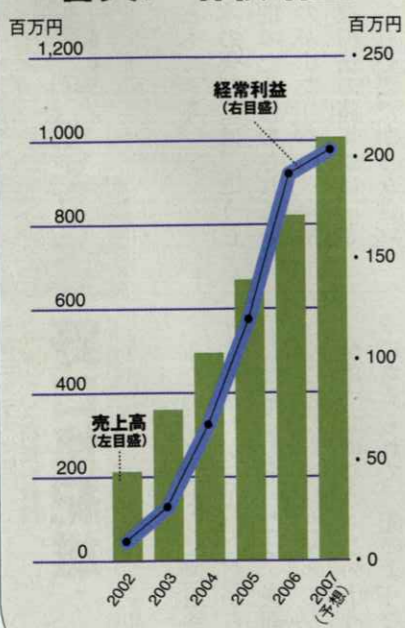
会社に勤めて三年。「大学を卒業して立て、銀行借入れも人を雇ったこともない。ともかく経営を体験してみたかった」と会社を設立。だが、勤め人と会社経営の二足のわらじは長くは続かず、設立した会社の経営に

感じ、社員に拒否反応が起きがちなこと。管理するための道具ではなく、次の行動計画につなげるためであることを理解してもらうことが必要だ。

現時点で日報ソフトは累計一七〇〇社への導入を果たした。それでも長尾の夢は終わらない。ある会計ソフトが累計四〇万社へ導入したと耳にし、自らも「四〇万社の中小企業に入りたい」と大きな目標を設定した。数字管理がずさんだったり、昔と変わらぬ下請け仕事で受注単価がどんどん下がっていったり、「中小企業こそコンサルが必要」との思いを強める。「コンサルのノウハウを低価格で普及し、中小企業の経営レベルを上げていきたい」と意欲的だ。

(敬称略) 本誌・須賀彩子

本とセミナー による販促で 着実に増収増益



*各年12月期



わが社は これで勝負!

コンサルティングで培ったノウハウをソフトに落とし込んだ。ユーザーは20万円から利用できる。営業活動の進捗状況やクレーム情報をひと目でチェックできる。情報を共有することで、社員の経営参画意識を高める