

7つの矛と盾

HOKOTOTATE

矛盾を乗り越え絶対に業績が上がる

6

「アナログの良さもあるが、デジタルは24時間対応」

今回の矛盾は、「アナログかデジタルか」です。多くの営業部門は、「まだまだアナログ文化だよ」「ITリテラシーが低くてね」「やっぱり手書きじゃない」といったアナログ信仰が根深いように感じます。アナログの良さがあるのももちろんですが、だからと言って、デジタルを毛嫌い、食わず嫌いのするのは、もったいないように思います。

日本に鉄砲が伝わり広まる中で、いち早く大量の鉄砲を用意し、鉄砲隊を組織した織田信長と、鉄砲があることを知り、持ってもいながら、「武士は刀と槍で戦うものだ」と鉄砲を一段下に見た他の大名との違いが、今のアナログとデジタルの関係と相似しています。

時と場合に
よって
使い分ければ
良いだけ

営業改革 7つの矛盾

- ① 「効果」か「効率」か
（「質」か「量」か）
- ② 「短期」か「長期」か
（「即戦力」か「育成」か）
- ③ 「新規」か「既存」か
- ④ 「訪問」か「非訪問」か
- ⑤ **「アナログ」か「デジタル」か**
- ⑥ 「人間力」か「仕組み」か
- ⑦ 「外発的動機付け」か
「内発的動機付け」か

たとえば、ハガキやDMなどのアナログ媒体を使った販促と、WEBサイトやメール配信などのデジタル媒体での販促とを比べてみましょう。アナログの場合は、手書きの文章だったり、宛名を書いたりして、手間がかかっていますし、個々の顧客に合わせた内容にも変えやすいですね。味があるし、届けば即見ることが出来ます。

一方のデジタルは、一気に配信できたり、24時間寝ずに対応したり、ただ写真や文字が見られるだけでなく、動画で説明をしたり、そのまま返信や質問がきたりという双方向性もあります。見るためには、パソコンを立ち上げたりしないといけませんでしたが、今はスマートフォンの普及によって、パッとその場で見ることも出来たりします。

「アナログかデジタルか」ではなく「アナログもデジタルも」両方使えばいいですね。

たとえば、パンフレットやカタログ、価格表などのアナログ販促ツールと、タブレットに格納したデジタルカタログを比べてみましょう。アナログのカタログは、すぐに開いて見ることができ、覧性も高いですが、どうしても高張ります。大量のカタログが必要な場合には、営業マンが重たい荷物を運ぶことになるし、印刷費用もバカになりません。

一方のデジタルカタログなら、タブレットひとつで、大量のデータを見ることができ、検索も容易にできます。覧性は落ちますが、持ち運びは楽だし、最新版へのアップデートも確実に、印刷費用がかかりません。

これは両方持つと、コストも無駄なので、自社の営業シーンに合わせてどちらかを選択すれば良いですが、デジタルツールの良さは一度検討してみるべきでしょう。

営業
アシスタント
も電子秘書に
なる時代

たとえば、アナログというか生身の営業アシスタント、営業事務のサポートスタッフがいて、あれこれ気を利かせて準備してくれたり、手伝ってくれると助かります。人の温もり、思いやりが心に沁みますね。

そんな優秀なスタッフが貴社には何人いるでしょうか。その人を雇うのに月額いくらかかっているでしょうか。生身の人間だけに体調や機嫌が悪いこともあるのでは？

一方、デジタル技術の進化によって、今では電子秘書が登場しています。営業マンのスケジュールはもちろん顧客の情報もすべて記憶し、タイムリーにお知らせしてくれて、訪問準備や地図を用意したり、名刺情報を取り込んで、24時間365日休まずにやってくれます。

スマホやタブレットにも入るから、秘書の持ち運びも可。病気もせず機嫌も悪くなりません。おまけに月額4千円程度。
やはり、「矛か盾か」ではなく「矛も盾も」ですね。アナログ秘書もデジタル秘書も、両方うまく使って、営業の生産性を上げることを考えるべきでしょう。
(次号につづく)



株式会社
NIコンサルティング
代表取締役
中小企業診断士
長尾 一洋

「ながおかずひろ」一九九九年に株式会社NIコンサルティングを設立し、ITを活用した営業力強化、経営改革に取り組み。自社開発の経営支援ツール「可視化経営システム」はすでに四〇〇〇社を超える企業に導入された。孫子を企業経営に実践応用する孫子兵法家として、孫子流コンサルティングも手がける。「主要著書」営業マンは目先の注文を捨てなさい！「営業の見える化」「営業の強化書」「仕事の見える化」「社員の見える化」「リーダーは誰だ？」「営業のゲーム化」などがあ

