

SFAとグループウェアの連携の検討

4G-2

齊藤 隆 船生 幸雄* 堀本 徹* 山田 一章* 秋藤 俊介
 (株)日立製作所システム開発研究所 *(株)日立製作所ソフトウェア事業部

1. はじめに

近年、SFA(Sales Force Automation)コンセプト(情報技術により営業を効率化すること)^{[1][2][3]}とその支援ソフトウェア(以下、SFAツールと呼ぶ)が米国から導入され、日本においてもその認知度が高まりつつある。

本稿では、SFAツールの特徴と日本の営業活動に適用した場合の課題、およびその課題をSFAツールとグループウェアの連携により解決する方法について述べる。

2. SFAツール

2.1. SFAツールの機能

SFAツールは、以下の二つの作業モデルに基づき構成されている。

- 標準化された営業プロセスに基づく作業
- 営業チームによる役割分担的な作業

すなわち、標準的な営業プロセスを規定することにより営業活動の計画・実行・分析などの処理サイクルを可能にし、営業・コールセンター・サポートなどの部門が顧客情報を共有することにより全社一体化した顧客サービスの提供を可能にする。

SFAツールは、上記作業モデルを支援するために、次のような機能を備える。

- 営業プロセス管理
- 作業項目管理
- 商談案件管理
- 顧客情報共有
- 営業資料共有

2.2. 日本の営業へ適用する場合の問題点

SFAツールを日本企業の営業活動に適用するにあたっては、日本の営業で行われる以下のような業務も考慮しておかねばならない。

- (1) 営業担当者が作成した日報を営業部門内で回覧することで、営業管理者が営業担当者に対してOJT(On the Job Training)を行う^[4]
- (2) 営業担当者が作成した見積もりを生産部門へ回覧することで、生産部門が見積もり中の構成や納期を稟議する^[5]
- (3) 技術スタッフなど営業以外の人に商談に参加してもらう^[5]

これらの業務においては、SFAツールがもつ以下の特徴により問題が生じる。

- 複数のユーザが時系列的に一連の処理を行うことにより、最終的にある一つの業務目的を達成するような作業モデルがない。
- 営業チームが行う業務を支援することを目的としたツールであるので、営業チーム外の人はいずれも使用しない。

すなわち(1)や(2)の業務では日報や見積もり伝票を複数のユーザの間で回覧させることが必要であるため、この点をSFAツールは支援することができない。また(2)や(3)の業務では生産部門や技術スタッフなどの営業チーム外の人が業務に関与するが、これらのユーザはSFAツールを使用しない。

上記原因を考え合わせると、本問題はSFAツールに新たな作業モデルの支援機能を追加するだけでは解決されない。

3. SFAツールとグループウェアの連携

3.1. グループウェア連携の効果

2.2に示した問題点を解決するには、以下の理由でSFAツールをグループウェアと連携させることが有効であると考えられる。

- グループウェアがもつワークフロー機能およびスケジューラ機能と連携することで、複数のユーザが時系列的に行う一連の処理を支援することができる。
- 企業インフラとしてのグループウェアと連携することで、営業チーム内外を問わないすべての企業内ユーザ間で情報共有やワークフローが可能となる。

3.2. グループウェアとの連携における課題

SFAツールとグループウェアにおけるワークフローおよびスケジューラとの連携とは、要するに、日報や見積もり伝票の回覧のためにワークフローを使用し、営業チーム外の人による顧客訪問をスケジューリングするためにスケジューラを使用するということである。

しかしながらSFAツールからワークフローやスケジューラを呼び出すだけの単純な連携では、以下に示す使用上のデメリットが生じる。

- 営業担当者はSFAツールがもつ商談情報とワークフローを用いて回覧すべき日報や見積もり

に重複した事項を記述せねばならない

- 営業管理者が日報に付け加えたコメントやアドバイスならびに生産部門が見積りに付け加えたアドバイスやクレームは、SFA ツールが管理する商談案件と関連づけることができない
- SFA ツールがもつ作業項目とスケジューラがもつ作業項目とで二重管理が生じる
- スケジューラで管理される作業項目は、SFA ツールが管理する商談案件と関連づけることができない

3.3. SFA ツールとグループウェアの連携方式

上記デメリットを回避するために、SFA ツールはワークフローおよびスケジューラとそれぞれ次のように連携する必要がある。

(I) ワークフローとの連携方式

SFA ツールがもつ商談情報とワークフローで回覧する日報や見積もり伝票は次のような連携をすることが望ましい(図 3.1参照)。

- (1) 営業担当者は SFA ツール上で商談内容や見積もりの商談情報を登録する
- (2) SFA ツールに登録した商談情報を SFA ツールで定義されたフォームに流し込むことで、日報や見積もり伝票を作成する
- (3) 日報や見積もり伝票をワークフローに投入し、営業管理者や生産部門などへ回覧して処理をする
- (4) 最後にワークフローに従って一連の処理を終えた日報や見積もり伝票の内容により SFA ツールの商談情報を更新する

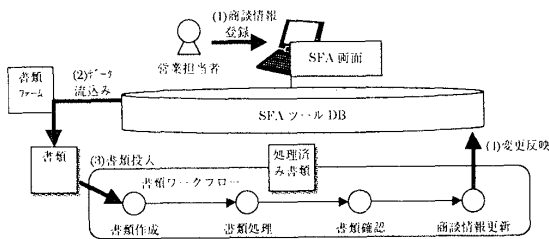


図 3.1 SFA ツールとワークフローの連携方式

(II) スケジューラとの連携方式

SFA ツールがもつ作業項目とスケジューラがもつ作業項目は次のような連携をすることが望ましい(図 3.2参照)。

- (1) 営業プロセスにおいて実行される作業項目とそれ以外の社内打合せなどの作業項目を区別し、前者は SFA ツールに登録し、後者はスケジューラに登録する
- (2) SFA ツールに登録された作業項目はスケジューラにコピーされる

- (3) スケジューラにおいて作業項目のスケジューリングを行う
- (4) スケジューリング結果は SFA ツールに登録された作業項目に反映される

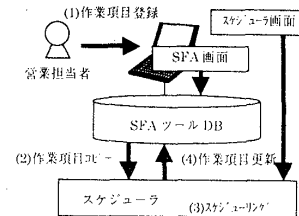


図 3.2 SFA ツールとスケジューラの連携方式

4. おわりに

本稿では、SFA ツールを日本の営業活動に使う場合の問題点と、グループウェアとの連携による解決方法を示した。

SFA ツールとグループウェアの連携は日本の営業を支援するためのベスト・プラクティスであると考えられる。なぜならば、日本の営業では以下に示す二種類の異なった協力関係がともに必要だからである。

- 営業プロセスの標準化や共有情報の形式化によって実現される社員の定型的な協力関係
- 営業担当者や部門間のコミュニケーションによって実現される社員の非定型な協力関係

SFA ツールは前者の協力関係を支援し、複数の社員が営業の計画・実行・分析などの異なる職務を協力して行うことができる。一方、グループウェアは日本の組織の特徴^[6]上必要な後者の協力関係を支援し、上司は形式化して伝えにくい営業ノウハウを部下に伝授でき、顧客への商品説明に技術スタッフを参加させるなどの臨機応変な営業活動を展開できる。

参考文献

- [1] George W. Colombo: Sales Force Automation, McGraw-Hill, Inc., 1994
- [2] グレン・S・ピーターセン著、永田守男監訳: SFA 顧客指向の営業革新, 東洋経済新報社, 1998
- [3] トマス・M・シーベル、マイケル・S・マローン著、アンダーセンコンサルティング 訳: パーチャル・セリング, 東洋経済, 1997
- [4] 廣田達衛: セルスマネジメント, 日経文庫, 1985
- [5] 花岡葛、太田雅晴: 製版統合型情報システム, 日科技連, 1996
- [6] 青木昌彦、ロバート・ドーア編: 国際・学際研究 システムとしての日本企業, NTT 出版, 1998