

スマートフォン/タブレット型多機能端末でビジネス改革(第2回) 営業・販売のワークスタイルを変える

スマートフォン/タブレット型多機能端末をビジネスに活用するためのポイントを解説する本連載。今回は、営業・販売の領域における活用のポイントをCRMの観点から分析していく。

文 中西栄子(日立コンサルティング・シニアマネージャー)、小宮大輔(日立コンサルティング・コンサルタント)

リーマンショックに端を発する経済危機、それから2011年3月に発生した東日本大震災の影響などにより、国内企業は設備投資や事業の選別など、厳しい経営判断を迫られている。

しかし、これらのコストを軸とした改革だけでは、企業が健全な成長を継続的に行っていくことは難しく、日本経済全体の減速へとつながる懸念がある。経営資源が限られ、経済活動に多くの制約を受ける現在だからこそ、コストと並行して、攻めの姿勢で営業・販売機能の強化を検討することは意義深い取り組みとなる。

日立コンサルティングでは、スマー

トフォン/タブレット型多機能端末が企業の営業・販売の領域に改革を引き起こす重要なアイテムになると考えている。

本連載では、成功するビジネスにおけるスマートフォン/タブレット型多機能端末(以下、「次世代情報端末」と呼ぶ)の活用方法を提言している。第2回目となる今回は、ビジネスユースが比較的進んでいる営業・販売の領域における活用のポイントをCRM(Customer Relationship Management)の観点から分析し提言する。

企業と顧客の関係を変える

物を作れば売れる時代が終焉を

迎え、企業は、マーケットの要望をより重視する傾向へと変わってきた。インターネットの普及やコンピュータの高性能化に伴い、企業はe-mailやホームページを使って顧客とのコミュニケーションを図り、CRMシステムを導入して顧客情報を活用するようになった。

今や顧客とのコミュニケーションにおいてシステムは欠かせない存在である。しかし、システムにも、操作する時間・場所、あるいは利用者のITリテラシーによる制限を受けるという欠点があった。

近年は、その障壁が取り払われつつある。

企業側は「いつでも」「どこでも」「容易に」次世代情報端末から業務システムにアクセスできるようになった。顧客側も「いつでも」「どこでも」「容易に」こうした端末から欲しい情報を取得できるようになっている。

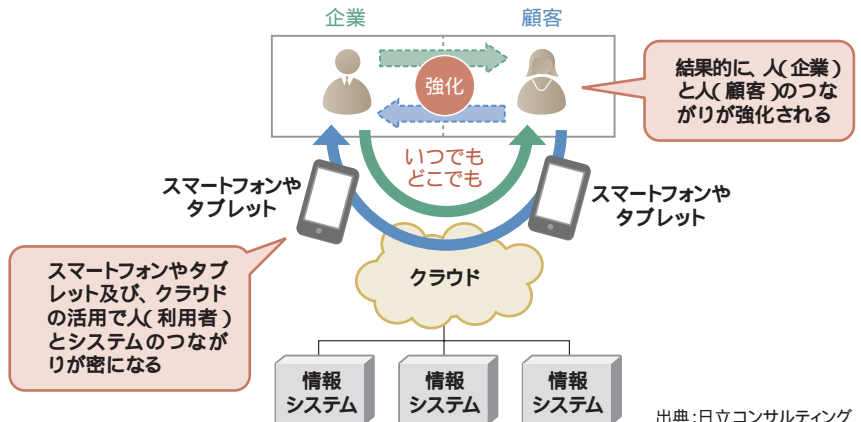
中西栄子(なかにし・えいこ)

日立コンサルティング シニアマネージャー。CRM領域における業務改革・システム改革、最新IT技術に関わる新規事業立上げなどを中心としたコンサルティング業務に従事。通信業界・製造業界・インターネット業界などのクライアントを対象とし、多数のプロジェクトを統括してきた。現在「次世代情報端末・活用コンサルティング」をリード

小宮大輔(こみや・だいすけ)

日立コンサルティング コンサルタント。新規事業に関する市場分析やSaaS領域におけるコンサルティング業務に従事。現在は次世代情報端末・活用コンサルティング業務に携わる。「次世代情報端末の市場動向と市場ニーズ」「次世代情報端末の活用について」などのテーマで講演・セミナー講師も務めている

図表1 スマートフォン/タブレットが変える企業と顧客のコミュニケーションのイメージ



出典:日立コンサルティング