

②ファン数の増加

	東北西濃	二興倉庫	SSX	九州西濃	沖縄西濃
目標	10,850件	71先	68,085件	68,992件	出荷:476件、配達:2,110件
実績	出荷顧客 691件	69先	出荷顧客 5,805件	出荷顧客 7,540件	出荷顧客 459件
	配達顧客 8,502件	—	配達顧客 56,576件	配達顧客 44,242件	配達顧客 2,114件
目標達成率	84.7%	97.2%	91.6%	78.0%	100.5%
現状 (状況及び、課題)	<ul style="list-style-type: none"> <li>前年比較 出荷顧客 102.0% 配達顧客 99.0%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3月実績 実績:1先増加(3月目標:3先) 達成率:33.3% スポット業務を糸口とし、継続業務取引に繋げる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標対比 出荷顧客 100.2%(+14件) 配達顧客 90.8%(▲5,718件)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標対比 出荷顧客 78.7%(▲2,101件) 配達顧客 78.9%(▲12,466件)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標対比 出荷顧客 96.4% 配達顧客 100.1%</li> </ul>
新たな取組み (課題解決策)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ファン数(1年継続出荷)増加のポイント 少額荷主の継続出荷に的を絞る対策 東北ファン800社を管理荷主として、週次で出荷データ配信⇒出荷有無の確認を行う 加えて、少額荷主(不定期/電話)の集荷台帳を作成しアナログ管理と可視化 ⇒不定期荷主の定期化促進 前週出荷がなかった荷主様へSD立ち寄り/声かけの実施、事務職の電話御用聞きを実施し、未利用撲滅を図る</li> <li>新規獲得 4点セットの獲得を目指し継続率高める(KMⅡ、Web請求、口座振替、19年運賃)ご利用開始後のフォロー営業徹底 訪問御用聞き/SD声かけ/事務職電話 店所全体で新規荷主情報共有しフォロー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業力強化…営業1名追加(本社) ※4/17より実施 ⇒1先でも多くの継続業務を獲得</li> <li>新規取引開始以降、当社からの業務依頼及び情報交換等を通して協力関係構築</li> <li>スポット業務対応先に対するフォロー及び年末業務対応先へのフォロー継続 ⇒スポット業務からの奥行き確認により継続業務取引へ移行</li> <li>既存先への取引先紹介依頼を継続(41先) 紹介していただくための品質向上 ⇒商品事故の削減(前年比3月度:77.8%)</li> <li>新たな価値提供へ向け各センター長の営業幅拡大…お困りごと聞き取りの徹底及び時間をかけず、柔軟に対応</li> <li>各営業所間においてセンター長研修の実施(4月実施…3回目) ⇒顧客対応の温度差を無くし、全体でファンを増やす</li> <li>グループ力(協業)を生かした業務対応幅拡大の周知を継続</li> <li>従来の共同営業(東北エリア様、関東運輸様)に加え、東北エリア様との共同営業については、新たに東北西濃様との3社合同での定例MTG、営業を開始(4月より)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【既存荷主ロジ化の取組み】</li> <li>対象既存荷主数 約15,000社</li> <li>既存荷主の要望把握</li> <li>対象15,000社へ「物流改善に興味があるか?」を調査 調査手法はアンケート(筆記式orQRコード)方式</li> <li>当該行動において、保管・庫内含む物流運用・国内外の輸送、既存荷主の課題を正確に捉え、課題解決・物流効率化を図れる提案営業を展開</li> <li>既存荷主の物流に関して、当社に運用を任せて頂くことで、セイノーファンの増加、及び安定した収入の確保に繋がる</li> <li>その他取組み 獲得率の高いホームページへの問い合わせを増やすために名刺へQRコードを表示。ホームページへの移動がスムーズにできるよう取組む 環境を配慮したSDGsの商品(e2便、JR通運、JITBOX等)を、既存の主要荷主をターゲットとして積極的に提案し獲得を図る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>獲得荷主へのフォロー涉外 ⇒管理職による初出荷の翌日訪問 お困り事、御用聞き</li> <li>SD小口新規荷主獲得 ⇒3月目標:460件 実績109件・実行率23.7% 「よく着くアプリ」を活用 その場で回答の取組</li> <li>獲得荷主への「お客様アンケート」の実施 ⇒3月配布実績35件 回答6件 回答率17%</li> <li>【弊社利用の決め手】</li> <li>SD・事務員の対応3件</li> <li>コストメリット1件</li> <li>リードタイム・輸送品質:1件</li> <li>(その他)担当営業とコストメリット:1件 ※未回答荷主対応</li> <li>SD、プランナーから声掛け</li> <li>メールによる再案内を配信</li> <li>メルマガ配信 3月配信:2,250件(月2回) ⇒輸送の商品・サービス・ロジサービス・空坪情報等 ⇒3月配信トピックス</li> <li>2024年問題・BCP対策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>毎週火曜日に全店所とのWeb会議で進捗報告</li> <li>毎月1回のアナログ会議を各店所(4)の持ち回りで、SD声掛け新規獲得への取組み報告を行い運行課と営業課で共有を図る</li> <li>法人会チラシ同封サービスへ営業提案のチラシを申し込み [法人会員] ・那覇法人会:約2,000社 ・那覇北法人会:約1,850社</li> <li>ブレイクダウンツリー作成</li> <li>エリア限定したターゲット設定</li> <li>営業所毎の売込み輸送サービスでターゲット設定</li> <li>業種業態に合わせた営業ツール作成</li> <li>営業担当とSDへの顧客対応勉強会を実施</li> </ul>