

『Googleフォーム・スプレッドシート』 を利用した渉外活動管理

セイノースーパーエクスプレス株式会社

1. 課題と目的

抱えていた課題

プランナーの課題

- ・ 渉外後、帰営してからの渉外報告書作成に時間（PC入力・メール送付）がかかっていた

エリアの課題

- ・ プランナーが作成する渉外報告書は、今まで各エリア単位で集計項目がバラバラであった
- ・ 統一化されていないことから、会社全体の情報が断片化されているので集約する作業が発生
- ・ 断片化された情報ではプランナーフォローのスピード感に欠け案件獲得の機会損失に繋がる

管理者（所長・営業課長）の課題

- ・ 台帳管理やメール確認だと、適宜指導が遅れる（スピード感に課題）
 - 収入の増減要因が、行動した（しなかった）結果であるのか、お客さま起因であるのかが分からない

目的

課題を解決することで

- ・ プランナーが集中して営業活動ができる環境構築
- ・ 所長、エリアスタッフが「渉外内容」をリアルタイムに確認し「支援・フォロー」体制構築

目的達成のために

Googleフォーム・スプレッドシートを利用した渉外活動管理を実施

これにより

- ・ プランナーは渉外の待ち時間等を利用し出先から簡単に渉外報告を入力できる
- ・ 営業所長、エリアスタッフは今日の渉外結果をリアルタイムに確認しスピード感を持って支援ができる

2. 業務フォロー Before・After

これまで

お客さま訪問後、
帰営し営業報告書作成



エリア宛に送付



エリア担当者はバラバラに届く報告
書を集約、確認・チェック



ノートPCがなく、帰営しないと報告書作成ができない!!

利用開始後

お客さま訪問後、
移動時間等を使って報告



入力後即反映



リアルタイム反映
スピード感UP!!

URLで
皆が情報共有!!

- ・ Googleフォームは、スマートフォンからアクセスが可能
(2次元バーコードからアクセス可能)
- ・ 入力内容も簡素化しているため素早く報告ができる!!

3. 入カイメージについて

各プランナーは、渉外報告を、
Googleフォームで入力

<https://forms.gle/n5oapX6Rz3nNqAut9>



2次元バーコードを読み取り
スマホからの入力が可能

渉外報告フォームのイメージ



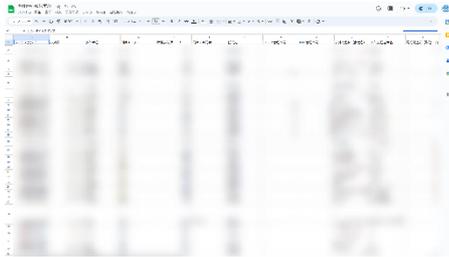
具体的な入力項目

	項目	種類	内容
共通項目1	渉外日*	日付入力	
	渉外者名*	文字入力	
	所属エリア*	プルダウンより選択	北海道 / 東北 / 東京 / 北関東 / 東関東 / 神奈川 / 東海 / 信越 / 滋賀北陸 / 関西 / 中四国 / 九州 / 本社
	所属営業所・所属名*	文字入力	
	同席・帯同者	文字入力	
	訪問先*	選択肢 (ひとつ選択)	新規荷主 / 既存荷主
	管理番号	英数字入力	ターゲットリスト番号、LOPターゲット番号等を入力
	渉外先名称 (会社名) *	文字入力	
渉外先担当者名*	文字入力		
獲得見込額 (単位: 千円) *	数値入力		
新規荷主	訪問回数*	選択肢 (ひとつ選択)	初回 / 2回目以降
	訪問目的*	選択肢 (複数選択可)	初回挨拶 初回打ち合わせ 打ち合わせ 下見 見積提示 獲得後訪問 その他
既存荷主	訪問種類*	選択肢 (ひとつ選択)	定期訪問 / 都度訪問 (能動的) / 依頼訪問 (受動的)
	訪問目的*	選択肢 (複数選択可)	打ち合わせ 商品紹介 提案 見積提出 クレーム対応 その他
共通項目2	提案内容*	選択肢 (複数選択可)	ロジスティクス (LOP) Express 区域・貸切 路線 引越 国際 JITBOX R-smile・EDI その他
	潜在商品*	選択肢 (複数選択可)	ロジスティクス (LOP) Express 区域・貸切 路線 引越 国際 JITBOX R-smile・EDI その他
	渉外内容*	文字入力	
	結果*	選択肢 (ひとつ選択)	獲得 / 断念 / 継続
	次回訪問予定*	選択肢 (ひとつ選択)	あり / なし
	次回訪問予定日*	日付入力	
	次回訪問目的*	文字入力	

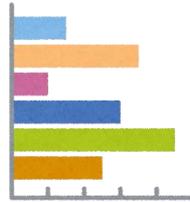
4. 営業分析プロセスの内容（概要）

①活動内容の分析・見える化

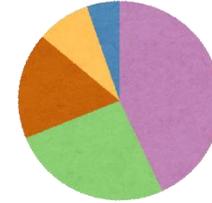
蓄積される活動報告を集計



『誰が』どれだけ活動をしているかの可視化



活動の『段階（営業プロセス）』を管理



見積を提出し当社をご利用いただける段階に至っているか？を重視

②結果検証

社内システム



社内システムで日々集計される収入の確認

渉外活動が結果に反映されているか？

- ・内容、質の検証
- ・プランナーのフォローアップ



プランナーは営業活動に専念
エリアからの指導で質の向上

5. 集計イメージ① プランナー毎の活動の見える化

集計イメージ

プランナー・営業担当者別集計					(獲得荷主継続率)								
プランナー 営業担当者	6月					前月までの獲得分					第1四半期合計		
	新規訪問 件数	ターゲット 数	当月 獲得件数	稼働額	ヒット率	件数	稼働額	継続額率 (年度累計)	荷主 継続率	稼働実績 合計	獲得件数	累計金額	ヒット率
	78	110	3	5,623	3.85%	1	1,400	0.00%	0.00%	7,023	3	7,023	3.09%
	13	37	1	7,985	7.69%	4	88,531	72.39%	100.00%	96,516	5	277,259	9.43%
	3	10	0	0	0.00%	1	3,641	0.00%	0.00%	3,641	0	3,641	0.00%
	6	27	3	637,055	50.00%	2	331,425	133.41%	50.00%	968,480	7	1,271,940	26.92%
	53	53	2	11,628	3.77%	3	68,057	175.42%	150.00%	79,685	4	147,524	4.82%
	8	17	0	0	0.00%	2	28,636	0.49%	100.00%	28,636	2	7,828,976	13.33%
	29	33	0	0	0.00%	1	55,020	0.00%	0.00%	55,020	0	55,020	0.00%
	27	38	2	200,498	7.41%	2	30,939	375.52%	200.00%	231,437	3	250,662	5.45%
	0	9	0	0	0.00%	1	2,510	250.25%	100.00%	2,510	1	5,521	7.14%
	16	32	4	56,914	25.00%	1	1,609	0.00%	0.00%	58,523	4	58,523	18.18%
	28	33	3	554,564	10.71%	6	128,580	114.27%	200.00%	683,144	6	833,502	11.11%
	12	18	2	64,138	16.67%	1	5,408	0.00%	0.00%	69,546	2	69,546	16.67%
	5	14	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0	0.00%
	4	14	1	56,450	25.00%	0	0	0.00%	0.00%	56,450	1	56,450	25.00%
	51	52	1	41,392	1.96%	0	0	0.00%	0.00%	41,392	1	41,392	1.96%
	0	0	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0	0.00%
	0	0	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0.00%	0	0	0	0.00%
合計	333	497	22	1,636,247	6.61%	25	745,756	11.76%	147.06%	2,382,003	39	10,906,979	7.13%

渉外活動報告からプランナー毎の件数を集計し、獲得に至った件数からヒット率算出。
 プランナー毎に一覧化することで管理者は、ヒット率が低いのか、単純に渉外活動件数が少ない
 のかを把握し適切な指導、フォローを行うことができる。

6. 集計イメージ②活動「段階（プロセスの管理）」の管理

渉外報告項目に、どういう目的で訪問しているか？ 設問を用意。

管理者は渉外中であるにも関わらず停滞している活動の早期把握、見積書提出数が見える化

訪問目的*

- 初回挨拶
- 初回打ち合わせ
- 打ち合わせ
- 下見
- 見積提示
- 獲得後訪問
- その他

事業所	ターゲット数	訪問軒先数	未訪問数	訪問率	訪問回数	見積提出数	見積提出率	見積提出獲得件数	見積提出獲得率
福岡地区営業所	33	28	5	84.85%	28	4	14.29%	1	25.00%
山口地区営業所	17	12	5	70.59%	12	2	16.67%	1	50.00%
九州地区営業所	29	14	15	48.28%	16	7	50.00%	1	14.29%
北関東地区営業所	66	65	1	98.48%	69	37	56.92%	6	16.22%
岡山地区営業所	43	42	1	97.67%	46	14	33.33%	2	14.29%
山口営業所	46	45	1	97.83%	50	36	80.00%	2	5.56%
熊本営業所	62	59	3	95.16%	64	16	27.12%	2	12.50%
山口営業所	37	31	6	83.78%	32	6	19.35%	1	16.67%
新島営業所	18	16	2	88.89%	21	13	81.25%	1	7.69%
岡山地区営業所	31	31	0	100.00%	34	6	19.35%	1	16.67%
岡山地区営業所	35	28	7	80.00%	28	2	7.14%	0	0.00%
岡山地区営業所	32	32	0	100.00%	55	2	6.25%	1	50.00%
福岡営業所	40	22	18	55.00%	25	5	22.73%	3	60.00%
熊本地区営業所	49	33	16	67.35%	43	4	12.12%	3	75.00%
山口地区営業所	29	14	15	48.28%	16	0	0.00%	0	#DIV/0!
北関東地区	52	51	1	98.08%	58	29	56.86%	1	3.45%

見積書の提出が増えると獲得率が上がる

7. 導入効果

営業活動が「見える化」された効果

プランナー

- ・個人の紹介実績が可視化されることで、競争意識が醸成される

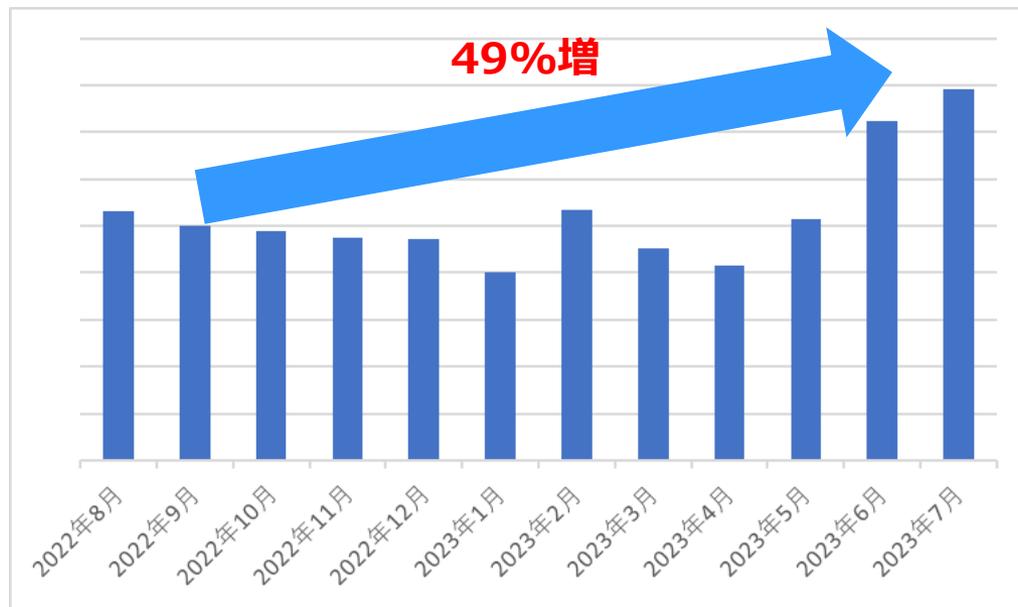
管理者（所長・営業課長）の効果

- ・プランナーへの効果的な指導・支援が可能になり営業の質の向上に繋がり案件獲得の増加。

導入効果（定量効果）

渉外活動において事務的に要した時間（20分/日）が改善しお客さまへの訪問打席や渉外時間の拡大

- ・プランナーが営業活動に専念できる時間を創出
20分/日 * 110名 = 約37時間/日（2,200分/日）



取り組みの継続により、
渉外活動の件数アップ!!