

⑥成功事例(「セールスアップ面」、「コストダウン面」、「プロフィットアップ面」のいずれかにおいて、成功した事例)

	西濃運輸	遠州西濃	伊豆西濃	丸久運輸
新たに 取組みした内容 (テーマ)	<ul style="list-style-type: none"> ・2018年度からの収入・利益推移で、うまくいっているエリアの成功事例から、特積みを維持しながらロジ・貸切を伸長させる取り組み実施 <p>【特積み維持のために】</p> <ol style="list-style-type: none"> ①当社の中で好調業種である中分類5業種ターゲットへの涉外(食料品製造、印刷、業務用機器、飲食料品卸売、衣類・身の回り小売) ②プランナーレシビの作成 ③インサイドセールスにより確度の高い涉外を継続 ④顧客カルテ活用による行動管理 ⑤新規獲得CPによる継続新規獲得 	<p>【セールスアップ面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特積み以外の案件、主に貸切セールスの拡販 <ul style="list-style-type: none"> *自動車部品のルート配送業務(4トン) *アパレル商品の定期便浜松-岐阜、岐阜-つくば(週1回) *ヤクルト2トン冷蔵車市内配送(10月開始) 	<p>【セールスアップ面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町指定のゴミ袋配送 	<p>【セールスアップ面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ヤクルトロジ様の新規支線輸送(冷蔵車貸切輸送)を獲得 ・自社倉庫から出荷される飲料で、バイヤー手配の貸切引取り便を、当社手配の車両に切り替えて頂いた
従来の手法と 課題	<p>【従来の手法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユーザーによる業種別ターゲット選定(ターゲットの深堀不足) <p>【改善】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・好調業種を絞り、ユーザーによるターゲット抽出 	<ul style="list-style-type: none"> ・従来は路線便の延長線上の貸切セールス(スポット貸切)しか行っていなかった ・西濃の知名度&ファン取引数に着目し常用貸切の市場を開拓する余地は十分にある →常用貸切セールスもできる人材育成が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・ロジ倉庫からの回送業務と各販売店への配送 ・エリア拡大 空きスペースの効率化輸送 配送個数の上乘せ 	<ul style="list-style-type: none"> ・貸切輸送の新規コース見積り依頼が入るが、現在の運送コスト設定による運賃水準とお客様の求められる水準に乖離があり、料金設定が厳しくなっている
お客様に提供 できたGain	<ul style="list-style-type: none"> ・多くのお客様へ接点を持つことで、お困り事を聞き届け、深掘りすることでPainを解決する 	<ul style="list-style-type: none"> ・地場貸切業者との関係を深め、繁忙期にも安定的な供給で、お客様の不安を解消 	<ul style="list-style-type: none"> ・1市120カ所の販売店の配送業務を1週間という期間での配送を1日で業務終了。期間短縮することができた 	<ul style="list-style-type: none"> ・従来は発ベースの車両で価格検討をしていたが、O.P.P. 同業他社と連携した帰り便活用により料金設定を抑えた提案ができた
効果・実績に ついて	<ul style="list-style-type: none"> ・好調業種ターゲットに涉外(効果額:今期中寄与見込70百万円) ・インサイドセールスによる涉外で、新規獲得のおよそ1割を(10百万円)占めている ・新規獲得CPにおいても、8月実績でプランナー一人当たり獲得額が、前年比116%UPができておりプランナー全体の底上げもできている 	<ul style="list-style-type: none"> ・7月貸切収入4,730千円(前年2,320千円 前年比較204%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・西濃ルート配送通常業務に組み入れてリードタイム短縮 	<ul style="list-style-type: none"> ・8月度実績 700千円の月間増収
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・上記の取り組みで特積み(一般+ミニ※)を維持した上、物流・貸切で上積みしている ・物流・・・見つかル倉庫も活用し情報共有をすることで、倉庫の増床ができている ・貸切・・・チラシ配布を中心に貸切をアピールし、認知度UP。ハコベルを活用し、貸切の属人化脱却、見積スピードUP ・既存荷主様をはじめとし、複数のサービスをご利用いただき、お客様との粘着力を高めていく 	<ul style="list-style-type: none"> ・地場貸切業者との強化の他に、ハコベルとの関係を構築し、より一層のコスト削減と安定供給で、お客様の課題を解決していく 	<ul style="list-style-type: none"> ・まずは一カ所で試験的に実践配送を伊豆西濃の配達レベルか確認していただく依頼同業運送業者の注意点、重要ポイント ・最低限のルールを完全マスターし配送エリアの拡大をはかる最大のポイントはスピード 	<ul style="list-style-type: none"> ・O.P.P. 連携先の選定先を行う際に、将来的な帰り便の活用を見越して、ルート配送の最も遠い納品先のエリアに事業所を有する運送会社を候補として接点を図った。 ・委託先にとっては往復輸送の配車が可能になり、その結果互いにWinWinの関係を構築できた