

with コロナ時代に向けて考えたい オンライン対応 導入のポイント

製造業でもオンライン対応は不可避

新型コロナウイルスの感染拡大により、多くの業界、多くの企業で人との接触機会を減少するため非対面化の取り組みが進んできた。製造業では現場でなければできない仕事も多いので、昨年春頃にはリモート対応の導入に消極的な会社も見られたが、今年1月に二度目の緊急事態宣言が出されてからはオンライン化の流れがより加速しているように見受けられる。

オンラインでの商談や打合せが定着し、顧客がオンラインのメリットを理解してきた今、今後新型コロナの流行が収束したとしても営業活動のやり方が元通りに戻るとは考えにくい。そこで、ここでは加工メーカーが知っておきたいオンライン対応の基本についてまとめた。

オンライン商談のメリット・デメリット

はじめにオンライン商談のメリットとデメリットを、加工メーカー側と顧客側、双方の視点から考えてみよう。

加工メーカー側がオンラインを導入するメリットとして最もわかりやすいのは、訪問にかかる移動時間や交通費など「商談コスト」の削減だ。相手が遠方であっても自分の拠点から商談できるので、移動時間を別の業務に充てられて、業務効率も上がることだろう。インターネット環境さえあれば場所を問わず商談ができる点も大きい。

また、顧客から引き合いがあったとき、従来であれば商談の日程調整を行い、出張予定を立てて対応するためタイムラグが発生した。しかしオンラインであれば即時対応することもできるので、顧客の熱が冷めないうちに詳しい話を持ち込むこめる点もメリットといえる。

また、オンラインで問題なく営業して仕事ができる体制が整備できれば、日本全国の顧客に対応可能になるため、商圏は一気に拡大する。1日に対応できる商談・打合せの数も増えることから、受注増、売上増も見込めるポテンシャルがある。

逆にデメリットとしては、画面を通じた話し合いの中で、サービスや技術の詳細が対面と比べて伝わりにくい点がある。ある金型メーカーの社長が教えてくれた、「顧客と缶コーヒーを飲みながらの雑談中にパッと出てきたようなアイデアやヒントなどは、オンラインの打合せでは得られにくい」という実感もその通りだと思う。対面打合せや定期訪問で構築してきた信頼関係のようなものも、画面上の付き合いでは築きにくい面もあるかもしれない。

一方、顧客側の視点から見ると、顧客は今まで「あいさつ回り」や「商品紹介」などの定期訪問に案外時間を取られていたことに気づいている。非対面化により、自分が必要としていない商談や打合せを省き、本当に必要なものだけに絞り込める点をメリットと感じている人は多そうだ。

逆にプレスのテストや装置の立ち会いなど現地現物で確認したい事項について、リモートでは確認しにくい点は顧客にとってもデメリットだ。その点を踏まえて、加工メーカーのオンライン化においては、「いかに顧客の知りたい情報をリモートで、ストレスなく提供できるか」を考慮して導入内容を検討したい。

オンライン会議ツール選定のポイント

オンライン対応の鍵となるオンライン会議ツールについて、ビジネスの現場で多く採用されているサービスを中心に機能比較(表1)と、選定のポイントをまとめた。

まず、オンラインで商談をするなら、事前のURL発行機能は必須だと思う。顧客にはURLを事前通知し、自分は予定の5分前くらいから会議室に入って顧客の参加を待つくらいの気遣いをし