

法人営業における タブレット端末/スマートフォンの利用実態調査

2012年8月6日（月）

PDCAコンサルティングで顧客育成を実現する

株式会社パワー・インタラクティブ

<http://www.powerweb.co.jp/>



調査概要	2P
調査サマリー	3P
■ 母集団(回答者)の特徴について	4P
回答者の特徴	5P
■ 調査結果	6P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入段階	7P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入目的	8P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入目的(従業員規模別)	9P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入目的(最も重視)	10P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での活用内容	11P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での活用内容(従業員規模別)	12P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での活用内容(最も活用)	13P
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果	14P
法人営業が抱える課題	15P
法人営業が抱える課題(従業員規模別)	16P
法人営業現場での導入効果の具体的理由(自由回答)	17~26P
設問票	27~28P

株式会社パワー・インタラクティブは、企業担当者300人を対象に、法人営業におけるタブレット端末/スマートフォンの利用実態調査を行いました。

1. 調査目的

タブレット端末/スマートフォンの営業現場における活用状況および導入効果の把握

2. 調査期間

2012年7月9日(月)～2012年7月12日(木) (4日間)

3. 調査対象者

- ・法人営業業務に、タブレット端末、もしくはスマートフォンを導入している企業担当者(導入・選定・運用担当者)
- ・除外対象者: 広告代理店や調査会社に勤務の人

4. 調査方法

株式会社ジャストシステムのセルフ型ネットリサーチ「Fastask(ファストアスク)」でのアンケート調査

5. 有効回答数

300人 ※上記条件で事前スクリーニング

6. 設問数

12問

7. 調査主体

株式会社パワー・インタラクティブ

■ タブレット端末/スマートフォンを法人営業に全面的に導入している企業は約3割

・タブレット端末/スマートフォンの法人営業への全面導入は約3割、試験(部分)的に導入している割合が約7割となりました。現状では、試験(部分)的に導入している企業が多くを占めている状況でした。

■ 法人営業で最も活用している内容は、「外出先でメールやスケジュールの確認」が約4割を占める

・法人営業で最も活用している内容は「外出先でメールやスケジュールの確認」が約42%で最も多くなりました。次いで「カタログや見本帳などをデジタル化し商談に活用している(約18%)」「接客ツールとして専用のアプリ(見積シミュレーションなど)を商談に活用している(7%)」「打ち合わせ資料や業務資料のペーパーレス化に活用している(7%)」などが続きました。

■ タブレット端末/スマートフォンの導入効果は、約7割が営業活動に活用できていると肯定的

・法人営業現場での活用状況は約72%が活用できていると回答し、積極的に活用できているとの回答も約15%見られました。一方で活用できていない割合は数%に留まりました。

上記の結果から、タブレット端末/スマートフォンの法人営業での利用実態としては、試験段階が多いとは言え、好意的に受け止められていることが確認できました。活用内容では、携帯電話(フューチャーフォン)の代替としての活用(メールやスケジュール確認)や、カタログや見本帳など紙をデジタル化して使う等、従来の延長上での活用が多くを占めている状況です。

一方、1000人以上の従業員規模が大きい企業では、接客ツールとして専用アプリの用意やSFA・ドキュメント管理やデジタル申請等の入力ツール、有効な営業ノウハウの共有などで活用割合が高くなっており、スマートデバイスならではの活用が行われていることがうかがえました。

■ 母集団(回答者)の特徴について

回答者の特徴

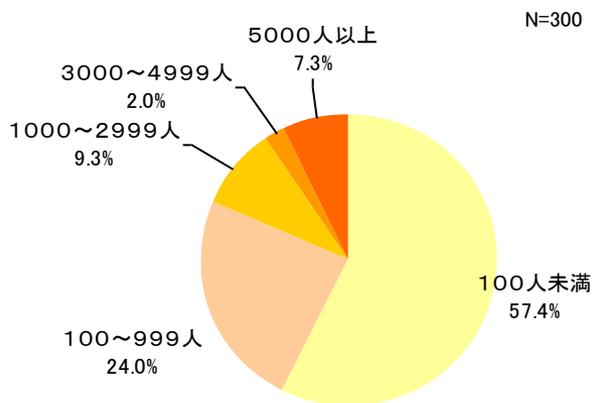
Q. あなたの会社の従業員規模について教えてください。(SA) ※グループ企業の場合は、お勤め先単体の従業員規模をお答え下さい。

Q. 自社の法人向け製品・サービスの主な分野について教えてください。(SA)

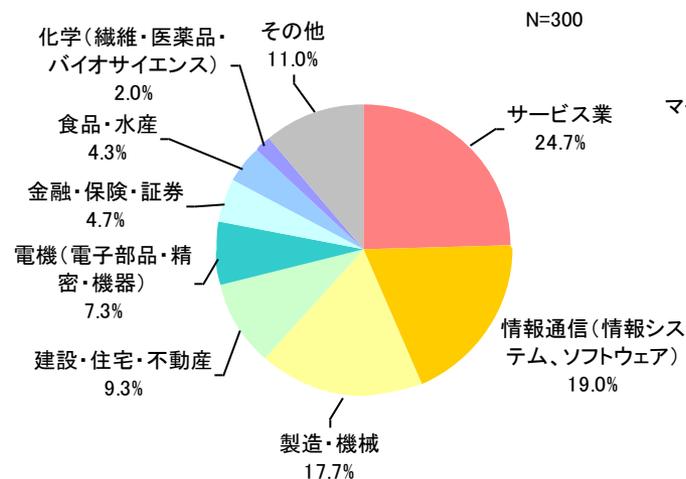
Q. あなたの所属部署について教えてください。(SA)

- 会社の従業員規模は、100人未満が全体の約57%を占めました。5000人以上では約7%を占めました。
- 自社の法人向け製品・サービスの主な分野は、「サービス業」が約25%、「情報通信(情報システム、ソフトウェア)」が約19%を占めました。
- 所属部署は、「営業部」が24%、「情報システム部」が約20%、「経営企画部」が約19%を占めました。

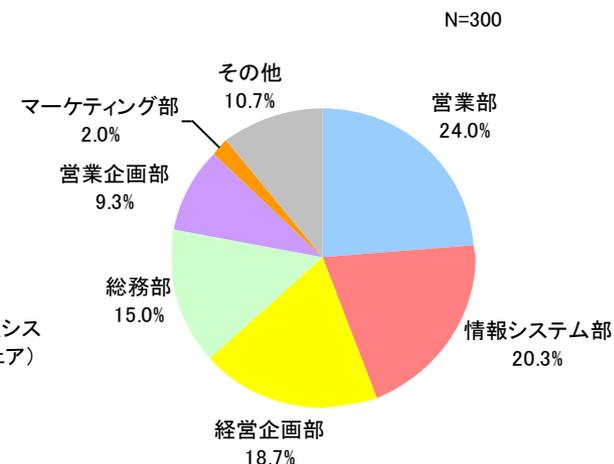
● 会社の従業員規模



● 自社の法人向け製品・サービスの主な分野



● 所属部署



■ 調査結果

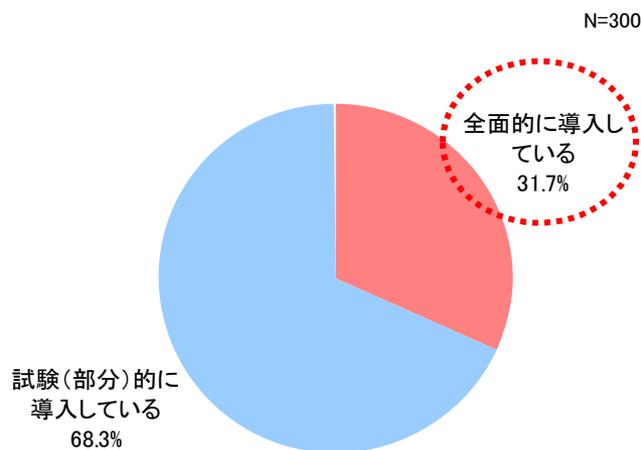
タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入段階

Q. タブレット端末/スマートフォンを自社の法人営業の業務に導入している段階について教えてください。(SA)

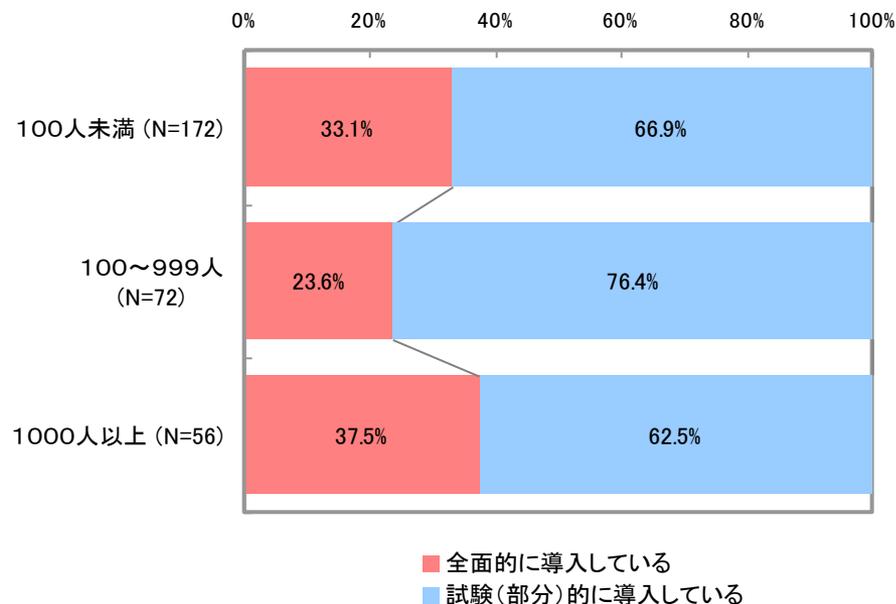
- タブレット端末/スマートフォンを自社の法人営業の業務に導入している段階は、「全面的に導入している」が約32%を占めました。
- 従業員規模別に見ると、1000人以上の規模において全面導入の割合が約38%とやや高くなりました。

自社の法人営業の業務へ全面導入している割合は約3割を占める

モバイル端末の導入段階



【従業員規模別】モバイル端末の導入段階



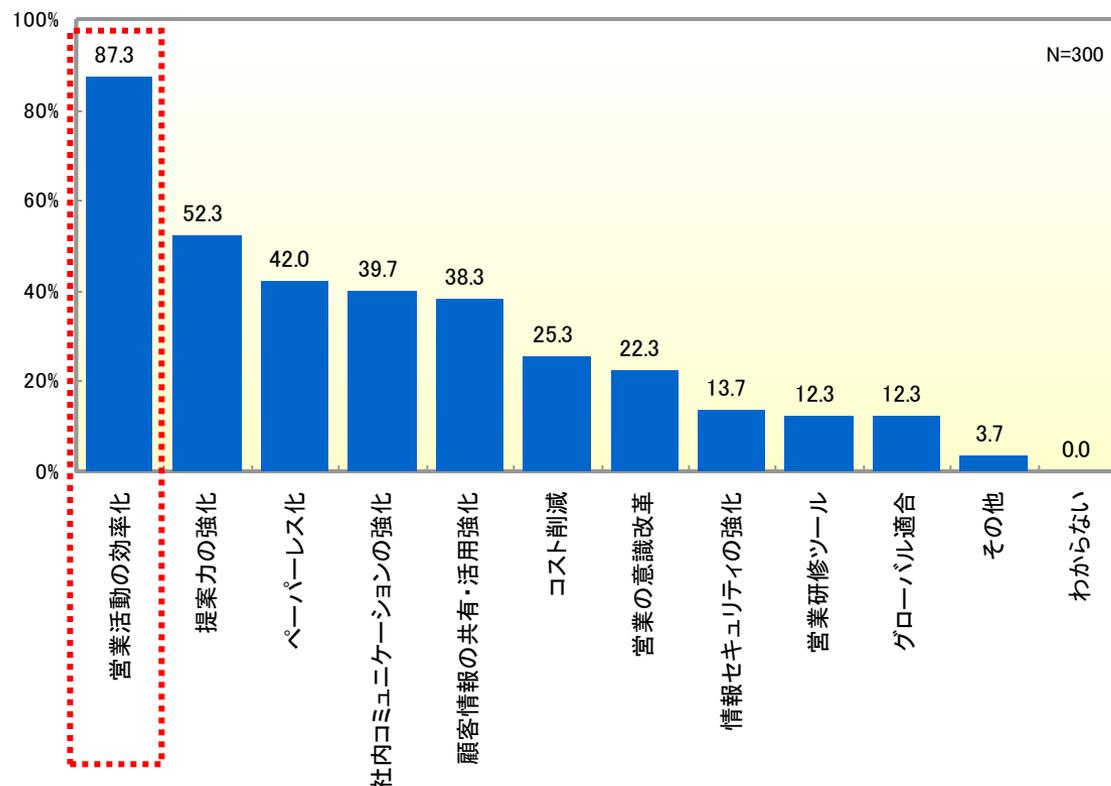
タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入目的

Q. タブレット端末やスマートフォンの自社の法人営業への導入目的について教えてください。(MA)

- タブレット端末/スマートフォンの自社の法人営業への導入目的は、「営業活動の効率化」が約9割と最も高くなりました。次いで、「提案力の強化」「ペーパーレス化」などが続きました。

法人営業への導入目的は、「営業活動の効率化」が約9割を占める

法人営業への導入目的



その他の自由回答

- 営業力支援と商品のわかりやすい説明
- スマートフォンを携帯電話の代わりに導入している。
- 少人数向けのプレゼンツール
- ビデオ制作会社なので、スマホ用ビデオ制作の確認には必修
- 海外出張時の連絡手段として
- 自社製品との連携、コラボレーションをしているので。
- SNSなどへの書き込み
- 持ち運びのしやすさ
- 位置情報の把握

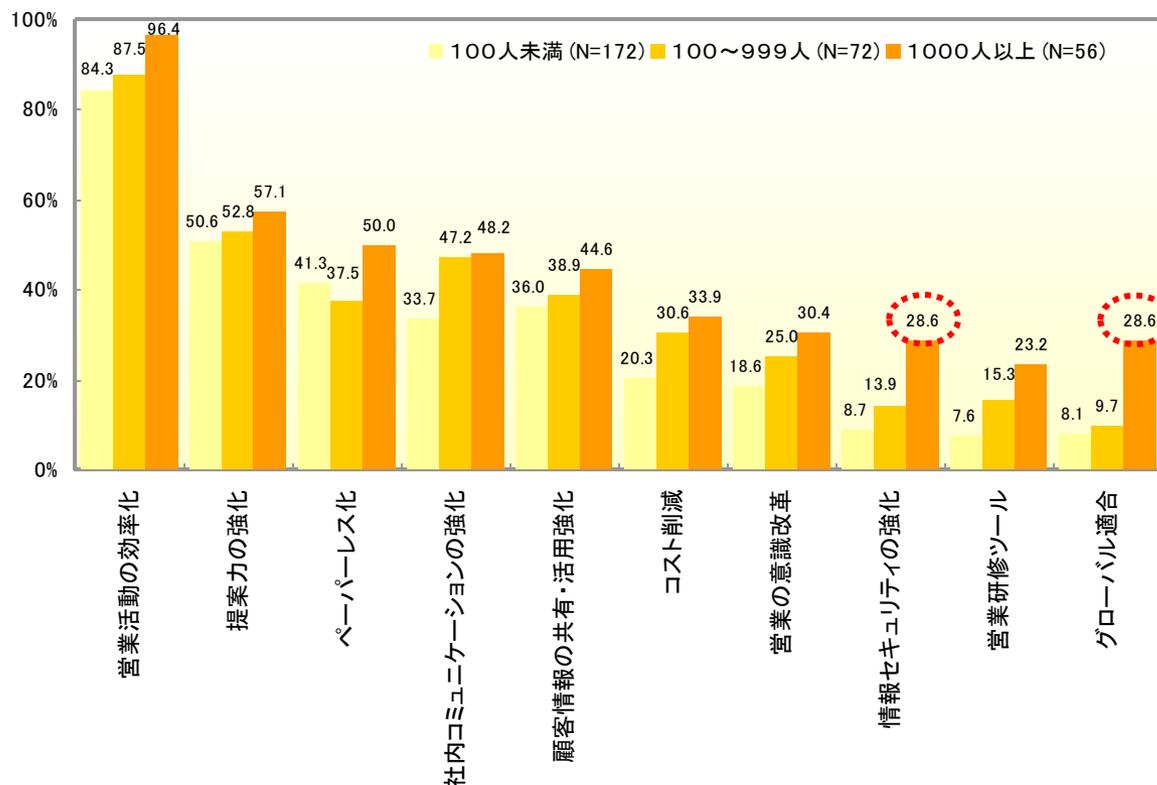
タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入目的(従業員規模別)

Q. タブレット端末/スマートフォンの自社の法人営業への導入目的について教えてください。(MA)

- 従業員規模別にタブレット端末/スマートフォンの自社の法人営業への導入目的を見ると、規模が大きくなるほど高くなるのは、「グローバル適合」「情報セキュリティの強化」などでした。特に「グローバル適合」は1000人未満と比較して約20ポイント高くなりました。

規模が大きくなるに従い、「グローバル適合」や「情報セキュリティ強化」などが高くなる傾向

【従業員規模別】 法人営業への導入目的



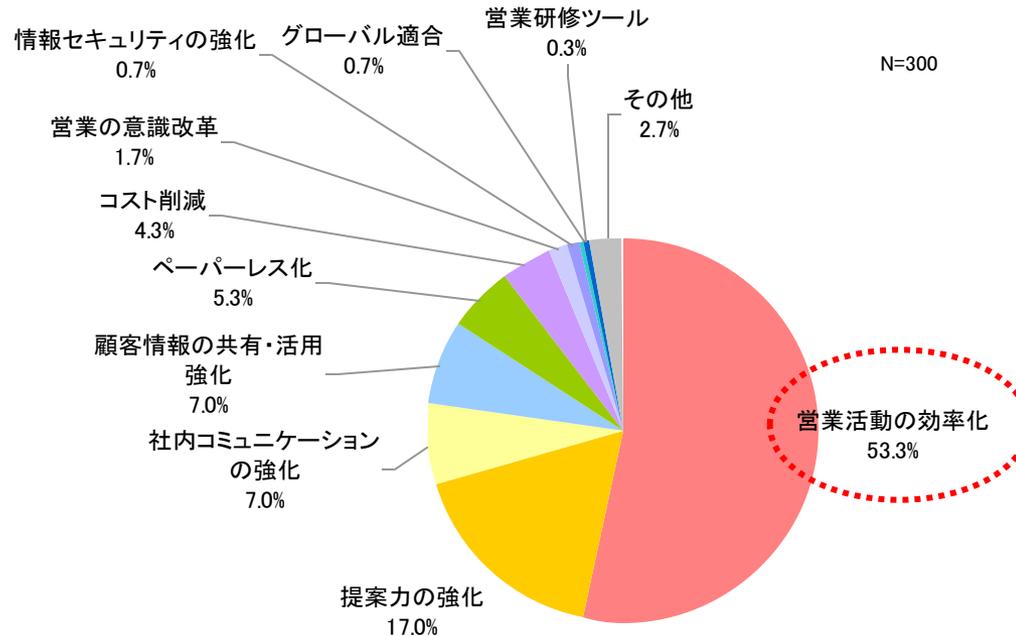
※「その他」「わからない」の回答は省略。

タブレット端末/スマートフォンの法人営業への導入目的(最も重視)

Q. 先ほど選択された項目について最も重視している導入目的について教えてください。(SA)

●最も重視しているタブレット端末/スマートフォンの自社の法人営業への導入目的は、「営業活動の効率化」が約53%で最も多くなりました。次いで、「提案力の強化」「社内コミュニケーションの強化」「顧客情報の共有・活用強化」などが続きました。

最も重視する導入目的は、「営業活動の効率化」で約53%を占める



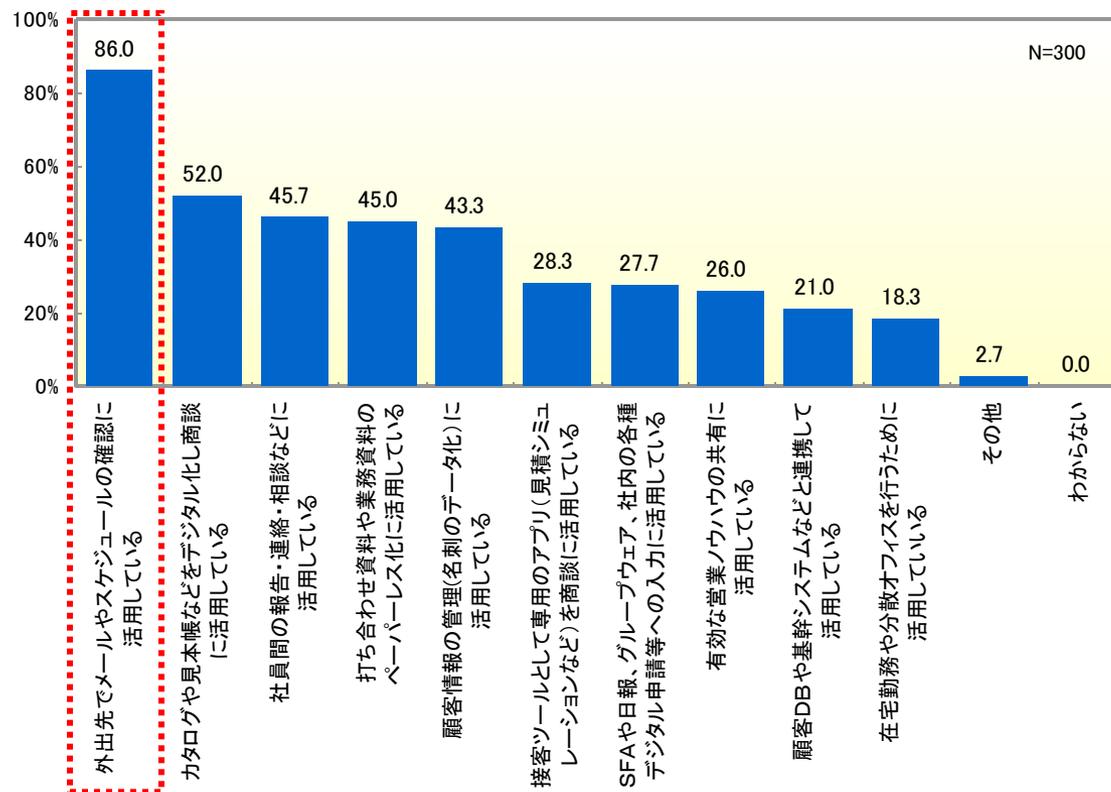
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での活用内容

Q. 法人営業のタブレット端末/スマートフォンの現状の活用内容について教えてください。(MA)

- 法人営業のタブレット端末/スマートフォンの現状の活用内容は、「外出先でメールやスケジュールの確認に活用している」が最も多く86%を占めました。次いで、「カタログや見本帳などをデジタル化し商談に活用している」「社員間の報告・連絡・相談などに活用している」などが続きました。

「外出先でメールやスケジュールの確認に活用している」が約86%を占める

法人営業での活用内容



その他の自由回答

- 顧客に見せる販促資料を入れている。
- 電話機能
- 少数向けプレゼンテーション
- 社内PCへのリモートアクセス
- プラットフォームの説明やコンテンツの確認
- 位置情報
- 広告宣伝のためのSNS活用

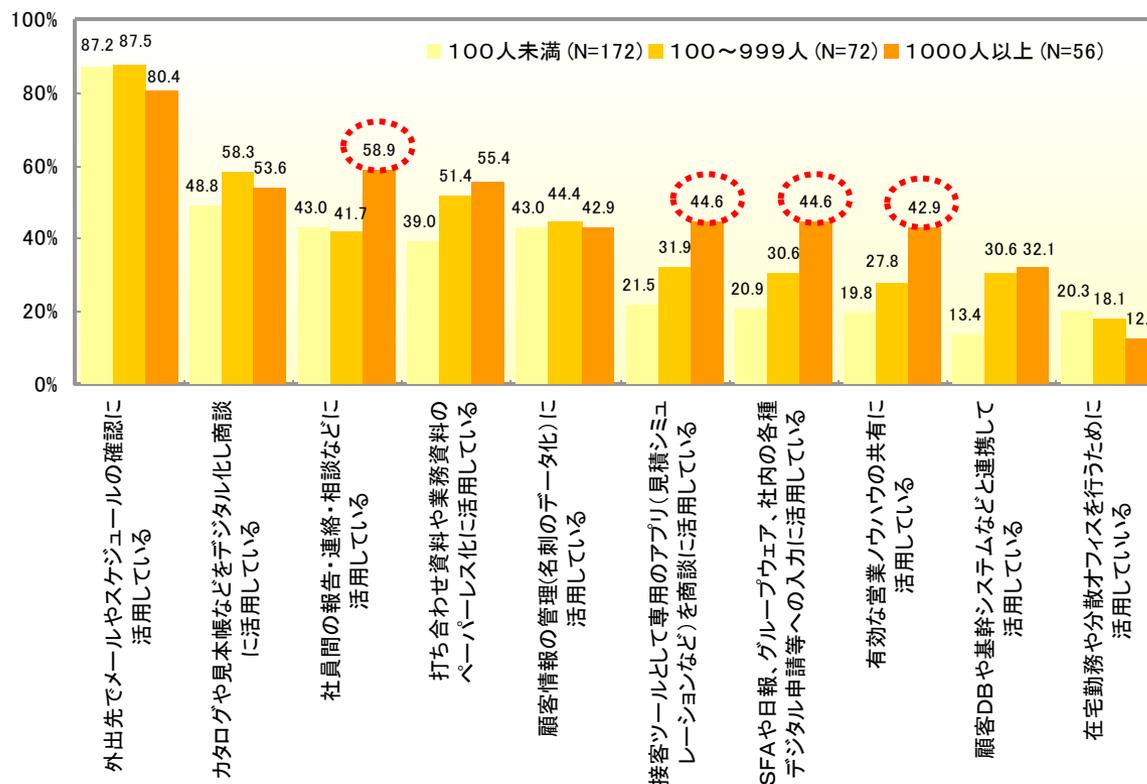
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での活用内容(従業員規模別)

Q. 法人営業のタブレット端末/スマートフォンの現状の活用内容について教えてください。(MA)

- 従業員規模別に法人営業のタブレット端末/スマートフォンの現状の活用内容を見ると、規模が大きくなるほど高くなるのは、「社員間の報告・連絡・相談などに活用している」「有効な営業ノウハウの共有に活用している」「接客ツールとして専用のアプリ(見積シミュレーションなど)を商談に活用している」「SFAや日報、グループウェア、社内の各種デジタル申請等への入力に活用している」などでした。

規模が大きくなるほど社員間のコミュニケーションやペーパーレス化への活用が高い傾向

【従業員規模別】 法人営業での活用内容



※「その他」「わからない」の回答は省略。

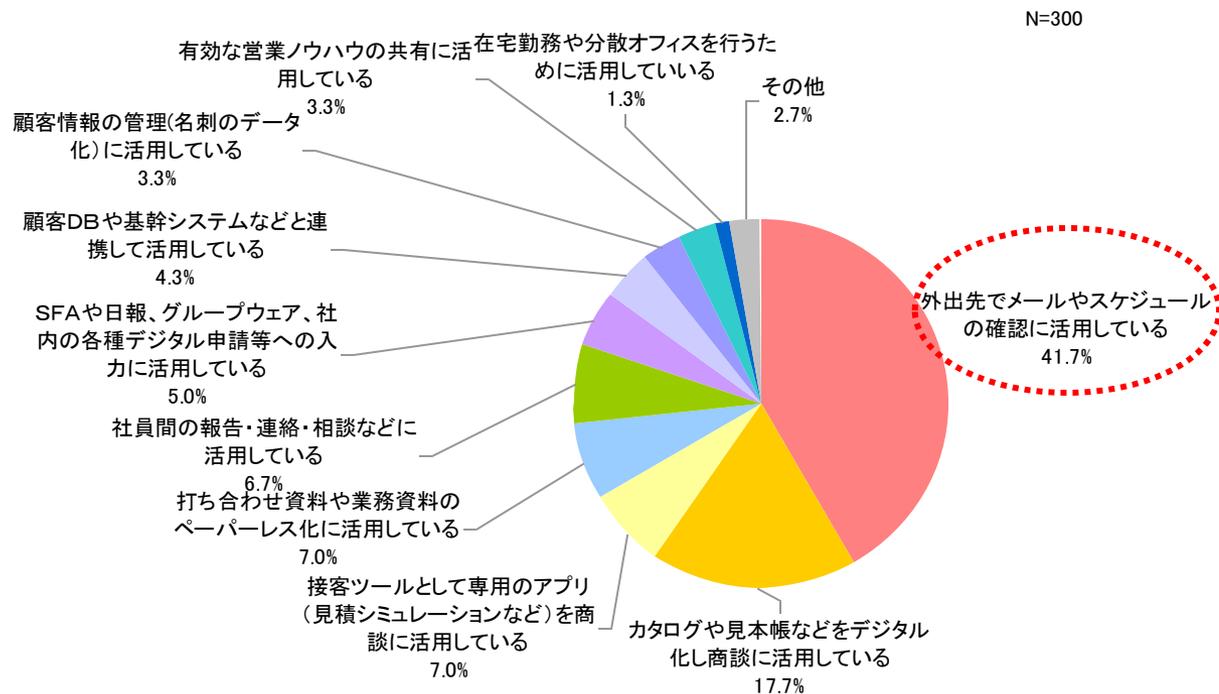
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での活用内容(最も活用)

Q. 先ほど選択された項目で最も活用していると思われる内容について教えてください。(SA)

- 最も活用している法人営業のタブレット端末/スマートフォンの内容は、「外出先でメールやスケジュールの確認に活用している」が最も多く約42%を占めました。次いで、「カタログや見本帳などをデジタル化し商談に活用している」が約18%で続きました。

最も活用しているのは、「外出先でメールやスケジュールの確認」で約42%を占める

モバイル端末で最も活用している業務



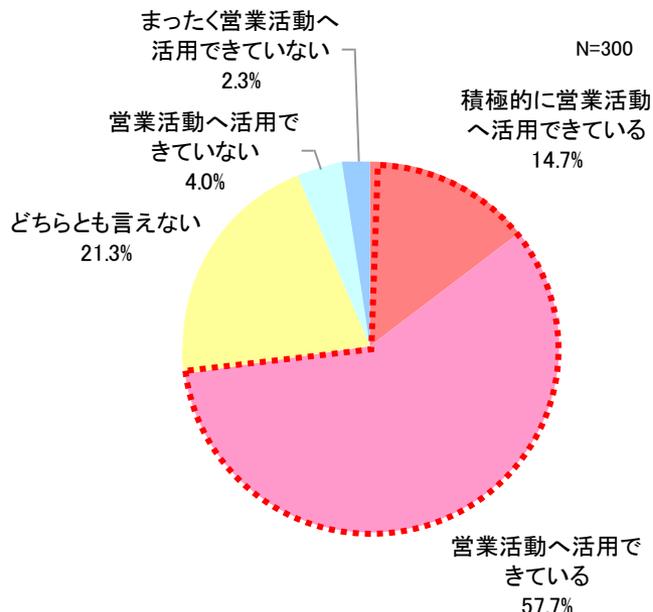
タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果

Q. 法人営業現場のタブレット端末/スマートフォンの導入効果について教えてください。(SA)

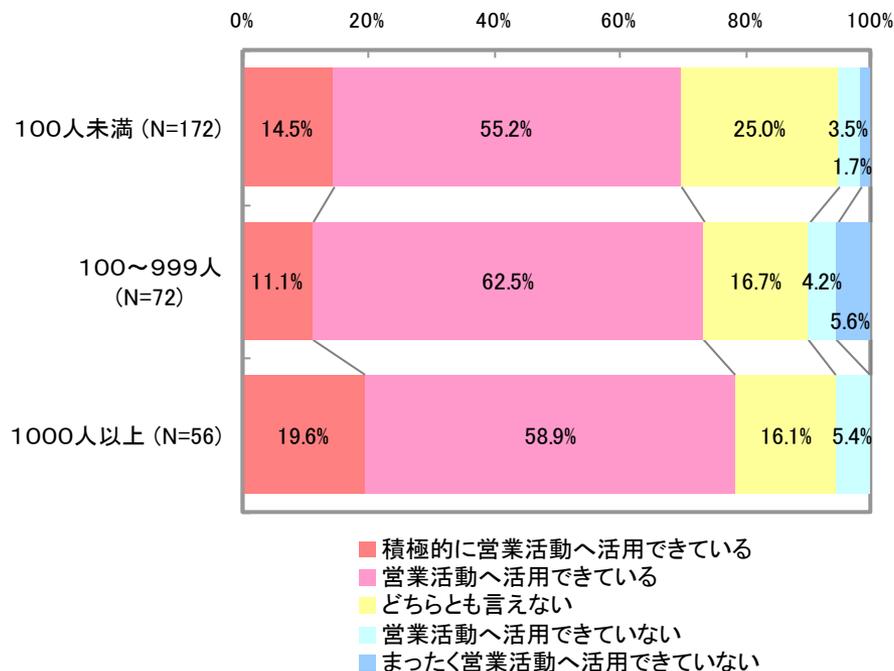
- 法人営業でのタブレット端末/スマートフォンの導入効果は、「積極的に営業活動へ活用できている」が約15%、「営業活動へ活用できている」を合計すると約72%が活用できていました。
- 従業員規模別では、1000人以上で「活用できている」の合計が約79%を占め最も高くなりました。

営業活動への活用は、約72%が活用できている

モバイル端末の導入効果



【従業員規模別】 モバイル端末の導入効果



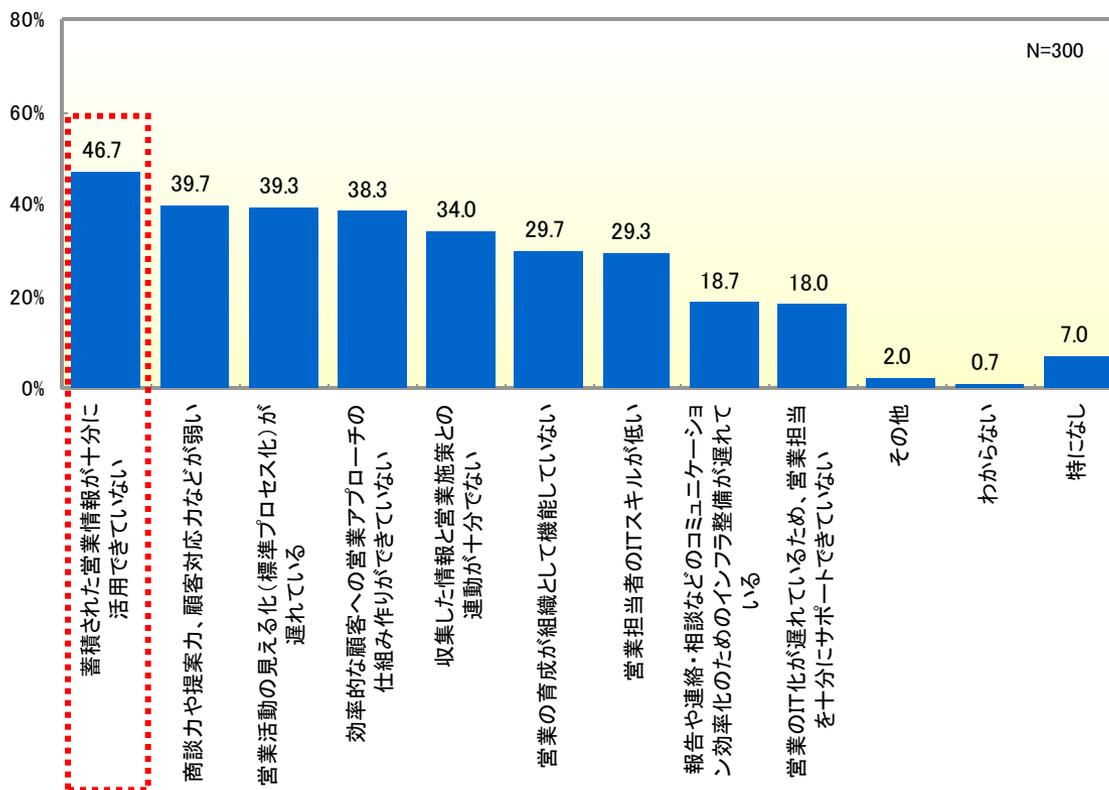
法人営業が抱える課題

Q. 自社の法人営業全体が抱える課題について教えてください。(MA)

- 自社の法人営業全体が抱える課題は、「蓄積された営業情報が十分に活用できていない」が約47%で最も高くなりました。次いで、「商談力や提案力、顧客対応力などが弱い」「営業活動の見える化(標準プロセス化)が遅れている」「効率的な顧客への営業アプローチの仕組み作りができていない」などが続きました。

「蓄積された営業情報が十分に活用できていない」が約47%を占める

法人営業全体が抱える課題



その他の自由回答

間違わない商品説明と顧客の満足度のアップ

営業方針がコロコロ変わる

自社商材が少なく、利益率の低い他社の商材を扱わざるを得ない。(利益率が高ければより積極的に動ける)

機種の性能が悪い

顧客と打ち合わせ中の他顧客への自動対応アプリが生かしきれていない

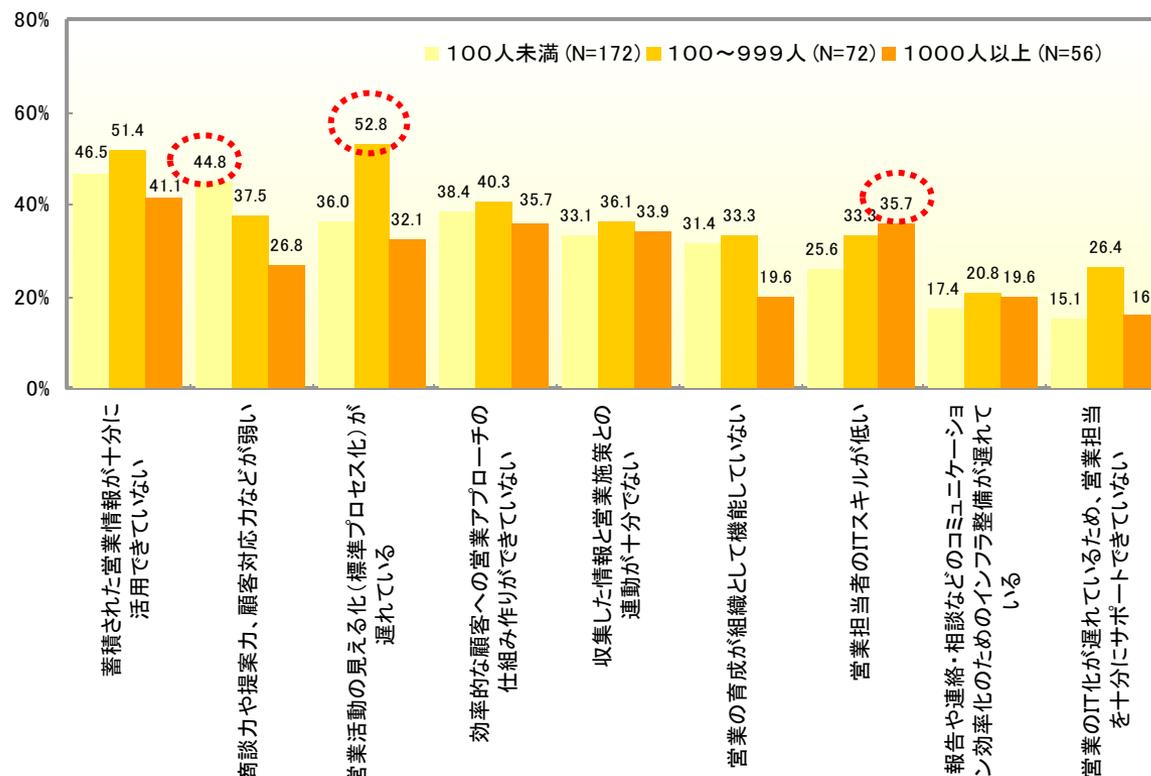
法人営業が抱える課題(従業員規模別)

Q. 自社の法人営業全体が抱える課題について教えてください。(MA)

- 従業員規模別に自社の法人営業全体が抱える課題を見ると、100～999人で「営業活動の見える化(標準プロセス化)が遅れている」の割合が高くなりました。1000人以上では、「営業担当者のITスキルが低い」の割合がやや高い傾向にあり、100人未満では、「商談力や提案力、顧客対応力などが弱い」が高くなりました。

100～999人で「営業活動の見える化が遅れている」の割合がやや高い

【従業員規模別】 法人営業全体が抱える課題



※「その他」「わからない」「特になし」の回答は省略。

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答1/10)

Q. Q7の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:積極的に営業活動へ活用できている

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
1	必要な情報をその場で即座に提供することができるため、営業サイクルを加速することができます。	5000人以上	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
2	営業の現場でリアルタイムに顧客情報を管理することが、ビジネスの効率化につながるから。	5000人以上	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
3	全員、使いこなしているから。	5000人以上	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
4	新しいアイデアの提案や用件を迅速に伝えることができる	5000人以上	建設・住宅・不動産
5	効果があるから	3000~4999人	製造・機械
6	全てに於いて短縮化できてコスト削減に繋がったから	3000~4999人	製造・機械
7	外出先からのmailでのコミュニケーションが楽になった。	1000~2999人	電機(電子部品・精密・機器)
8	資料を簡素化し、営業効率を上げることに成功	1000~2999人	製造・機械
9	基幹システムとの連携をはじめ、PCと混在した環境の中で、その機能を業務効率向上。	1000~2999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
10	仕事の効率化、能率化ともに非常に役立っている	1000~2999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
11	プレゼン資料などでも活用している	1000~2999人	その他
12	データを置かず、基幹にアクセスするので、セキュリティ上安心に、提案活動ができる。	100~999人	電機(電子部品・精密・機器)
13	効率化	100~999人	製造・機械
14	営業力を上げている。	100~999人	製造・機械
15	お客様への提案のビジュアル化が進み具体的なイメージの提案が可能になってきている。	100~999人	製造・機械
16	軽量のため持ち出されやすく起動も速い直ぐに使える	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
17	機会を逃さない	100~999人	建設・住宅・不動産
18	日報などの入力について省力化できている	100~999人	サービス業
19	資料閲覧	100~999人	サービス業
20	導入効果に関して定期的に意見を聞いているが、役立っているという意見が大半を占めるため。毎月、電話通信費とパケット通信費を確認しているが、電話の利用が減ってきているから。	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
21	書類やノートPCを持ち運ぶ手間が減ったことで顧客のリクエストに迅速に応えることが可能になったため	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
22	必要なときに必要な情報、アドバイスが得られる。タイミング良く顧客、市場に対応できる。	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
23	スマートフォンでしかできないソフト同士の連携、例えば、顧客情報を引けば、所在地の地図が確認できたり、電話がそのままかけられたりメールが遅れたりするなどが出来るのが良い。	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
24	コスト削減	100人未満	製造・機械
25	顧客情報の共有化や営業ツールの活用などで効果が上がっている。	100人未満	製造・機械
26	社外でのメール受信、スケジュール管理を行えることで時間の短縮ができ、フットワークが軽くなる。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
27	情報提供に威力を発揮しています。動画なども見てもらえるので、説得力もアップしています。	100人未満	化学(繊維・医薬品・バイオサイエンス)
28	外出先からメールチェックや返信等できるようになったので時間の無駄がなくなった。	100人未満	化学(繊維・医薬品・バイオサイエンス)
29	営業活動による外出時に先出でもオフィス(拠点)に頼ることなく、ほとんどの業務が滞滞なく円滑に行われている。	100人未満	金融・保険・証券
30	顧客先での説明時に想定外の事案に対する回答を求められた際に、従来は口頭で説明していたものが、客先の目の前でタブレット端末を用いて説明することにより、よりスピーディーにしかも、より納得のできる説明となる。その事前準備としては、クラウドを活用することで急な対応も全て可能となるため。	100人未満	建設・住宅・不動産
31	よほどのことがない限り、帰社する必要がないので、外回り業務の効率が上がった。	100人未満	建設・住宅・不動産
32	スマホの利用が無いと、クライアントから受注を貰えない	100人未満	サービス業
33	お客さまの感触も良い	100人未満	サービス業
34	売上につながっているから	100人未満	サービス業
35	クライアント対応の迅速化。情報共有。	100人未満	サービス業
36	導入後、スピードと業務の効率化は予想以上で、管理運営上も大変良い。	100人未満	サービス業
37	客の食いつきが良い	100人未満	サービス業

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答2/10)

Q. Q7.の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:積極的に営業活動へ活用できている

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
38	外出先で、次の商談に必要な情報や商品知識などの細かな部分の確認や裏づけが得られるから。	100人未満	サービス業
39	ipadを使うことにより、顧客に興味をもってもらいやすくなった。	100人未満	サービス業
40	ペーパーレスは勿論のこと動画や写真などの資料を即座に開く事ができてクライアントの要望や相談にその場で対応できるノートPCは文章作成や資料作成には必修ですが資料作成を出先ですることは少ないので電源を入れて直ぐに起動してフリーズする事もないので重宝。	100人未満	サービス業
41	・固定電話の転送・FAXデータ一元管理・マップアプリでカーナビ営業・内線アプリで固定電話の子機としての利用	100人未満	その他
42	映像コンテンツ関連企業なので、直接ビジュアルで商品紹介や提案が出来る、非常に効率的な営業が出来る。	100人未満	その他
43	ダブルブッキングの排除	100人未満	その他
44	メールでの問い合わせに関しては、外出先でも社内同様の対応が可能になった。	100人未満	その他

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答3/10)

Q. Q7の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:営業活動へ活用できている

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
45	社員同士間でのコミュニケーションに於いては導入した事によって導入前に比べて明らかに効果が出ている	5000人以上	電機(電子部品・精密・機器)
46	効率化が少しはできていると思う	5000人以上	電機(電子部品・精密・機器)
47	帰社のための時間削減と上司相談事項の意思決定のはやさ	5000人以上	電機(電子部品・精密・機器)
48	効率が良い	5000人以上	製造・機械
49	時間の効率化や情報の一元管理ができる	5000人以上	製造・機械
50	コストが下がった	5000人以上	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
51	顧客からの反応がよいためただし端末の扱いレベルが人によりさがあるため	5000人以上	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
52	仕事は通信分野。固定電話との併用活用のシミュレーションツールとして活用。	5000人以上	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
53	視覚的效果は高く感じる	5000人以上	金融・保険・証券
54	大変便利	5000人以上	サービス業
55	導入後営業@売上げが25%上がり効率化が高まった	5000人以上	サービス業
56	情報の共有化や、外出先での確認など効率化が図れている	5000人以上	サービス業
57	効率的	5000人以上	その他
58	モバイルコンピューティングを進める上で欠かせないツールであり外出先から自信のデスクトップ環境へアクセスできるのは、とても有効である	3000~4999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
59	数多くある商品の中から以前はこちら側でオスメの商品のみを数種類ピックアップし紙に印刷してお客様に提出していたがタブレット端末を使うことによってさらに多くの種類の商品をお客様にその場で提示できるようになり今まで売れなかった商品も少しずつ売れるようになってきた。	3000~4999人	サービス業
60	今後の営業戦略、CSRなどに基づき迅速かつペーパーレス化を目指す。	3000~4999人	サービス業
61	顧客への提案力が上がっている	1000~2999人	食品・水産
62	重いカタログや資料をばばんに入れて良くないし、紙の資料の経費節約になる。また、少人数での打ち合わせなどに有効的に使用出来ています。	1000~2999人	電機(電子部品・精密・機器)
63	どこでも利用できる環境を提供するため	1000~2999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
64	スケジュール調整等は一定レベルで便利になったので。	1000~2999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
65	多くの資料(紙)を持って行かなくても、効率的にプレゼンやスケジュール管理ができる。	1000~2999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
66	営業の効率化が一番の決め手	1000~2999人	金融・保険・証券
67	効率的になった	1000~2999人	金融・保険・証券
68	毎月の紙代金が半額以下に減りました。また、営業してもイメージがいいのか。営業成績も上がりました	1000~2999人	建設・住宅・不動産
69	内勤スタッフとも連携し、リアルタイムで更新された当社サービスの提案をすることが可能となっているように感じるのだ。	1000~2999人	建設・住宅・不動産
70	一番のメリットはノートPCを持ち歩かなくてよくなったこと、その為、ノートPCの故障率が減った。今までメールで送られていた報告などが、タブレット端末から直接入ってくるので、迅速にはいるが、まだ使いきれない面が多いのも事実	1000~2999人	サービス業
71	一般顧客拡大に繋がっている。	1000~2999人	サービス業
72	若年層には取っつき易く、覚えも早いものの、ベテラン層にとってはハイテク過ぎると、一部導入が進んでいないため。ただ便利なツールのため、研修などを行って普及を進めているので、導入効果は70%ぐらいだと思われ、それに近い答えを選択した。	1000~2999人	サービス業
73	顧客情報の共有化や作業効率のスピードアップ、資料のペーパーレス化などの効果が目に見えて表れているから。	1000~2999人	サービス業
74	徐々にではあるが、使い方の共有化が始まっており、営業のレベルがあがりつつある	1000~2999人	サービス業
75	プラットフォームの説明と販売コンテンツの確認	1000~2999人	その他
76	会社で確認することなく、現地で確認できることが多くなり、現場から現場へ効率的に移動できるようになった。	100~999人	食品・水産
77	営業業務において会社に戻らなくてもメールや資料を確認できるようになって、効率がアップしたから。	100~999人	食品・水産
78	パソコンに近いデータ取り扱いが出来るので機動性が高い。	100~999人	電機(電子部品・精密・機器)
79	リアルタイムにメール返信が出来たり、情報共有に有用である。	100~999人	電機(電子部品・精密・機器)
80	ペーパーレス化に伴い営業社員の負担が軽減された	100~999人	製造・機械
81	余計な会議が少なくなった	100~999人	製造・機械

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答4/10)

Q. Q7.の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:営業活動へ活用できている

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
82	目で見せることにより顧客の理解が深まる	100~999人	製造・機械
83	スケジュール管理がしやすくなった。みんなでスケジュールを共有できるようになった。	100~999人	製造・機械
84	プレゼンテーションに動画を活用してアピール性を高め、顧客に好印象を持ってもらう。	100~999人	製造・機械
85	電子化された営業資料、実績データなどの閲覧が自在に可能で、また、スケジュール管理も電子データとして共有でき、変更も容易であるので、営業活動が効率化できてきた。	100~999人	製造・機械
86	円滑に仕事ができるから	100~999人	製造・機械
87	携帯性と動作性が良く、顧客へのプレゼンが効果的に行われている。	100~999人	製造・機械
88	客先で、提案営業しやすい。	100~999人	製造・機械
89	端末の慣れが必要、出来る機能や操作環境に制限があり、ユーザー自身がそのギャップを克服して利点をうまく活用できていないため。もう少し時間がかかる。	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
90	撮影データのクラウド利用による複数個所での共有化や管理がやり易くなっている。	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
91	顧客情報のデータ化により、効率的な営業活動が行えている。	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
92	現段階では徐々に効果が出始めているが、今後の展開については、模様眺め。	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
93	画像添付の活用が出来お客様とのコミュニケーションがとりやすくなった	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
94	コストセービング	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
95	メールの確認等、今までできなかったことが可能になり、よりお客様対応に幅がでた。	100~999人	金融・保険・証券
96	一番効果があった	100~999人	金融・保険・証券
97	コストの削減 プレゼンのしやすさから	100~999人	金融・保険・証券
98	現在のスケジュールのシステムのセキュリティをあげるため、メールは携帯でしかチェックできなくなってしまったが、スマホを導入したことで添付ファイルもみれるようになり外出が多い営業担当は良かったと思う。	100~999人	建設・住宅・不動産
99	部下から活用できているとの報告があった為	100~999人	建設・住宅・不動産
100	設計業務が多いため、資料も多く説明が大変だったが、タブレットを導入したことによって、経費節減や説明が細かく出来、また必要な資料も逐一データとして保存してあるので急な対応にタブレット1台で活用できるからです。	100~999人	建設・住宅・不動産
101	本部責任者による販売担当者へのプロセス管理がどこにいっても可能になる	100~999人	サービス業
102	お客様の評判がいい	100~999人	サービス業
103	時間活用を効率化できている	100~999人	サービス業
104	今までは一旦会社に戻ってからとか後日にしていたものが、その場で提示できる様になり商談にスピードを持たせることができています	100~999人	サービス業
105	効果がある	100~999人	サービス業
106	新しいガジェットを使うことによって、目を引くようなプレゼンテーションが可能になったから	100~999人	サービス業
107	その場で必要な情報入手・提案できる。	100~999人	サービス業
108	デジタル家電に強い社員にとっては非常に有力なツールとして活用されているが、反面、デジタル家電に弱い者や、今までのPCに慣れていた者にとっては、取っつきにくいデバイスのように、あまり有効に活用されていないから。	100~999人	サービス業
109	ただ会社情報を共有するだけではなくよい営業成績を上げるため	100~999人	サービス業
110	大量の資料を持ち歩かなくて済み、かつ よりわかりやすいプレゼンテーションができるため 営業先にも好評いただいている、という声が多いから。	100~999人	サービス業
111	顧客へ電子パンフレットによる提案。プロジェクターを利用した販促。メールやグループウェアの利用	100~999人	サービス業
112	外出先で顧客からのメールと添付ファイルを簡単に確認出来るようになったので、見積依頼や出荷依頼に以前よりタイムリーに対応出来るようになった。	100~999人	サービス業
113	具体的な成約率の引き上げにつながっているから	100~999人	サービス業
114	プレゼンテーション、説明の能力があがった	100~999人	サービス業
115	ノートパソコンの優位性もあるので、もっとも効果的とは言えないが、使い方に、よっては効果的と考えているので、	100~999人	その他
116	顧客訪問、提案の際に、スライドやデモの動画をタブレットに入れて持ち込み、タブレットの画面で見せることで、より訴求力の高い提案ができる。PCでは起動に時間がかかるため、問題があった。	100~999人	その他

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答5/10)

Q. Q7の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:営業活動へ活用できている

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
117	効果については、一定の基準やルールがないため、各個人のスキルによって変わってしまうが、ある程度、メールなどは成果を上げており、営業提案レベルでの活用に移行しつつあるように思う。	100~999人	その他
118	顧客情報の共有化や顧客ニーズの共有化に役立っているから。	100~999人	その他
119	見積書や規格書を外出先ですぐに確認できる	100人未満	食品・水産
120	役に立っている	100人未満	食品・水産
121	安い	100人未満	食品・水産
122	提案資料のペーパーレス化になっている	100人未満	食品・水産
123	スマートフォンでのスケジュール管理の一元化は大変助かっています。	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
124	その場で顧客に実際の製品の画像を見てもらいながら説明が出来るので。	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
125	プレゼンを客先で実施する際に有効である	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
126	社員の時間的有効活用とジャストインタイムでの業務遂行と業務・人事管理を行い有効的な人の配置ができるため	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
127	顧客から新たに提案された規格に対してその場でカタログを出せたり、値段を提示出来たりするので	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
128	競合情報の入手の迅速化、カタログに関する顧客の反応をタイムリーに見れる。	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
129	データの共有がはかれ、タイムラグが招かない。	100人未満	製造・機械
130	訪問件数、開拓件数が伸びてきている	100人未満	製造・機械
131	得意先からの要請に対し、社外でもメールを確認でき、迅速に対応できる	100人未満	製造・機械
132	提案力の強化や、客先にインパクトを与えることが出来た	100人未満	製造・機械
133	顧客からのEメールに迅速に対応できる。添付PDFファイルの確認にも出先から確認ができること	100人未満	製造・機械
134	時間ロスが減少した	100人未満	製造・機械
135	本格的に取り組もうとするとまだまだアプリケーションがたりない最終的には自社開発が必要になるのかもしれない。	100人未満	製造・機械
136	携帯電話(iモード)では限界があり不便。使えない!それに比べ、社外のインターネット端末(検索)と情報共有ができている。	100人未満	製造・機械
137	外勤先での情報伝達	100人未満	製造・機械
138	添付されているメールなどを外出先で確認できる	100人未満	製造・機械
139	顧客ニーズにあった情報提供が瞬時にできている。	100人未満	製造・機械
140	数十種類のカatalogを持参せずプレゼンができる	100人未満	製造・機械
141	CRM導入のタイミングでスマートフォンも導入したので、CRMの運用に活用できているはず。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
142	外出先から電話等で、スケジュール、データベース等の内容を一々確認しなくてもよいため、業務の効率化が図られるようになった。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
143	どこにいても情報にアクセス可能なので動き方の自由度が上がる	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
144	迅速な社内情報共有と顧客情報共有が出来た。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
145	営業は外回りが1日の大変な業務を占めている状態であるが、携帯するようになってから、帰社しなくても報告、作業、連携が容易になった。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
146	効果的な営業活動	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
147	システム開発案件などで、たとえばモックアップのようなデモシステムを開発し、実際に画面展開を説明するなどした提案で、紙ベースではなく動きとしてわかりやすいので、そういった場面で活用しています。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
148	営業目標が、少しずつ向上している。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
149	利用価値が上がっていて、ないと、営業活動に支障がでる。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
150	導入前と比較して決定率が向上している	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
151	まだ充分とはいえないがスケジュール管理等では活用が進んできていると思う。今後は営業活動にも積極的に利用していきたい。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
152	コミュニケーションの頻度が上がり、密な情報共有が出来たようになった	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
153	社内、社外からの問い合わせ、連絡に対して、対応率が大幅に向上。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
154	効果があったから	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答6/10)

Q. Q7の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:営業活動へ活用できている

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
155	今まではビジネス鞆一杯の見本カタログや見積り資料を持ち運びしていたが、それらをすべてタブレットに置き換えることにより重量を大幅に軽減することができた。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
156	日程調整などにも活用できているし、特に宣伝用にSNSを活用しているが、定期的に外出先などでも書き込みを行っている。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
157	効果が出ているので	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
158	・提案資料の利便性向上・その場でメール送信が行える・不要な出力物を軽減することで自社コンプライアンスの意識を顧客にアピール・自社のITリテラシーをアピール	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
159	外出先での隙間時間を有効利用できるようになったため。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
160	少ない人数で効率よく営業を行うことが可能	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
161	複雑になる商品をわかりやすく説明出来る。	100人未満	金融・保険・証券
162	現在の業務が、保険販売業務のため、各社よりタブレットスマホへのアプリが提供され、それを基にスケジュール管理・顧客管理を新たに追加した物で利用している。	100人未満	金融・保険・証券
163	その場で見積もり数字を変えられる事はもちろんであるが、顧客の要望にも応えられる事が最大	100人未満	金融・保険・証券
164	お客様からも興味を持っていただくので商談が弾む事がある。	100人未満	金融・保険・証券
165	利便性	100人未満	金融・保険・証券
166	営業課員の報告で効率が上がったとの話を聞いたので。	100人未満	金融・保険・証券
167	その場で解決できる事が多くなったから	100人未満	建設・住宅・不動産
168	使われつつあるから	100人未満	建設・住宅・不動産
169	全ての効率を考えた上で必要だと判断し、使用している。	100人未満	建設・住宅・不動産
170	外出先での在庫確認・発注	100人未満	建設・住宅・不動産
171	主にプレゼンに使用している	100人未満	建設・住宅・不動産
172	外出先でのメール確認や打ち合わせ中でもその場で色々な情報を確認出来る	100人未満	建設・住宅・不動産
173	社員各々のスケジュールの管理が効率的となった	100人未満	建設・住宅・不動産
174	見積もりの即時対応が可能になった。	100人未満	建設・住宅・不動産
175	デスクトップやノートパソコンと同じ業務ができる	100人未満	建設・住宅・不動産
176	今までは事務所や店舗経由でコミュニケーションをとっていたが、外出先でもそれぞれやりとりしたりデータを共有したりして、効率的になっている	100人未満	建設・住宅・不動産
177	カタログを持って行かなくて良いので車で行かなくてすむようになった。	100人未満	建設・住宅・不動産
178	ファーストステップとしてOK	100人未満	建設・住宅・不動産
179	モバイル可による効率の向上	100人未満	建設・住宅・不動産
180	説明等	100人未満	建設・住宅・不動産
181	弊社は美術・陶磁器・骨董を取り扱う専門商社ですので最近のタブレットの画面解像度ならば見本をお客様に提示させていただくに十二分に活用可能です	100人未満	サービス業
182	外出先でもインターネットやメールを活用できる	100人未満	サービス業
183	リアルタイムで情報共有やスケジュール管理が可能になった	100人未満	サービス業
184	顧客管理等の効率化	100人未満	サービス業
185	ビジュアルで見せると、先方の理解も増す。	100人未満	サービス業
186	ノートパソコンがなくても映像やWEBの画面を客先で見せることができ、運用と提案内容の両面で効果が見られ始めている	100人未満	サービス業
187	まだまだ改善の余地もあり、もっと合理化と営業力強化に努めたい。	100人未満	サービス業
188	外出先から、情報が得られ、わざわざオフィスに戻る必要が減るから。	100人未満	サービス業
189	デスクの前で作業する時間が削減できている	100人未満	サービス業
190	ネットでの調べ物が外出先でも出来る。また、急ぎの発注をスマホで行っている	100人未満	サービス業
191	新しいものなので使っていると周りの興味を引く。	100人未満	サービス業
192	プレゼン資料の「説得力」強化につながっている	100人未満	サービス業
193	顧客の商品への関心が高まったので。	100人未満	サービス業

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答7/10)

Q. Q7の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:営業活動へ活用できている

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
194	本社のDBのデータをメール添付で送信し顧客との営業交渉の際に提示または見積もりなどに利用	100人未満	サービス業
195	すこしずつ効果が表れている	100人未満	サービス業
196	提案営業と云う観点からは、システムというよりは社員の意識が伴っておらず、的確な提案が出来てはいない状態である。情報の共有や遠隔地同士での連絡と相談や移動中の連絡確認では威力を発揮している。	100人未満	サービス業
197	見積書手前の概算金額をWeb上のデータベースから提示できるようになった。また、ノートパソコンと比較してスマートに見てもらえる。	100人未満	サービス業
198	接客時に使用	100人未満	サービス業
199	出先でのFAX確認等が出来るので便利	100人未満	サービス業
200	スマートフォンの導入で、メールに添付されたPDF、Excelなどのファイルの内容が確認でき、簡単な用件であればPCでメールを見なくても業務が可能になった。	100人未満	その他
201	重い資料が必要なくなり効率化された	100人未満	その他
202	若い世代においては、非常に有効活用していると思われるが、年配者にとってはまだまだ取っ付きにくいようで、有効活用出来ているとは言えない。世代間で利用のレベル差が激しい。	100人未満	その他
203	外回りをしている時間が長い場合に、手軽にメールやスケジュール他を確認できるため、営業ツールとしては、まあまあ活用できていると思う。	100人未満	その他
204	今までは営業マン間の情報確認、会社と営業間の情報確認等において会社に戻って確認、資料作成等をやっていましたが、外出先で多くのことが出来るようになり効率化が進んだ	100人未満	その他
205	大量の資料を効率よく提示できる	100人未満	その他
206	ビデオでのデモンストレーション説明が必要な場面が多くなった	100人未満	その他
207	多くのバリエーションサンプルの案内に適している。	100人未満	その他
208	導入したことによって、業務のスリム化につながったが、未だ使いこなせていない部分がある	100人未満	その他
209	通信を通して、リアルタイムに情報を提供できる	100人未満	その他
210	クラウドとの連携で業務の効率化が図れる	100人未満	その他
211	まず興味を持ってもらえる。先進的な取り組みをしている企業と思ってもらえる。	100人未満	その他
212	顧客さきで、直ぐに詳しい説明ができるのと、資料の共有化ができた。	100人未満	その他
213	発注業務をスマートフォンの画面上で出来る。	100人未満	その他

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答8/10)

Q. Q7の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:どちらとも言えない

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
214	まだ導入初期段階にあり、先行投資的な考えもあるので、目先の効果は大きく表れていない。	5000人以上	製造・機械
215	営業担当者からの反応は良いが、導入してから日が浅く、具体的な目に見える成果としては上がっていないため	5000人以上	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
216	まだ導入されて間もないので	5000人以上	建設・住宅・不動産
217	スキルが均一で無い為、ばらつきがある	5000人以上	サービス業
218	営業活動の連絡や報告を空き時間にできるようにして、そのためだけにオフィスに戻らなくてもいいようにする。	1000~2999人	製造・機械
219	コスト削減	1000~2999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
220	まだ試験導入の段階で、具体的な効果が見えていない。	1000~2999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
221	まだ一部で始めたばかりなので	1000~2999人	化学(繊維・医薬品・バイオサイエンス)
222	本格的に導入し始めたのは先月からです。内製で自社業務に適合したアプリケーション開発の予定もありますが、現状ではPCを出さなくてもメールやイントラ、ワークフローが確認できることがメリットとなっています。	1000~2999人	サービス業
223	営業より管理面に重点的に試験を行っている。	100~999人	食品・水産
224	まだまだ使いこなせていない	100~999人	食品・水産
225	現在、効果の検証中の為、まだ結果の測定まで至っていない	100~999人	製造・機械
226	効果が把握しにくい	100~999人	製造・機械
227	移動中の使用が多いため	100~999人	製造・機械
228	試験導入が始まったばかりで、まだメールの送受信程度にしか利用されていないため。	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
229	個人個人のスキルの違いが大きい。活用できている者は出来ているし、出来てない者は出来てない。	100~999人	化学(繊維・医薬品・バイオサイエンス)
230	リテラシーの関係で活用度の高低に個人別に差がある。	100~999人	金融・保険・証券
231	紙の方が向いているケースもあり、使い分けをすとなんと、かえてわずらわしい面もある。	100~999人	サービス業
232	営業マンに顧客への資料閲覧をiPadで見せるために導入しているが、それが売上貢献に反映されているかは判断できない。	100~999人	サービス業
233	利用方法などについて検証中のため。	100~999人	その他
234	コスト低減の効果部分もあるが逆にコストアップの部分も発生した	100~999人	その他
235	多種多様できるのは良いが弊害も出ている。	100人未満	食品・水産
236	便利なものと思い導入しましたが機種により性能にばらつきがありまだまだ社員全員との共有は難しい	100人未満	食品・水産
237	やってみないとわからないから。	100人未満	食品・水産
238	まだ試験段階で数値に現れていない	100人未満	電機(電子部品・精密・機器)
239	顧客に資料としてその場で渡せない。	100人未満	製造・機械
240	まだ導入初期段階で、結果が見えていない	100人未満	製造・機械
241	うまく利用できていない	100人未満	製造・機械
242	顧客への提案時にタブレットを使用して、よりわかりやく利点を強調して提案したかった。	100人未満	製造・機械
243	連絡等で目で見てわかるものは写真を送信したり状況の報告に使用しています	100人未満	製造・機械
244	スピードアップが計れた	100人未満	製造・機械
245	効果を検証できるだけの試験導入をできていない	100人未満	製造・機械
246	今となってはあまり目新しくない	100人未満	製造・機械
247	台数が少ない為、常に持ち歩けない。コンテンツ不足。	100人未満	製造・機械
248	まだ、始めたばかりなので	100人未満	製造・機械
249	効果確認中	100人未満	製造・機械
250	メール等の情報伝達・確認のための手段としては十分活用出来ていると思うが、営業活動への効果と言えるほどではない状況です。まだ始めたばかりなので、評価としてはどちらともいえないにしました。	100人未満	製造・機械
251	営業のツールというよりは外出先からメールを見る等の業務補助として使用する事が多い。	100人未満	製造・機械

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答9/10)

Q. Q7の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:どちらとも言えない

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
252	今のとこ目に見える効果はない	100人未満	製造・機械
253	あると便利だが無ければ無いで困らない	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
254	今は試験的に導入過程なのでどちらともいえない	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
255	完全に活用できるまでできていない。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
256	試験段階なので客観的数値に基づく効果測定を行えていない。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
257	個々の使用に隔たりがあり、情報の共有にレベルの差が出ているため。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
258	社内連絡等の潤滑化は計れたが、営業ツールとしては活用しきれない。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
259	MacBook Air等の薄くて軽いノートブックで事が足りてしまう	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
260	まだ、導入後判定できるだけの時間がたっていない	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
261	まだ活用方法がしっかりと確立できていないため、期待する効果が上がっているとはいえない。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
262	まだ試験段階なので。ただし、現在の端末では少し厳しいと考えている。	100人未満	建設・住宅・不動産
263	端末に不慣れである	100人未満	建設・住宅・不動産
264	まだ始めたばかりで効果がでてない	100人未満	建設・住宅・不動産
265	特に数字として表れていないので	100人未満	サービス業
266	あまり使いこなせてない感があり、十分とは言えない。	100人未満	サービス業
267	紙の代替として考えていたが必ずしも置き換えられる物ではないから。	100人未満	サービス業
268	セキュリティ方針を含め運用でどのような問題が起こりえるかの検討から入ったため、営業ツールとしての効果はさほど重視されていない。	100人未満	サービス業
269	使いやすさ	100人未満	サービス業
270	顧客管理、スケジュール・業務報告＝営業では無い。どちらかと言えば社内インフラのニュアンスが強い。	100人未満	サービス業
271	まだ試験段階なので何とも評価できない	100人未満	サービス業
272	まだ導入したばかりだから	100人未満	サービス業
273	外出先で必要になる機会がまだそんなに多くない。	100人未満	サービス業
274	先方の条件により使い物にならない場合がある。ノートPCが必要になる。	100人未満	その他
275	導入間もなくまだ結果についての評価は出せないから。	100人未満	その他
276	電波のエリア外のところでは通信が出来ない為意味を成していない	100人未満	その他
277	導入の初期段階のため、効果はまだわからない	100人未満	その他

タブレット端末/スマートフォンの法人営業での導入効果の具体的理由(自由回答10/10)

Q. Q7.の理由を具体的に教えて下さい。(FA)

回答者:営業活動へ活用できていない

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
278	試験的とはいえ、まだまだ機能を使いきれていない。	5000人以上	サービス業
279	従来持っていた携帯電話とモバイルカードの代わりに1台で済むスマートフォンに変更した	1000~2999人	化学(繊維・医薬品・バイオサイエンス)
280	提案用ツールがうまく業務をカバー仕切れていない。	1000~2999人	その他
281	まだ使い方が浸透していないので、	100~999人	電機(電子部品・精密・機器)
282	ノートパソコンの方ができることが多く、効率的な作業ができるため。	100~999人	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
283	PCに不慣れな者もいる中、いきなりの電子デバイスに戸惑っている者がいるため。一部機能でよいから使いこなせば良いのだが。	100~999人	サービス業
284	測定できていない	100人未満	製造・機械
285	携帯電話を使用している当初から進歩した使用をしているとは思えないため。	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
286	社員への周知、教育がまだ十分にできていない段階	100人未満	情報通信(情報システム、ソフトウェア)
287	導入直後で試行錯誤しているため	100人未満	建設・住宅・不動産
288	まだ従業員に使い方を教えている段階だから	100人未満	サービス業
289	使う人が慣れてなくて、電話とメール以外に使いこなせていない	100人未満	その他

回答者:まったく営業活動へ活用できていない

No.	法人営業現場での活用状況の選択理由(自由回答)	従業員規模	所属部署
290	だめな端末	100~999人	電機(電子部品・精密・機器)
291	電池もたないため使えない	100~999人	サービス業
292	使ってくれない。	100~999人	サービス業
293	使い勝手が悪い	100人未満	食品・水産
294	かっこつけてるだけだから	100人未満	製造・機械
295	特に効果を期待して利用しているわけではない。そのため、理由は特に無し。	100人未満	サービス業

タイトル:社内でのタブレット端末やスマートフォン活用に関するアンケート

Q1. **タブレット端末やスマートフォンを自社の法人営業の業務に導入していますか?**
(1つだけ) SA 必須

1.はい
2.いいえ → 終了

Q2. **タブレット端末やスマートフォンを自社の法人営業の業務に導入している段階について教えてください。**
(1つだけ) SA 必須

1.試験(部分的)に導入している
2.全面的に導入している

Q3. **タブレット端末やスマートフォンの自社の法人営業への導入目的について教えてください。**
(いくつでも) MA 必須

1.営業活動の効率化
2.コスト
3.提案力の強化
4.社内コミュニケーションの強化
5.顧客情報の共有・活用強化
6.情報セキュリティの強化
7.ペーパーレス化
8.営業研修ツール
9.営業
10.グロ
11.その他()
12.わからない

Q4. **先ほど選択された項目について最も重視している導入目的について教えてください。**
(1つだけ) SA 必須

1.営業活動の効率化
2.コスト
3.提案力の強化
4.社内コミュニケーションの強化
5.顧客情報の共有・活用強化
6.情報セキュリティの強化
7.ペーパーレス化
8.営業研修ツール
9.営業
10.グロ
11.その他

Q5. **法人営業のタブレット端末やスマートフォンの現状の活用内容について教えてください。**
(いくつでも) MA 必須

1.外出先でメールやスケジュールの確認に活用している
2.顧客情報の管理(名刺のデータ化)に活用している
3.カタログや見本帳などをデジタル化し商談に活用している
4.SFAや日報、グループウェア、社内の各種デジタル申請等への入力に活用している
5.接客ツールとして専用のアプリ(見積シミュレーションなど)を商談に活用している
6.顧客DBや基幹システムなどと連携して活用している
7.有効な営業ノウハウの共有に活用している
8.社員間の報告・連絡・相談などに活用している
9.打ち合わせ資料や業務資料のペーパーレス化に活用している
10.在宅勤務や分散オフィスを行うために活用している
11.その他()
12.わからない

Q6. **先ほど選択された項目で最も活用していると思われる内容について教えてください。**
(1つだけ) SA 必須

1.外出先でメールやスケジュールの確認に活用している
2.顧客情報の管理(名刺のデータ化)に活用している
3.カタログや見本帳などをデジタル化し商談に活用している
4.SFAや日報、グループウェア、社内の各種デジタル申請等への入力に活用している
5.接客ツールとして専用のアプリ(見積シミュレーションなど)を商談に活用している
6.顧客DBや基幹システムなどと連携して活用している
7.有効な営業ノウハウの共有に活用している
8.社員間の報告・連絡・相談などに活用している
9.打ち合わせ資料や業務資料のペーパーレス化に活用している
10.在宅勤務や分散オフィスを行うために活用している
11.その他

Q7. **法人営業現場のタブレット端末やスマートフォンの導入効果について教えてください。**
(1つだけ) SA 必須

1.まったく営業活動へ活用できていない
2.営業活動へ活用できていない
3.どちらとも言えない
4.営業活動へ活用できている
5.積極的に営業活動へ活用できている
6.わからない

Q8. **※Q7.で1.~5.に回答した人
Q7.の理由を具体的に教えてください。
※100字以内** OA 必須

()

Q9. **自社の法人営業全体が抱える課題について教えてください。**
(いくつでも) MA 必須

1.商談力や提案力、顧客対応力などが弱い
2.蓄積された営業情報が十分に活用できていない
3.営業活動の見える化(標準プロセス化)が遅れている
4.効率的な顧客への営業アプローチの仕組み作りができていない
5.収集した情報と営業施策との連動が十分でない
6.営業の育成が組織として機能していない
7.報告や連絡・相談などのコミュニケーション効率化のためのインフラ整備が遅れている
8.営業のIT化が遅れているため、営業担当を十分にサポートできていない
9.営業担当者のITスキルが低い
10.その他()
11.わからない
12.特になし

Q10. **自社の法人向け製品・サービスの主な分野について教えてください。**
(1つだけ) SA 必須

1.食品・水産
2.電機(電子部品・精密・機器)
3.製造・機械
4.情報通信(情報システム、ソフトウェア)
5.化学(繊維・医薬品・バイオサイエンス)
6.金融・保険・証券
7.建設・住宅・不動産
8.サービス業
9.その他()

.....
Q11. あなたの所属部署について教えてください。

(1つだけ)

SA 必須

- 1.総務部
- 2.経営企画部
- 3.マーケティング部
- 4.営業企画部
- 5.営業部
- 6.情報システム部
- 7.その他()

.....
Q12. あなたの会社の従業員規模について教えてください。

(1つだけ)

SA 必須

※グループ企業の場合は、お勤め先単体で従業員規模をお答え下さい。

- 1.100人未満
- 2.100~999人
- 3.1000~2999人
- 4.3000~4999人
- 5.5000人以上

■ 本レポートの利用に関して

※本レポート内容を利用する場合は「(株)パワー・インタラクティブ提供」と必ず記載ください。

■ お問い合わせ

株式会社パワー・インタラクティブ 担当:遠藤

メール: webmaster@powerweb.co.jp Tel:03-6416-3350

株式会社パワー・インタラクティブについて

パワー・インタラクティブは、デジタルマーケティングの支援コンサルティング会社です。経営コンサルティングファームで培ったマーケティングデータ分析のノウハウを活かし、「アクセス解析」「顧客データベース」等のデータ分析力を強みとしています。企業の事業戦略に応じて、Webサイトをマーケティングや営業に活用するための戦略立案/設計/構築を得意とし、PDCAサイクルを回しながら、リード獲得から育成までトータルにサポートを行なっています。

■見込み客育成支援

商談タイミングが来ていない層への継続的かつ効果的な見込み客育成の仕掛けを構築します。

■集客強化

SEO・SEMはもちろん、マーケティング課題に即した集客手段を選定し、費用対効果の高い集客施策を設計します。

■営業専用サイト構築

アクセスログや顧客データベースを活用した、リード獲得や育成にフォーカスした専用サイトを設計・構築します。

■PDCA体制の構築支援

全体設計図を描き、各プロセスの指標を設計。アクセス解析等を活用したデータ検証サイクルの確立を支援します。

■サイト改善・リニューアル

ユーザビリティを重視するとともに、営業力のあるコンテンツを拡充し、売る力を生み出すサイトを設計・構築します。

■診断・調査

コンサルティングのノウハウを集約した評価軸による診断や調査設計により、現状の問題点の洗い出しや優先課題の明確化を行います。

サービスに関するお問い合わせ
東京 03-6416-3350 大阪 06-6282-7596

発行者:株式会社パワー・インタラクティブ

<http://www.powerweb.co.jp/>

【東京】〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西2-2-6 EBIS-FIVE BLDG 4F

【大阪】〒541-0048 大阪府中央区瓦町4-3-7 MID御堂筋瓦町ビル5F

※本レポート内容を利用する場合は「(株)パワー・インタラクティブ提供」と必ず記載ください。