

*iPad*活用による  
営業生産性向上  
と販売力強化

～ リコージャパンにおける導入実践事例ご紹介 ～

リコージャパン株式会社  
販売戦略本部 販売力強化センター  
センター長 杉山 大二郎



# 人々の暮らしはもちろん 仕事の仕方も革命的に変化する時代に突入

- ✓ *Facebook* **9億人**のデータがクラウドに 
- ✓ 毎日 *Facebook*で更新されるコンテンツ **300億件**
- ✓ *Twitter* 1日の *tweet* **2億件** 
- ✓ 1分間にアップされる *Youtube*の動画 **48時間** 

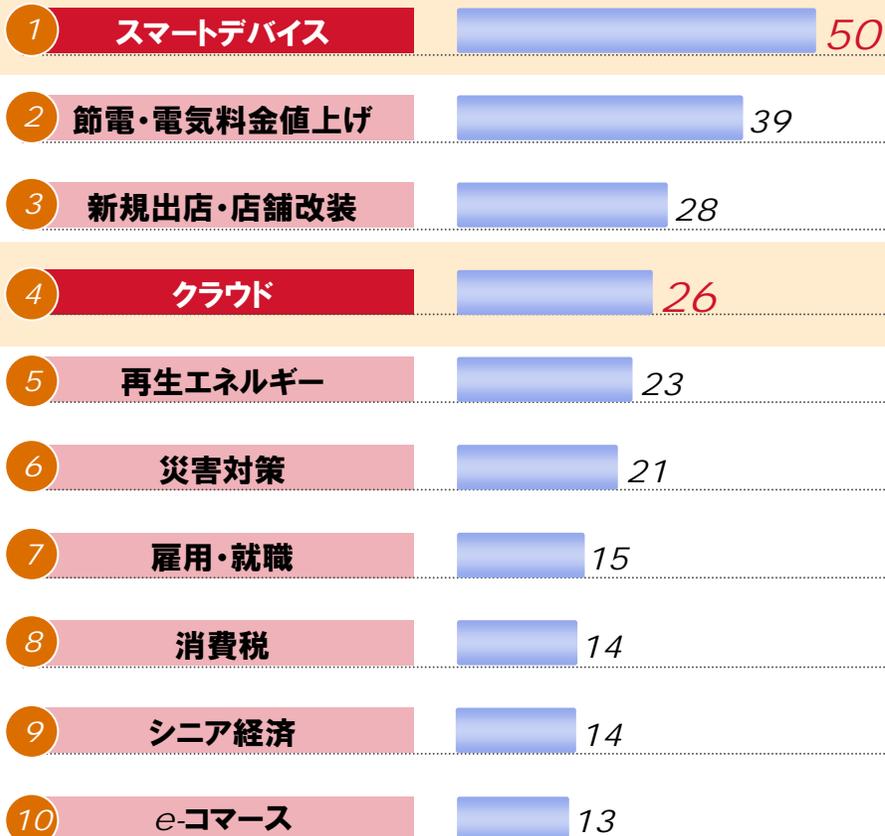
『モバイル&クラウド』はすでに生活に大きな変化を与えた。

**今後はビジネススタイルを大きく変える！**

## 【日経新聞から得られたトレンド上位20リスト】

国内のビジネスに関連性がある記事  
抽出記事数: 563件

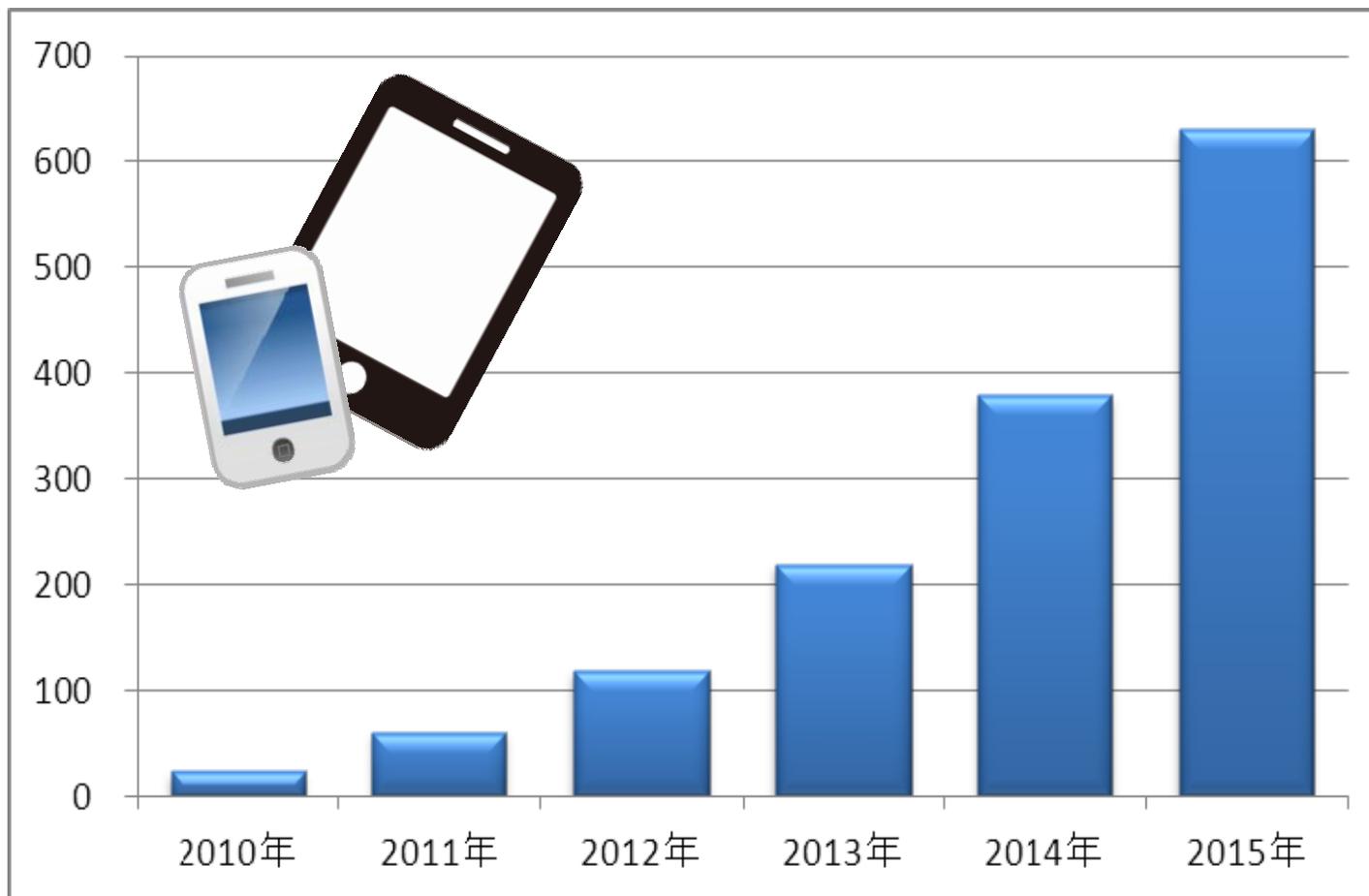
### トレンドを扱う記事の数(件)



# 人々の暮らしはもちろん 仕事の仕方にも革命的に変化する時代に突入

## 【急増するネット上の携帯端末データ量】

万テラバイト/月

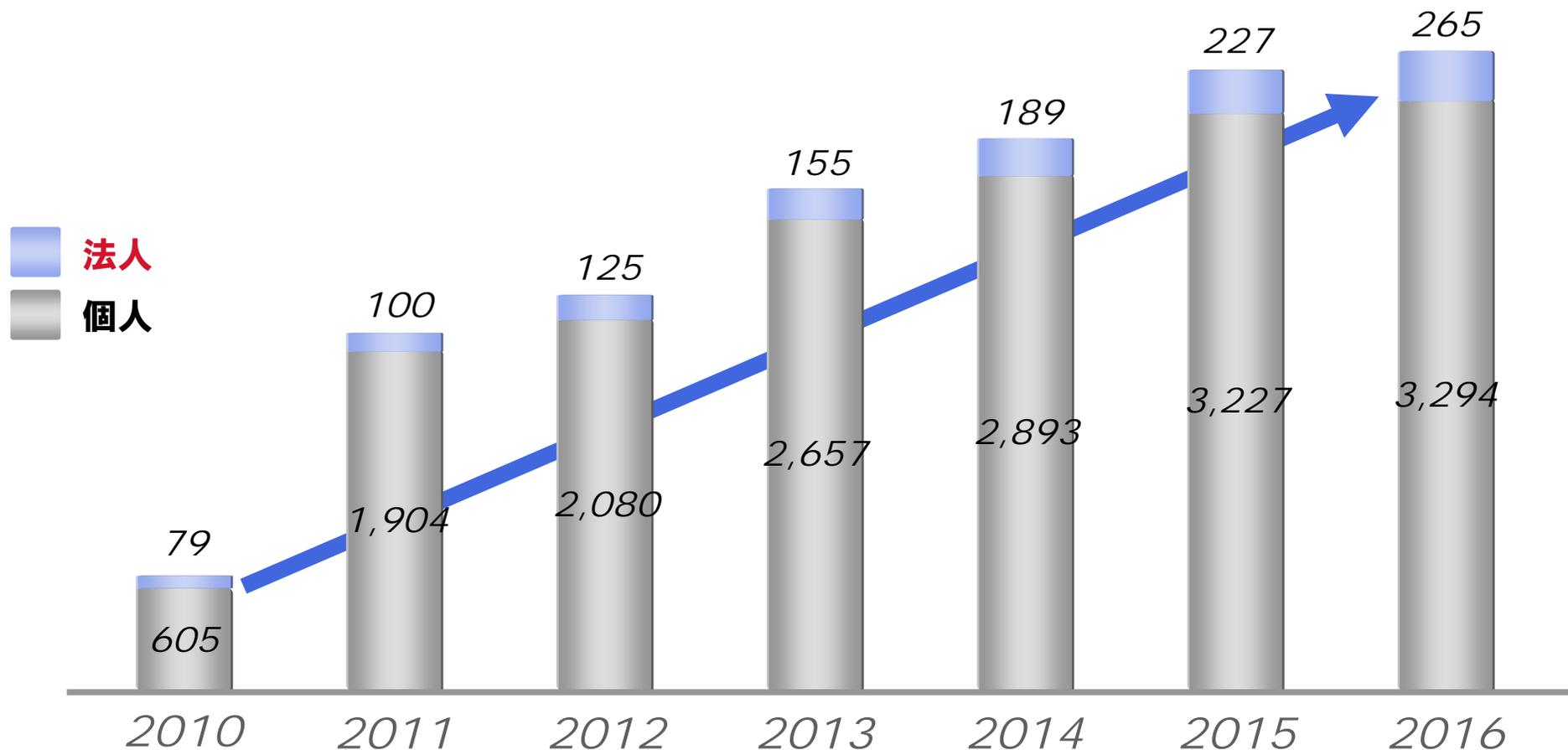


Source: 米シスコシステムズ 2011年予測

# 飛躍的に拡大する モバイルソリューションビジネス

Source: 2011年11月 モバイルコンピューティング推進コンソーシアム

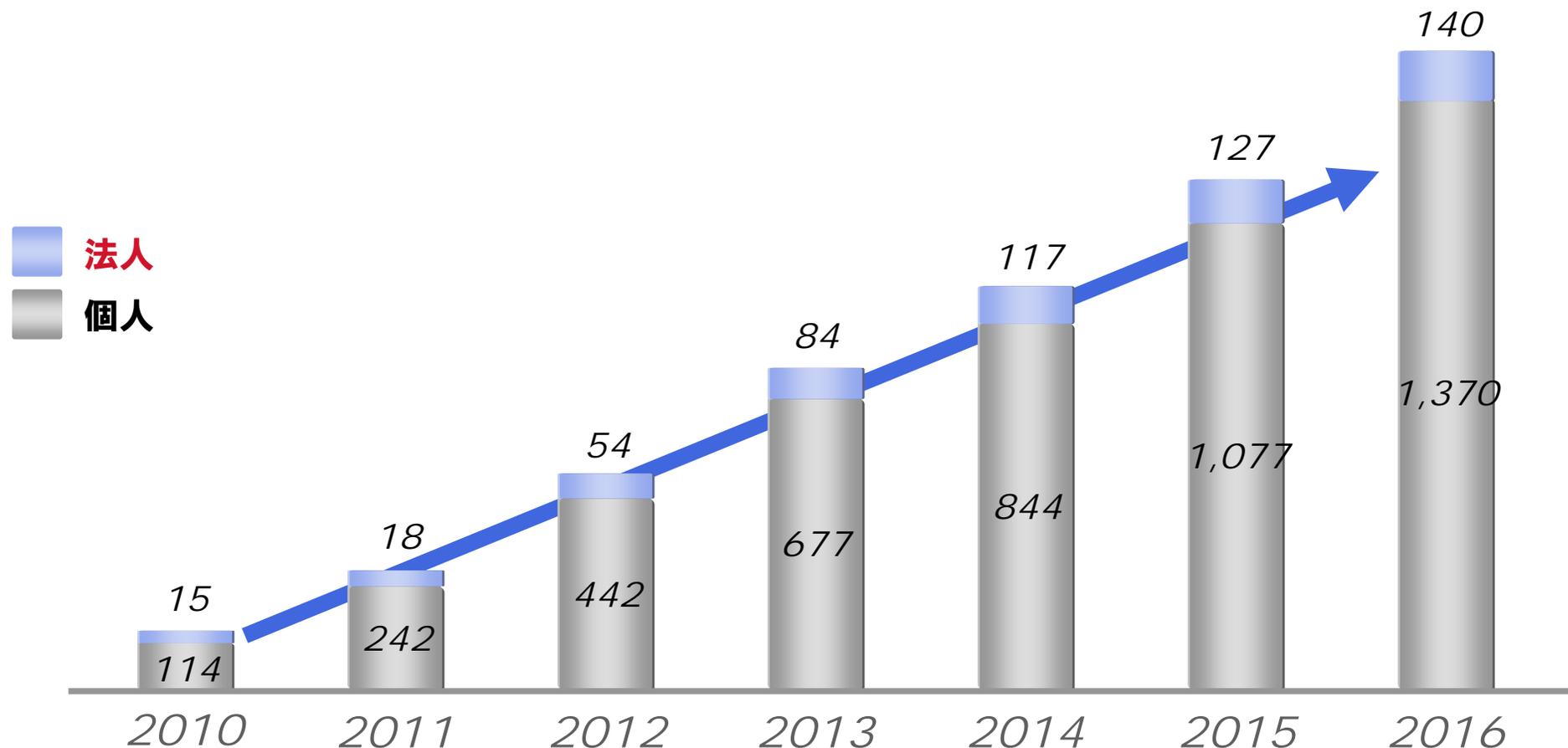
## スマートフォン出荷台数



# 飛躍的に拡大する モバイルソリューションビジネス

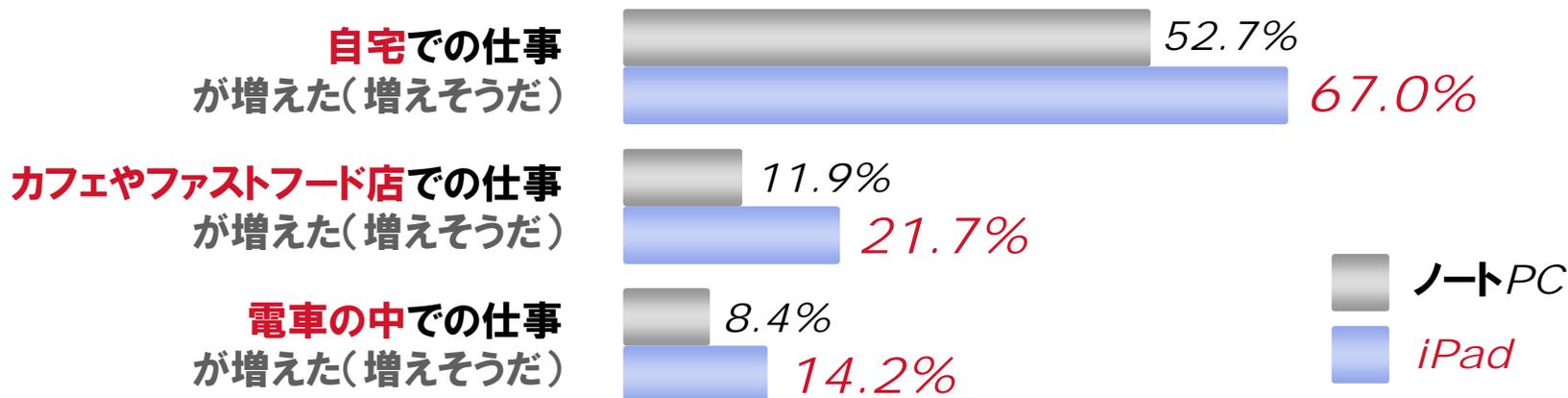
Source: 2011年11月 モバイルコンピューティング推進コンソーシアム

## タブレット出荷台数

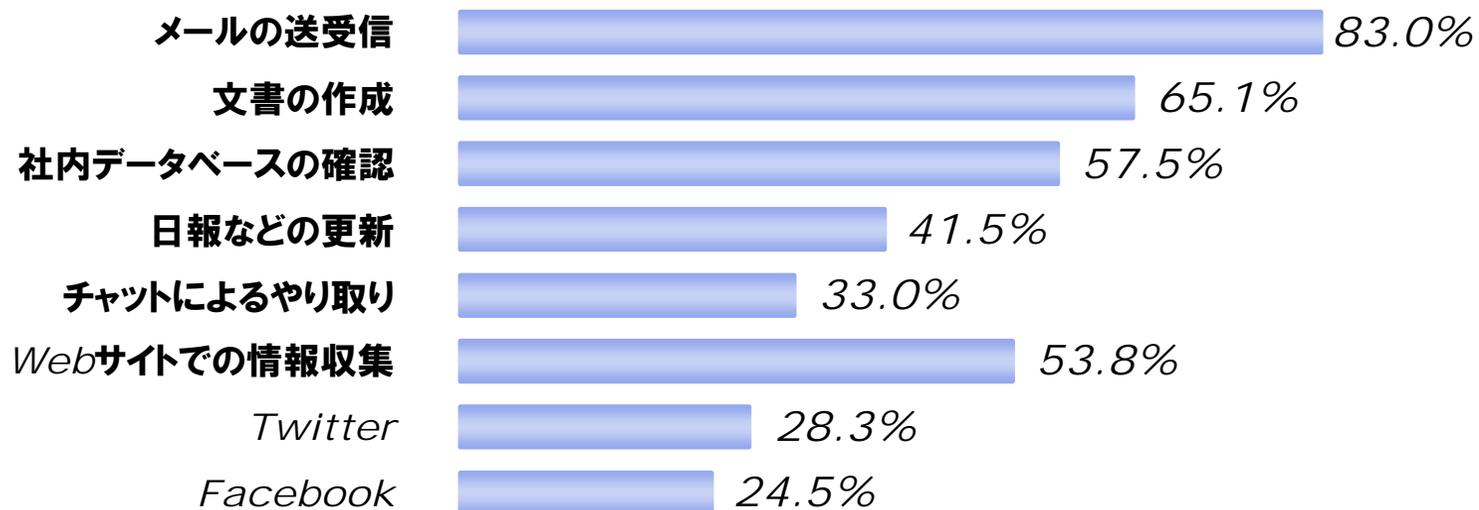


# モバイルソリューションの活用により 変化している『仕事の仕方』

勤務場所  
の  
変化



iPadを  
使った  
業務内容

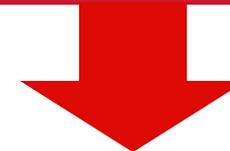




✓ 12年9月  
5,000台の導入が完了！



**配布・教育・コンテンツ提供**



*iPad*だけではなく、**クラウドサービス**を  
利用したコンテンツの提供が重要！

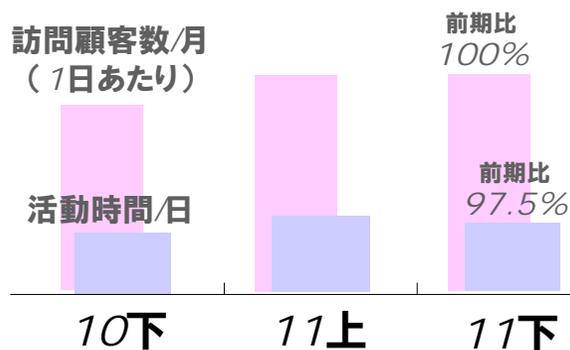


活動のパフォーマンスに大きな改善はなく、単価・満足度も減少傾向にある。  
iPad導入により、これらの課題を改善する。

## 活動の “量”

### 【顧客訪問数】

訪問数に大きな変化は見られない。

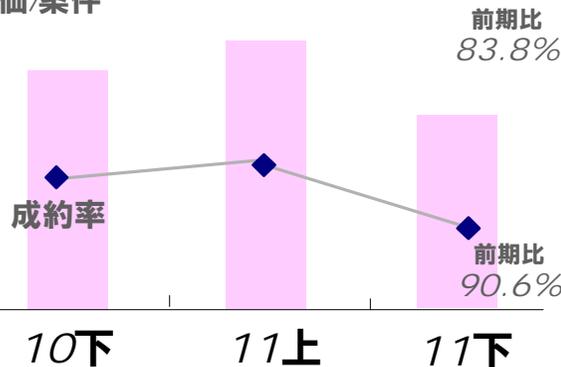


## 提案の “質”

### 【成約単価 / 成約率】

11年下期は、単価・成約率ともに大きく下落。

単価/案件

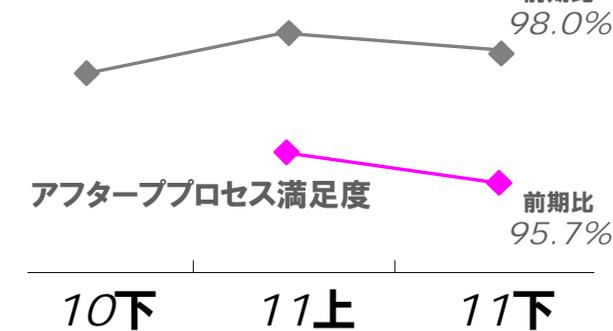


## 顧客との “絆”

### 【アフタープロセス活動率 / 満足度】

11年下期は、実施率・満足度ともに低下。

アフタープロセス活動率



市場ニーズの多様化やソリューションの高度化によって、  
SAに求められるスキルが高まっているが、追いついていない。

標準化されたプロセスを提供し、補完していく事が急務

# 【背景】提案品質における課題

高業績SAの販売プロセスを分析 / 共有し、  
業績低迷SAの提案スキル/ノウハウを底上げしていく事が必要。

## 業績低迷SA

探客

購買キーマンが把握  
できているか？不明。

状況精査

ハードがもたらす  
機能メリットや価格を  
中心に提案。

ジャブ提案

導入年月やリース料金が  
分かったら、まずは  
買替提案。

本格提案・見積

クロージング

低熟度⇒中熟度  
ランクアップ案件数  
1.7倍

中熟度⇒高熟度  
ランクアップ案件数  
5.9倍

10万以上案件の  
成約率  
2.0倍

月次  
平均 売上金額  
10倍

提案内容がお客様のニーズに  
マッチしておらず、手戻りが発生。

## 高業績SA

接点確保

購買キーマンを把握。  
話を聞いて頂く土壌  
作り。

リレーション確立

状況精査

興味付け

お客様の興味・関心事  
を理解する。

ニーズ把握

課題抽出

あいまいなニーズから  
具体的な解決方法を  
明確にする。

本格提案

障害要因排除

受注

お客様の現状やニーズを理解し、  
最適提案を実現。

# 【背景】iPad導入の目的

営業効率  
UP

- iPadを活用した仕掛けにより、SAの営業プロセスを変革する。
- 『顧客軸に立ったニーズ把握/課題抽出』の手法を全国規模で共有する事で、提案品質の向上を実現する。

プレゼン件数

案件数  
案件発生率

成約件数  
成約率

売上金額  
粗利金額

コスト  
DOWN

iPadを活用する事でワークスタイルを変革させ、経費を削減する。

デモ用機材  
維持費



カタログ費用



印刷費用



社用携帯電話  
ポケット料金



残業代



交通費



新しい  
価値提供

『タブレット端末やクラウドサービスの導入』という、今後さらに拡大していく顧客ニーズに応えるために、先頭に立ってノウハウを蓄積し、お客様へご提供していく。

# ■ なぜ iPad (iOS) を選択したか



< iPad >

- モデル : *Wi-Fi + 3G*    •容量 : *16GB*
- OS : *iOS 5.1*        •通信事業者 : *SoftBank*

## Q.なぜタブレット端末にしたのか？

- ⇒ **営業活動に使用するのに都合がよいため。**  
(スマートフォンだと画面が小さすぎる / シンクライアントだと持ち運びしづらい)

## Q.なぜ iPad を選んだのか？

- ⇒ **セキュリティ面で優位性があるため。**  
(Android 端末・・・ MicroSD が使用できてしまう / アプリの審査が甘いためマルウェアの温床となる)

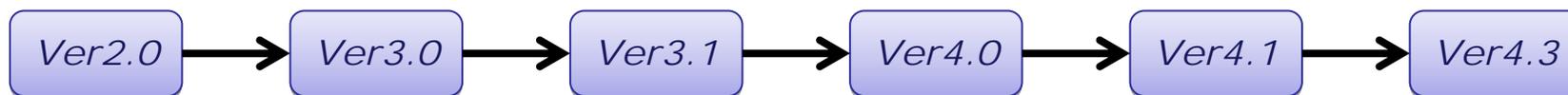
## Q.なぜ 3G モデルにしたのか？

- ⇒ **営業活動での使用がメインであり、常にネットワークに繋がる事が前提条件のため。**  
(ポケット Wi-Fi 等を携帯・・・ バッテリーの持ちが悪い / 紛失する対象が増えるのでリスクが増す)

# なぜ iPad (iOS) を選択したか

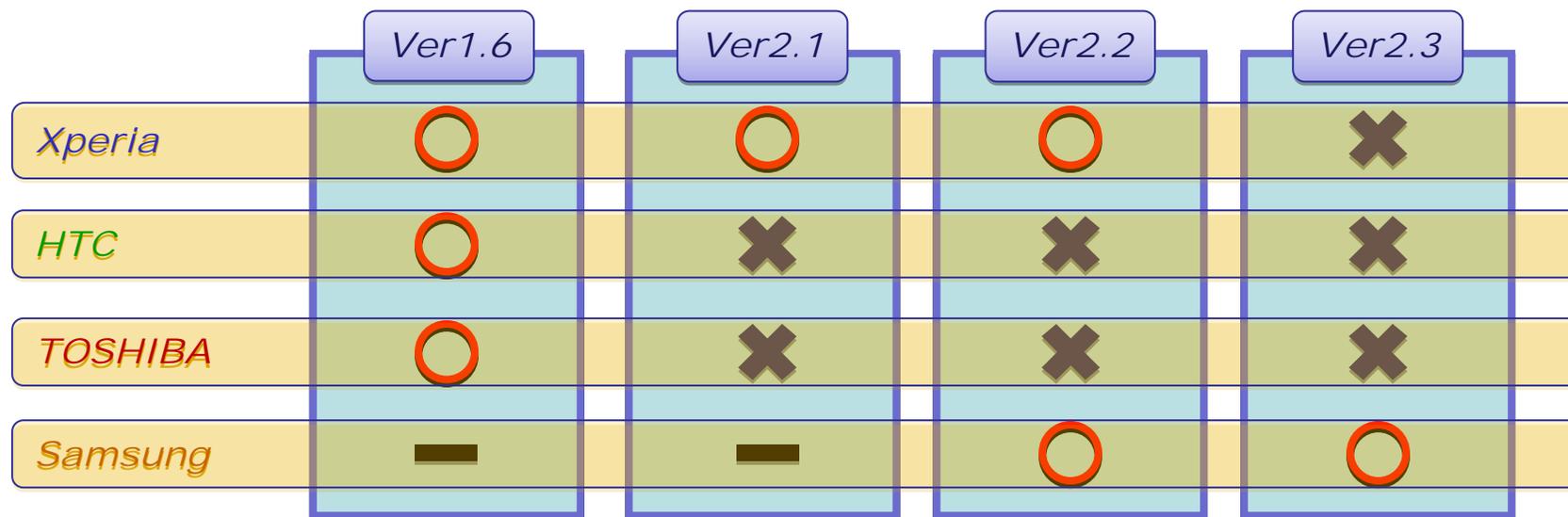
## ■ iPhone / iPad (iOS)

- 全てのバージョンをAppleが開発。
- 次のOSへのバージョンアップ対応はデバイスに左右されない。



## ■ Android

- Googleが開発し各メーカーがさらにカスタマイズ。
- 次のOSにバージョンアップできるか否かはデバイスに左右される。



## < 法人利用で考えるべきこと >

- OS / 機種が多様性が少ないこと。
- バージョンアップが少ないこと。
- アンチウィルス性があること。
- キットティングしやすいこと。

***iPad*をリコー・ジャパンでは採用！**

# 提案品質向上のために

## これまでの姿

ヒアリングもせずに、チラシ等で商品をPR後、いきなり見積りを提出。

すいませーん。  
新製品出たんですが、いかがですか？  
見積りすぐにお持ちしますんで！



は、はあ。  
といあえずチラシ  
だけ頂いときます。



まだコピー機使えるし、  
いらいいいんだけど...

## あるべき姿

iPadを使って、お客様と対話をしながらヒアリングを実施。  
お客様からお聞きした内容を元に、課題やお困り事を顕在化させ、解決策をご提案する。



お客様、もしかするとこの部分で経費  
が多くかかっているかもしれません。  
このように運用を変えれば、業務改善  
に繋がると思います！



なるほど...。  
コストが削減だけじゃ  
なく、業務改善まで！



## iPad活用による変革！...しかし

### Before <導入準備>

- ・運用/使用ルールの策定 (ISMS / CSR 対策)
- ・アプリ/コンテンツの選定
- ・導入教育の実施

### Project <導入展開>

- ・デバイスやアカウントの管理
- ・活用の目的/狙いの周知徹底
- ・現場主導での展開体制の構築

### After <導入後フォロー>

- ・ヘルプデスクによるSA対応
- ・フォロー教育の実施
- ・意見/要望の収集と改善
- ・活用事例の共有 (切磋琢磨し、ノウハウを高める)

## 運用/使用 ルール の策定

たとえば・・・

- iPad本体のパスコード設定(4桁数字) ⇒ 5回間違えると端末が初期化
- ビジネス利用にふさわしくないアプリのインストール制限
- 紛失/盗難時の対応方法とフローの構築  
⇒ 紛失/盗難時は、ITSへ連絡しリモートワイプ(初期化)を実施



配布時に使用させるアプリやコンテンツ、  
クラウドサービスの検討/作成

## アプリ コンテンツ の選定

## 導入教育 の実施

- ① 導入の目的/狙い  
⇒ 顧客接点活動に活用していくものだと強く意識付け
- ② 運用/使用ルール ⇒ 策定したルールの周知徹底
- ③ iPad及びコンテンツのセットアップ  
⇒ AppleIDの取得・メールの設定・アプリのインストール
- ④ アプリやコンテンツの使用方法  
⇒ 選定したコンテンツの説明と教育

1回3時間の  
コースで  
研修を実施

## MDMによる デバイス 管理

たとえば・・・

- 端末を**紛失**してしまった場合に、情報漏洩を防ぎたい
- 業務に**不必要なアプリケーション**をインストールしていないか把握したい
- 業務に**不必要な機能**は、使用させたくない
- 部署毎に**業務内容に沿った設定**で利用させたい
- 紛失した**端末の現在地**を追いたい

## ■ MDM (Mobile Device Management)

### iPhone/iPadを統合管理

⇒一元化された管理画面で効率的な運用管理



### 社内ポリシーの一括配信！

⇒グループ毎に異なるポリシーも適用可能



### 情報漏洩の防止！

⇒紛失/盗難の際、端末を初期化/ロック！



### キitting作業の効率化！

⇒端末設定を強制的に変更



フォロー教育  
意見/要望  
の収集

- **活用度の低いSAにはフォロー教育を実施！**
- **コンテンツの使用ログを集計し、活用状況を可視化！**
- **iPadを活用したアンケートを実施し、  
使用者の活用傾向・意見・要望など生の声を取得！**

## ■フォロー教育の実施

- **iPadの活用度が低く、業績も低迷しているSAをピックアップ。  
⇒研修の受講対象者に！**
- **1回2時間の研修を受講**  
⇒iPadコンテンツの活用方法  
iPadを使った商談のロープレ(ケーススタディ)  
を実施！
- **SAだけでなく、その上司も参加**  
⇒アドバイスやコーチングをする事で、マネジメントも  
同時に実施！

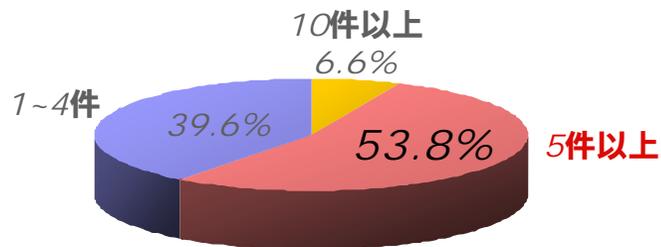
フォロー教育でのロープレ風景



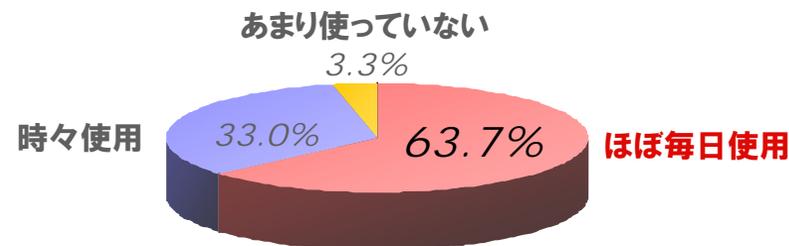
# アンケートから取得した活用傾向

- ・スマートデバイスの活用例として、実際の自分達の姿を紹介することで、メリット・デメリットが訴えやすくなった。
- ・簡単な質問でも、Webや資料によりその場で調べることができるようになり、案件の対応結果が早まった。

## 1日あたりのiPad活用件数



## コンテンツの使用頻度

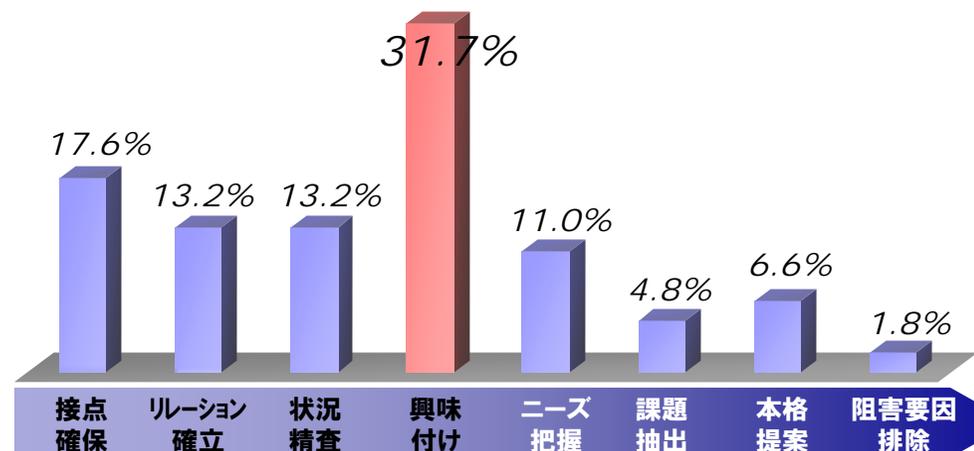


- ・動画を活用することで、イメージをしやすくなったため、具体的な話がしやすくなった。
- ・セミナー情報など、入れ替わりの早い情報をすぐに紹介できるため、興味付けがしやすい。

## よく使用するコンテンツの種類



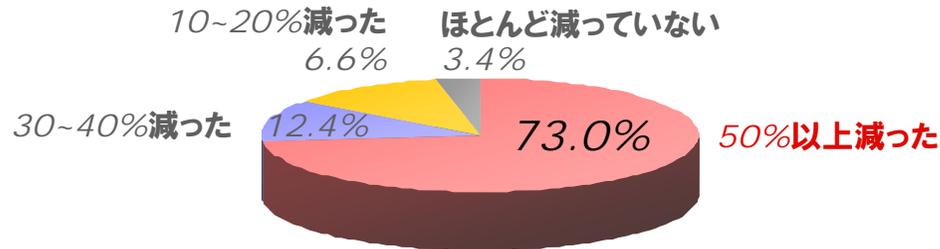
## 活用するタイミング



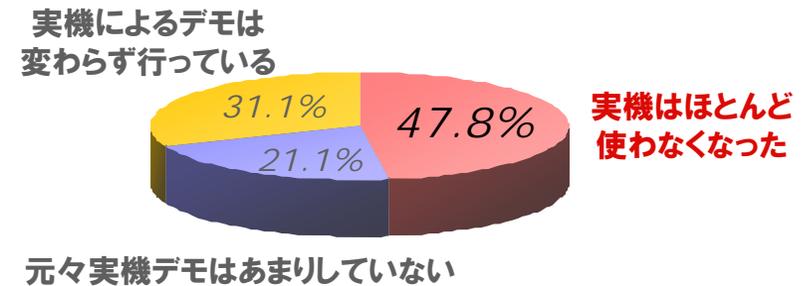
# アンケートから取得した活用傾向

- 紙カタログの使用は大幅に減っており、iPad活用によるコスト削減及び案件単価の増大にも効果が出ている。
- 5割近くが実機はほとんど使わなくなったと回答しており、実機に頼らず案件のランクアップを図れるSAが増えている。

## 紙カタログ 使用頻度の変化



## 実機デモ 頻度の変化

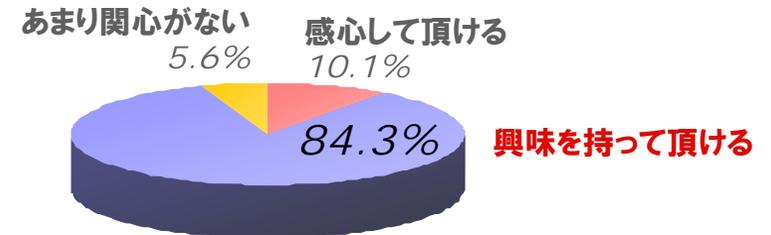


- 6割以上のSAが『面談がとりやすくなった』と実感している。
- また、ほとんどのお客様が、iPadを活用した営業活動に対し興味を持って頂ける。

## 面談は取りやすくなったか？

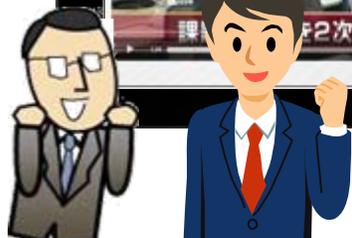


## お客様の反応



## iPadを活用し、複合機 販売PHが倍増！

リコーのスキヤニングソリューションを  
動画コンテンツを使って興味付け！



興味付けができれば、  
『デモコンテンツ』で自力デモ！！  
実際にお客様に操作していただくことがポイント！



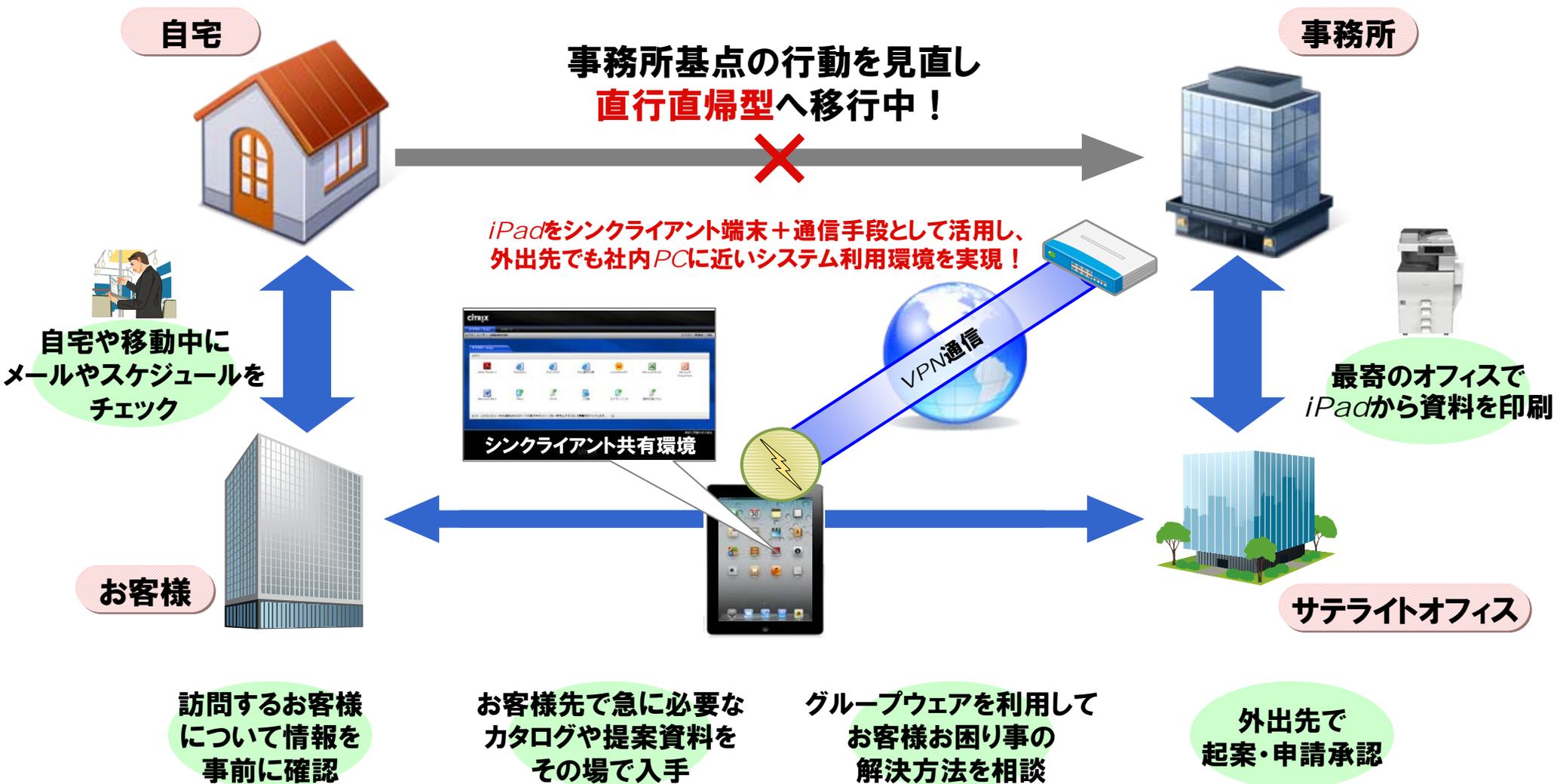
実機デモは  
しません！

接点 確保      リレーション 確立      状況 精査      興味 付け      ニーズ 把握      課題 抽出      本格 提案      阻害要因 排除

商談の流れ上で、コンテンツを使い分けており  
実際にお客様に触っていただくことでデモ効果を高めています！

# ワークスタイルの変革

これまでの勤務ルールや営業ルールを抜本的に見直し、モバイル / クラウドツールを活用することで、  
業務を効率化し『お客様への対応スピード・品質向上』と『経費削減』を目指します。



- お客様への提案の仕方により3種類のコンテンツを用意。(全てクラウドでの運用)
- これまで『紙』が当たり前であったツール類を電子へと変革。(訴求力向上/コスト削減を狙う)

## 紹介する商品が決まっている

### <Secured Docs>



## お客様と課題を深掘る

### <Risonator>



### <ViCreA 紹介>



## 新製品をPRする

### <電子カタログ>



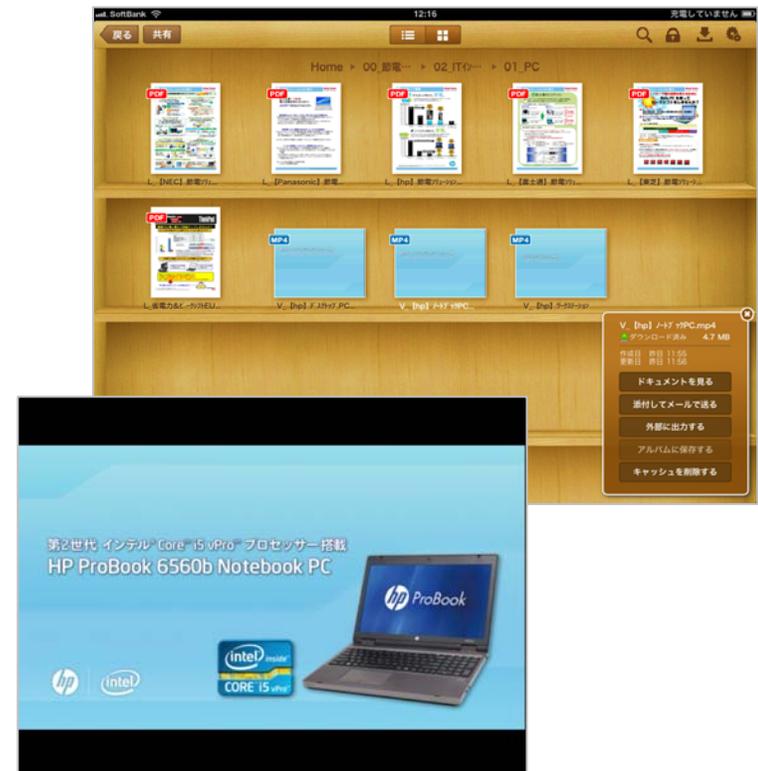
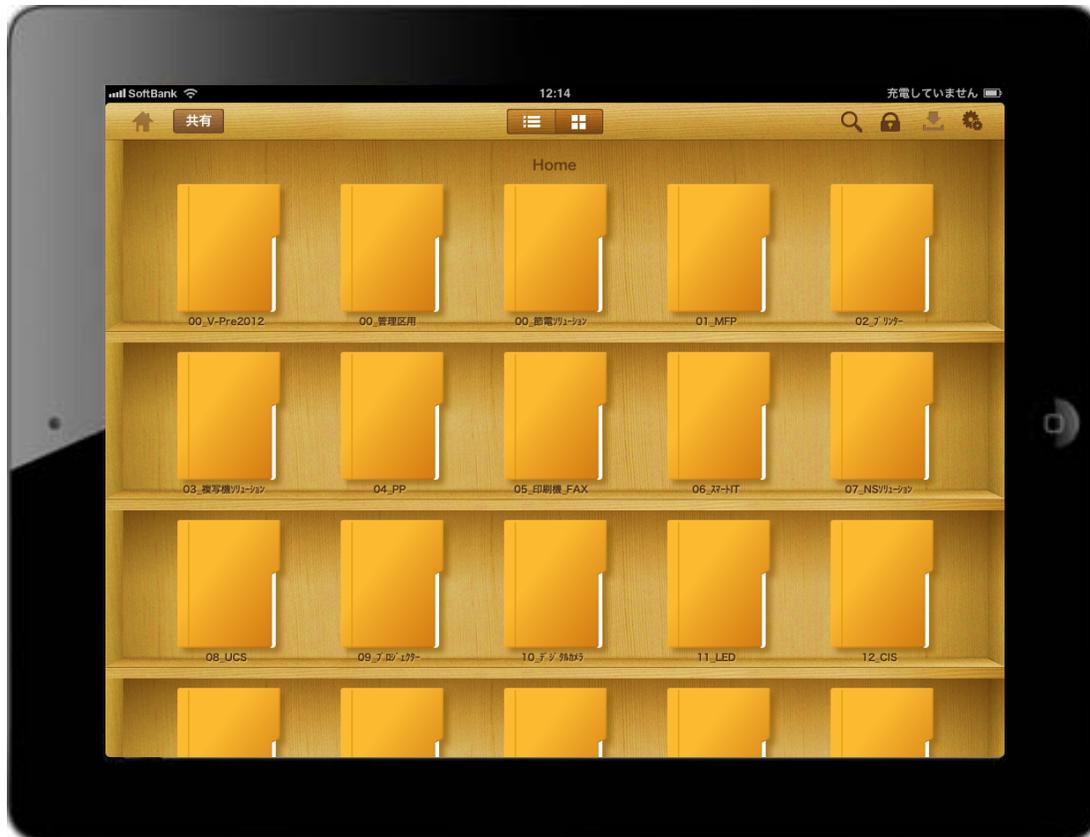
既に顧客の課題やお困り事が明確になっており、PRや提案をするソリューションが決まっている場合に、お客様にカタログや動画をご覧頂く。

顧客の課題やお困り事が明確になっていない場合に、お客様と対話をしながら課題を顕在化させ解決策に導いていく。

カラーMFP MPCシリーズ新製品の電子カタログが登場。実機でデモをしなくてもインパクトのあるPRが可能。

既に顧客の課題やお困り事が明確になっており、PRや提案をするソリューションが決まっている場合に、お客様にカタログや動画をご覧頂く。

## 『CLOMO SecuredDocs』



**お客様の課題やお困り事が明確になっていない場合に、  
お客様と対話をしながら課題を顕在化させ、解決策に導いていく。**

## 提案活動支援システム

『Risonator (Ricoh Solution Navigator)』



**MCPCアワード 2012  
奨励賞 受賞!**

カラーMFP MPCシリーズ新製品の電子カタログ。  
実機でデモをしなくてもインパクトのあるPRが可能。

## 『RICOH imagioMP Cシリーズ 新製品 電子カタログ』



スマートフォンから撮影するだけでデジタル情報・サービスへ簡単にアクセス。

## ～これからの『紙×デジタル』のカタチ～

紙に書かれた情報を、手軽にインターネット上のコンテンツと結び付けられないか？  
そんな思いから、スマートフォンアプリケーション『TAMAGO Clicker』は産まれました。



④タップすると各コンテンツをご覧頂けます！



①「TAMAGO Clicker」を起動し…

②対応しているドキュメントを撮影！

③関連する情報やコンテンツのリストが表示されます。

Webサイト

# 営業プロセス改善による成果 (iPad導入効果)

『Low』・『Middle』業績SAの面談率 / 生産性が急速に回復! ※SA 436名 2月度

2 (LowSA87名) : 6 (MiddleSA262名) : 2 (TopSA87名)

iPad本格活用開始の2月に  
業績がUPしたSA

< 49名 >

< 142名 >

< 56名 >

面談率

前年差: +9.1pt

前年差: +3.9pt

前年差: +0.7pt

案件発生数

前年比: 106.9%

前年比: 110.8%

前年比: 101.9%

成約数

前年比: 128.7%

前年比: 122.3%

前年比: 117.7%

(内 10万以上案件)

前年比: 192.0%

前年比: 141.6%

前年比: 132.0%

## iPad活用による案件の質向上 ※ 2月度 10万以上案件

※ V-up項目『iPad活用』のチェック有無から算出

iPad 未活用案件

iPad 活用案件

平均受注金額

112.8%

平均  
粗利

金額  
粗利率

146.0%

129.6%

**リコージャパンでは、  
全国のSA 5,000名へのiPad導入を完了！**

**iPadを最大限活用し、提案品質向上による  
お客様への提供価値増大を実現していきます。**

**iPad導入過程で培ったノウハウを新たな  
提供価値として、お客様へお役立ちして参ります。**

**RICOH**  
imagine. change.

**ご清聴ありがとうございました**

<http://www.ricoh-japan.co.jp>

