



HPIはこちら



テーマ

販売管理データの一元化と営業支援ツールによる強化

DXチャレンジのきっかけ

当社は医療用食品を主に病院等のBtoB顧客に販売しており、現在はオフィスツールを使用した個別病院レベルの管理を行っていますが、よりシステム化された顧客管理システムを導入し、営業活動を中心にDXを強化したいと思い今回の参加を決めました。

具体的な課題

01 データ整理工数の効率化

主要卸業者の異なるデータ形式の表記揺れを整理する作業が煩雑で、リアルタイムな実績把握が困難。

02 営業活動の体系化

訪問後のフォローや価格調整といった「追客」が体系化されていないため、放置案件による機会損失が発生。

伴走支援取組内容

データ統合の標準化

複数卸データの名寄せや表記揺れの解消を目指す外部システムの活用を検討。

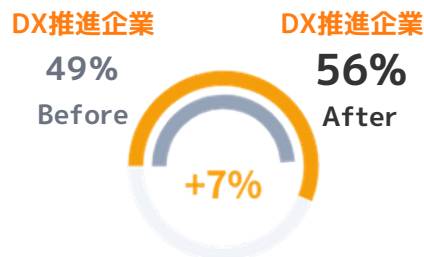
営業支援ツール構築

次のアクションの自動アラートやターゲットリスト生成の仕組みにより、経験や勘に依存しない体系的な営業体制を目指す営業支援ツールの導入を検討。

得られる成果（未来予測）

- データ活用で市場変化を捉える
「先行予測型」の意思決定の実現
- 勘と経験に頼らない
「データドリブン営業」
による売り上げ向上

DX推進度の変化



~30% : DX準備企業 ~79% : DX推進企業 ~100% : DX先進企業

企業担当者の声

私は意見を言っただけでしたが、非常にクリアにきれいにまとめていただき、業務の見える化により何を標準化すべきかが見えてきました。何が問題であるか。何をまとめないといけないかを自身も再認識したところがあります。ぜひ補助金も活用してソフトを入れていきたいと考えています。

今後DXにチャレンジする企業へのメッセージ

第三者との現状の共有により自社の問題が客観的に見えるようになりました。DXを進めるには外部からの視点も重要と感じたので、まずは相談することから始めてもらえればと思います。