

日系企業様向け マネジメント・セミナー (in 上海)

中国の市場成熟を見据えた"販売力強化"

不況の今こそ変革のチャンス！
中国における顧客起点の営業・マーケティングと代理店マネジメント

アンケート結果

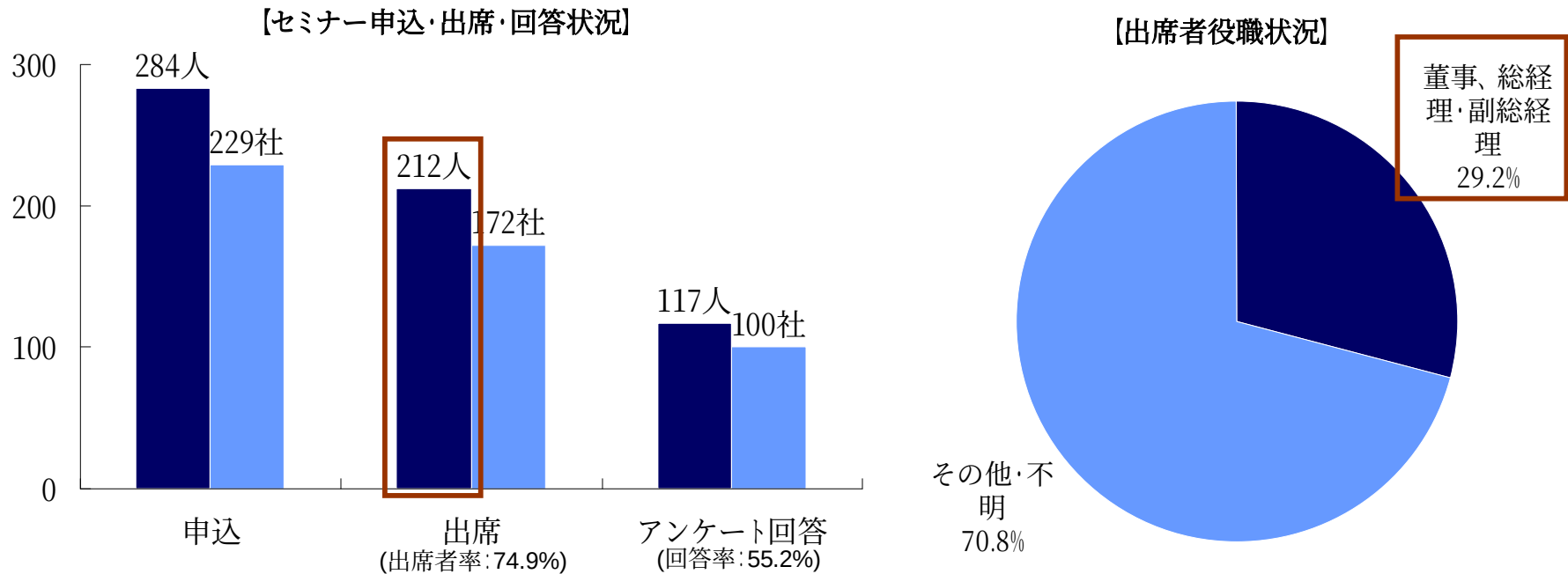
2009年03月31日

【主催】 (株) 日本総合研究所 / 軟脳軟件(北京)有限公司 上海分公司

【後援】 (株) 三井住友銀行 上海支店 / 日綜(上海)投資諮詢有限公司

1

212名の方々にご参加いただくことができ大変盛況だった



212人が当日出席され、出席者のうち少なくとも**29.2%**が経営層の方々であった



JRI 木下ディレクタ

JRI 金海主任研究員

INAX 庵原総経理

 軟脳軟件上海
宮原総経理

セミナーアンケート回答者の7割強から高い評価を頂くセミナーとなった

回答者の**76.4%**がセミナー全体に対して、
「大いに満足」もしくは「満足」と回答した

セミナーへの高評価 自由回答欄より)

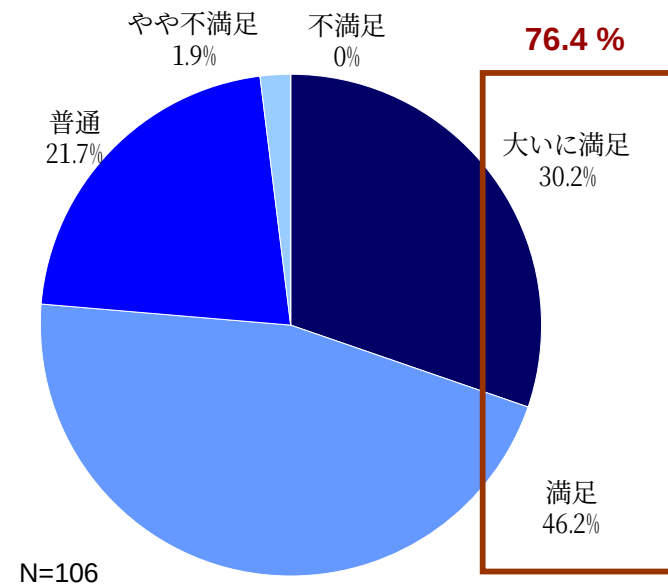
◆セミナーコンセプトに対する満足

- ブランドVS中国市場優先等、**日頃ビジネスの根本となっている問題を端的に理解できた。**
- 大変参考になった、**内容とコンセプトがとてもよかった。**
- **自社で取り組んでいることの整合性が確認できた。**
- 代理店情報をSCMに生かす可能性の大きさを感じました。大変参考になりました。

◆INAX様事例に対する満足 (回答者の**92.1%**が「大いに満足」もしくは「満足」と回答した[次頁参照])

- 大変興味深く聞くことが出来、大変参考になりました。
- 業界は異なりますが、中国での営業、経営に対して共感しました。
- ローカル営業パーソンの課題・問題点に関し、大変共感できた。
- 業界は違うがINAXさんの話は参考になった。今回の新戦略でどのような結果が出るのか興味がある。
- 具体的かつ参考になる面白い話でした。
- 現場サイドの生の声を聞いた感じが良かったです。
- 他社でのマーケティング、営業戦略に関するケーススタディは普段なかなか聞くことができないため、非常に参考になりました。

【セミナー総合評価】



指摘要望事項 自由回答欄より)

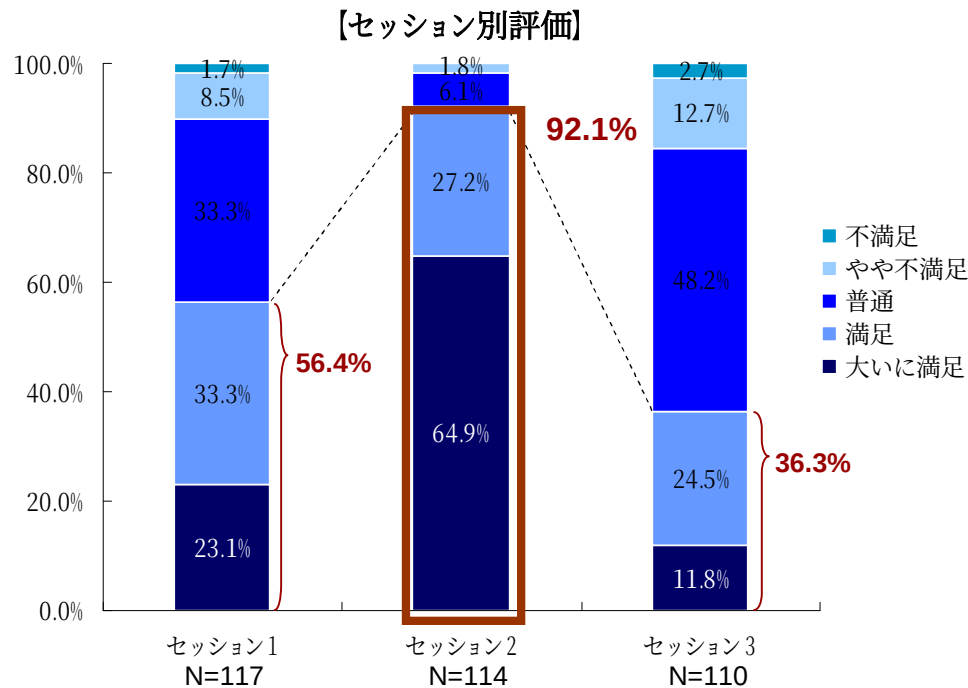
◆時間不足、レジュメや内容についてのご指摘

レジュメは全頁印刷でご用意頂きたい。
時間が若干不足していた。
販売力強化のより具体的な事例がほしかった。
今後、外資・国内企業のケーススタディをお願いします。
もっと詳しく伺えればと感じています。
総論はほぼ理解している通りだが、実Actionに各社問題があると思うので、もう少し「実」Actionの事例がほしかった。

◆セミナー全体のコンセプトへのご指摘

中国事業としては当然理解しておくべき内容が多すぎるのでは。
目新しさは少ない。もっとインパクトのあるセミナーを期待しています。
販売力強化のタイトルは不正確で、「ブランディングや代理店による販売力強化」にするべきだと思う。
最後の講演はソフトの話が多かったように思う。

(参考) 講演別だとセッション2 (INAX様) が非常に高い評価を得た



回答者の**92.1%**がセッション2に対して、
「大いに満足」もしくは「満足」と回答した

【セッション内容<再掲>】

セッション1：『中国における販売力強化のあり方～中国企業・欧米系企業の戦略に学ぶ～』＜日本総研 金海(主任研究員)＞

セッション2：『INAXの中国における事業展開』(特別講演)＜**INAX 庵原様(総経理)**＞

セッション3：『中国における店舗・代理店データを基にした営業改革』＜軟脳軟件上海 宮原(総経理)＞

INAX様へのコメント

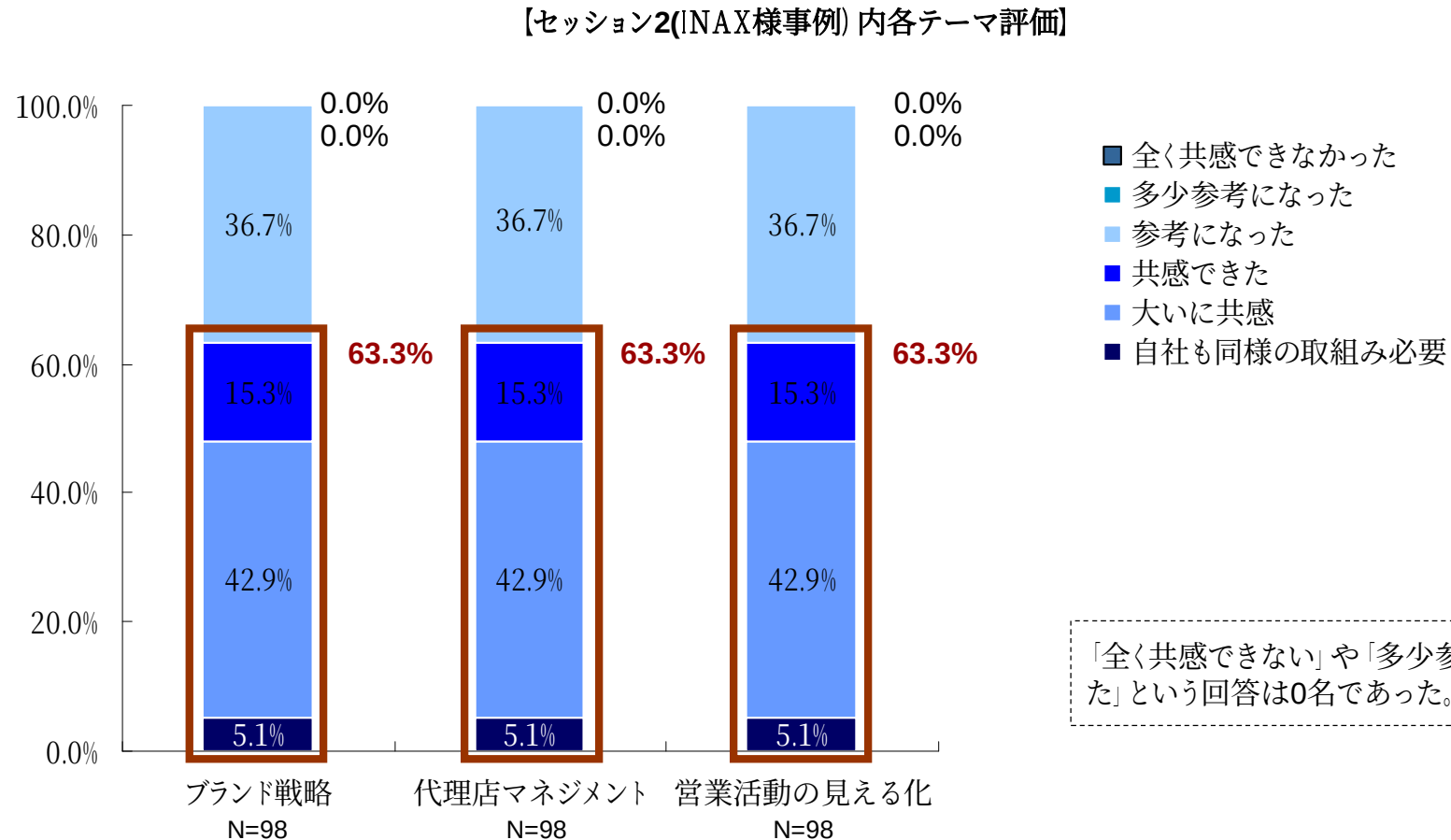
◆講演内容への共感

- 今後の成果を楽しみにしています。興味深いお話有難うございました。
- 商社ですが、今後中国でのビジネス展開に有益な情報が多く参考になりました。
- リアルで試行錯誤されて今の姿があることが分かりました。営業の基本から仕組みまで大変よく理解できました。大変面白い取り組みだと思いました。成功を期待しています。
- “NEW strategyが成功する事を願っています。大いに共感できました。
- 弊社の状況と共感する点が多く、営業プロセスの見える化は大変参考になりました。ありがとうございました。当社と同様の悩みと方法論(対策)で驚きました。

◆INAX様へのご意見

- イメージキャラクタなどを起用しますか？もっとINAXを消費者にとって身近に感じさせた方が宣伝効果があるのではないのでしょうか？(ご参考までに)
- 昨日、弊社スタッフと伊奈さんの話をした時、宣伝に使われている女性があってないのでは？と言っていました。勝手な意見ですが。
- 中国(人)には、スタイリッシュ(ブランド)・シンプルは向かない、まだ時期尚早だと思う。大変興味深い内容でした。ユーモアもあり。ビジネス構築のプロセスや判断はとてもイメージしやすく、合理的で非常に勉強させていただく部分が多かったと感じております。 etc. (その他多数)

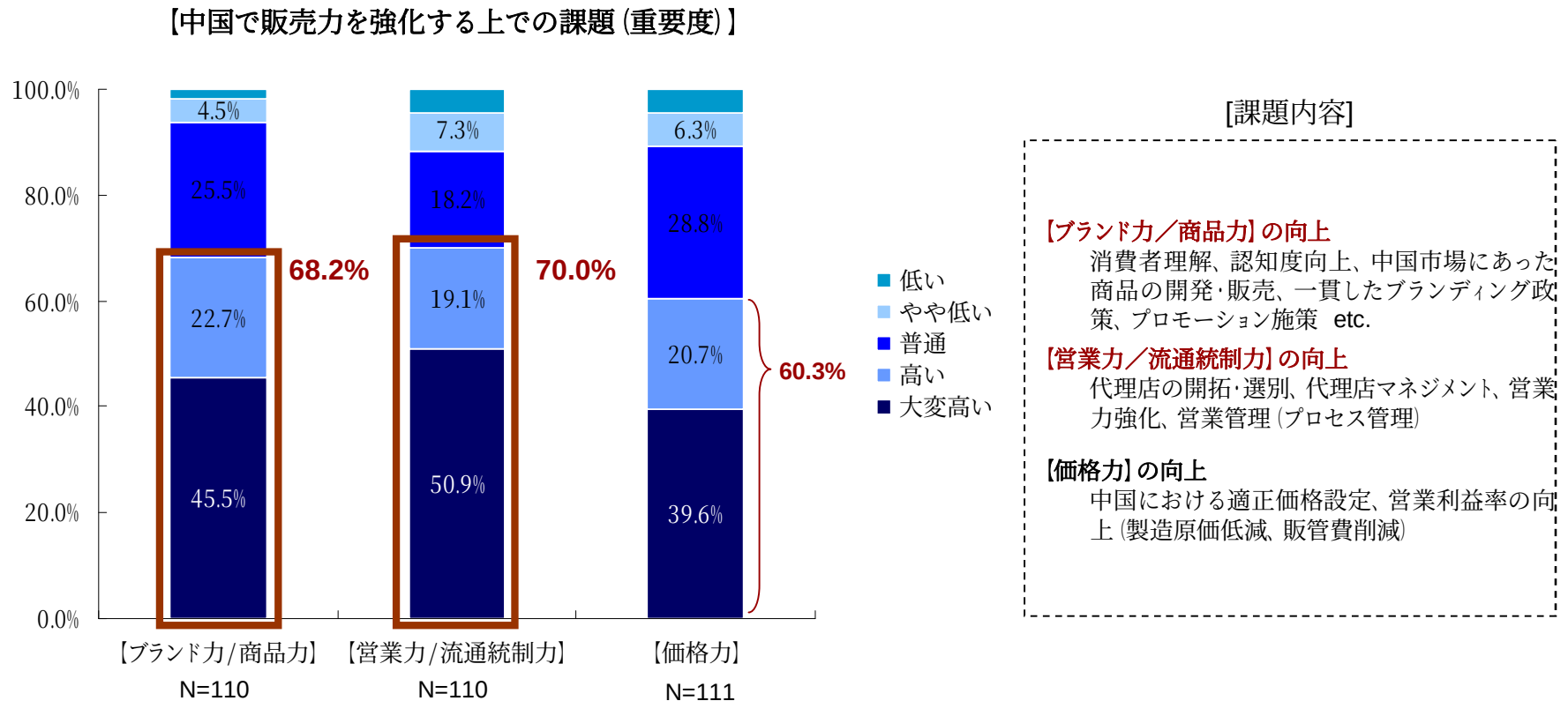
(参考) INAX様の事例については、3つのテーマ全てにおいて高い共感を得た



回答者の**63.3%**がセッション2に対して、「共感できた」・「大いに共感」・「自社も同様の取組み必要」と回答した

＜備考＞セッション2 (INAX様事例) は大きく3つのテーマ(「ブランド戦略」、「代理店マネジメント」、「営業の見える化」)について構成されていた。

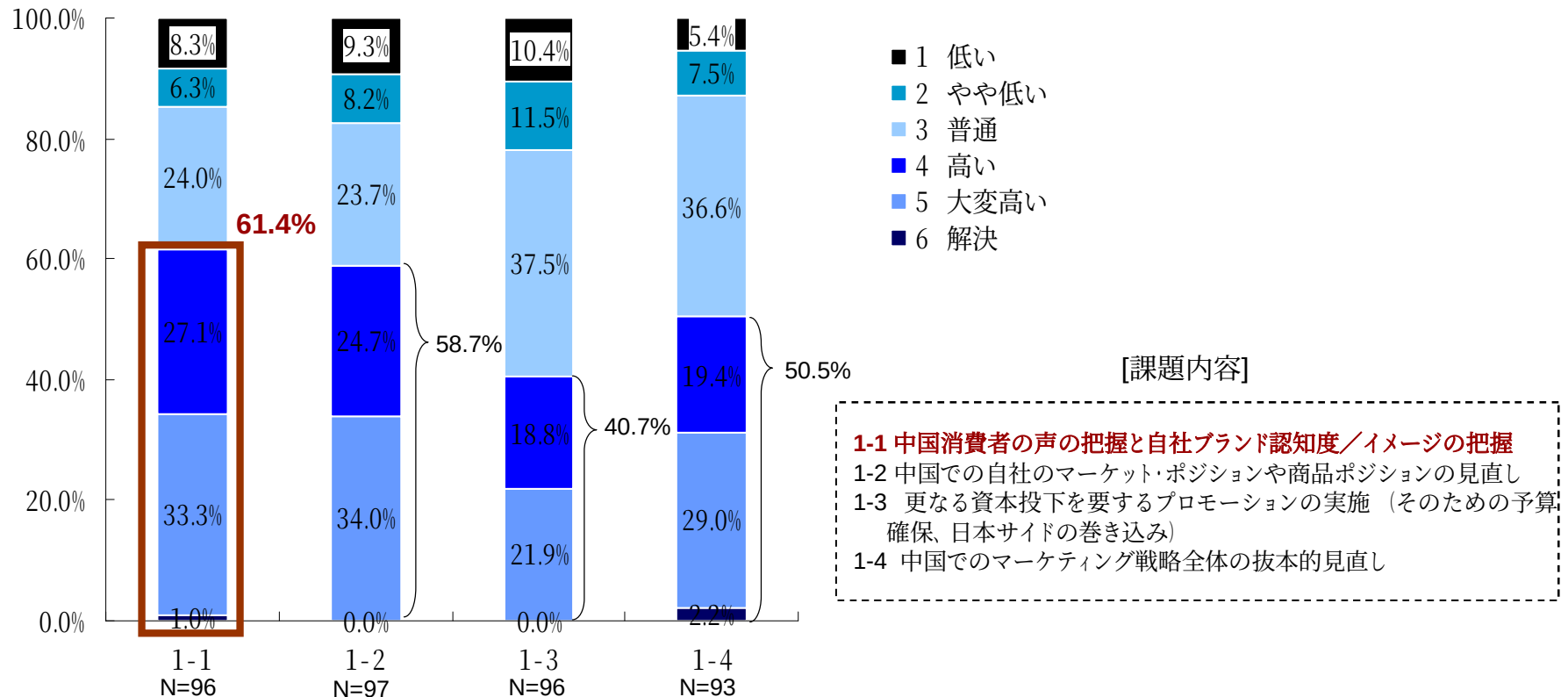
販売力強化における重要課題は【ブランド力／商品力】【営業力／流通統制力】の向上



回答者の**70.0%**が【営業力／流通統制力】の向上、**68.2%**が【ブランド力／商品力】の向上の重要度が「大変高い」もしくは「高い」と回答した

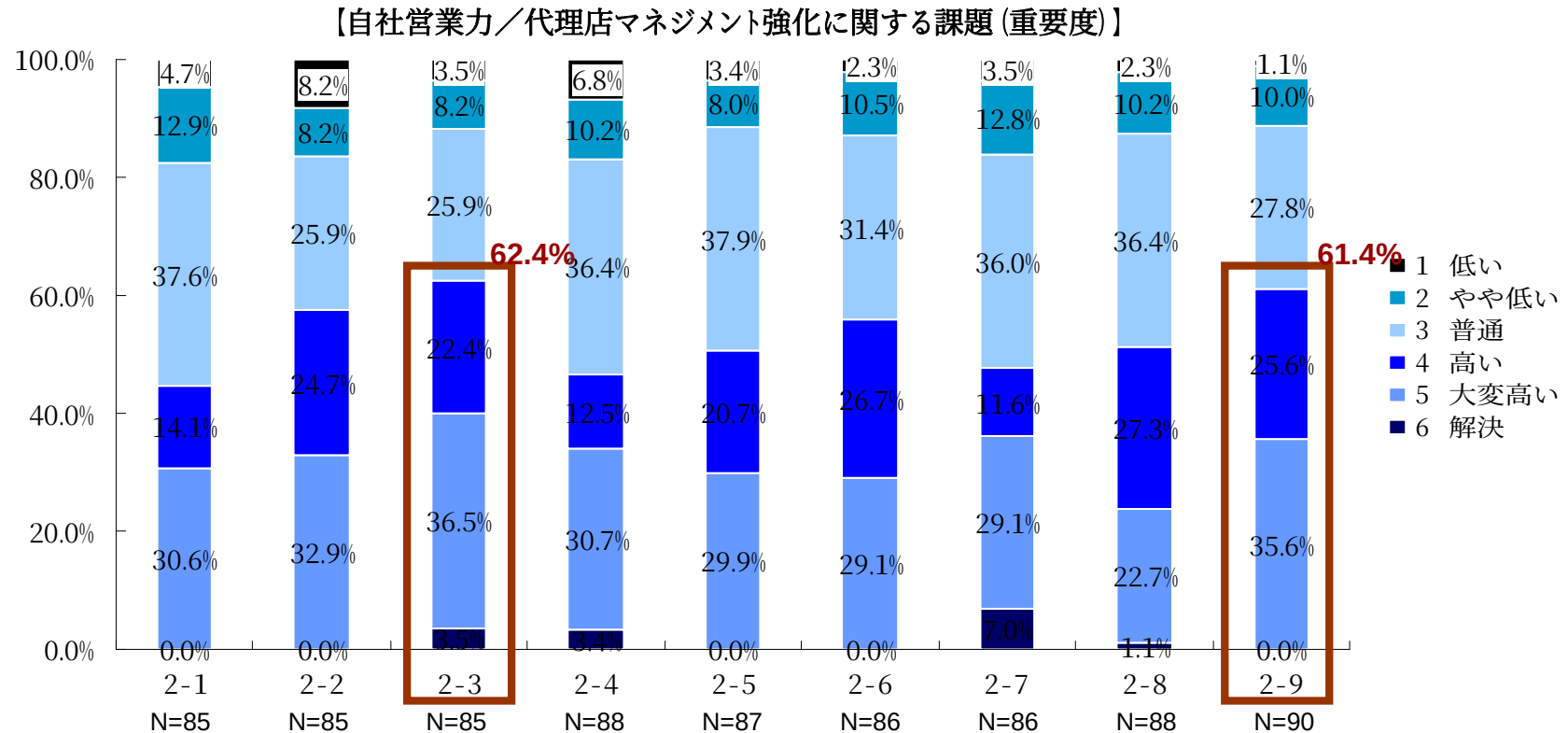
【ブランド／商品】消費者ニーズ把握・自社ブランド認知度・イメージの把握が重要課題

【自社商品のブランド力／商品力強化に関する課題（重要度）】



回答者の**61.4%**が『中国消費者の声の把握と自社ブランド認知度／イメージの把握』に関する課題が重要と回答した

【代理店／営業】 中国流の代理店管理と営業のプロセス管理／見える化が重要な課題



2-1 代理店の開拓・囲い込み (競合との代理店政策の差別化)

2-2 代理店の育成・各種バックアップ (場合によって資本参加や販社設立も)

2-3 代理店開拓・管理における中国人材の登用・活用 (62.4%)

2-4 地域を越えた販売エリアの拡大 (例. 上海→広州／都市部→地方)

2-5 代理店との情報共有 (販売実績情報・顧客情報)

2-6 代理店との目標・計画の共有・コミットメント (長期的信頼関係構築)

2-7 代理店からの代金回収

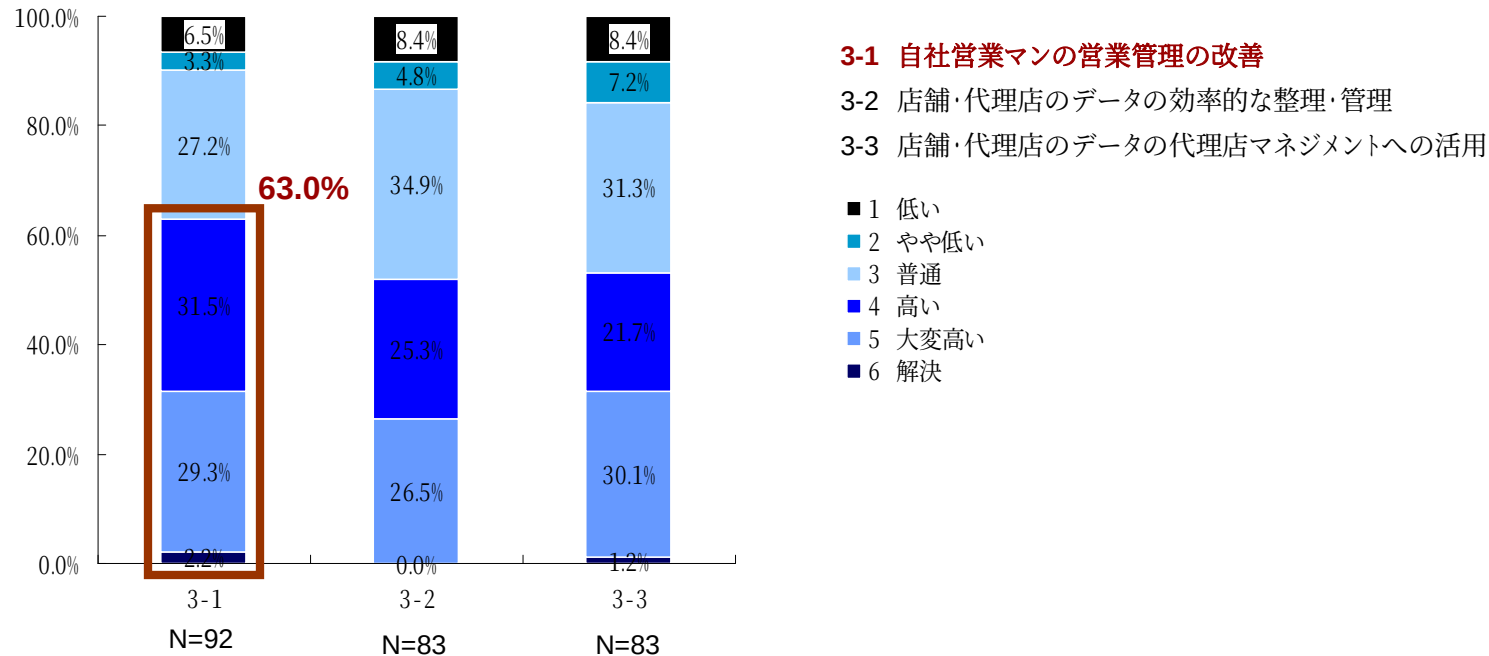
2-8 代理店に対する交渉力の低さ、自社営業マンの未熟さ

2-9 営業のプロセス管理、見える化 (61.4%)

回答者の**62.4%**が『代理店開拓・管理における中国人材の登用・活用』、**61.4%**が『営業のプロセス管理、見える化』に関する課題が重要と回答した

【営業活動】 営業管理業務の改善がデータ整備／データ活用の前に必要

【店舗・代理店データを基にした営業改革に関する課題（重要度）】



回答者の**63.0%**が『自社営業マンの営業管理の改善』に関する課題が重要と回答した

◆その他＜「販売力強化」における課題認識＞

現状、代理店というものを利用していない。将来の課題。
 競合製品が代理店は殆ど扱っているがその中の販売力強化の方法。
 ルーチンの営業活動の把握。代理店探しが大変。
 日系企業の課題はどこも似ていることを再認識した。

その他：今後期待する特別講演及びセミナー内容

◆特別講演として招いて欲しい中国ビジネス界の経営者

- 業種・業界・・・商社、大手建設業者、中国でアパレル内販を展開している欧米系、韓国系企業の方、食品・消耗品関係者、B2B、B2CのEC企業、オフィス用品（特に文具関連）の日系企業経営者、日系コンビニ、非住宅向け案件を扱う日系企業、中国系企業の勝ち組企業

◆興味のある講演内容

- 日系中国進出会社の苦労話
- 中国でのマーケティング
- 中国人のマネジメント

その他：参加頂いた方々から多くの反響を頂いた

製造	先日はセミナーに参加させていただき有難うございました。まさに私の心に響く、久々にヒットしたセミナーでした。また次回もこのようなセミナーが開催された際には参加したいと思います。
製造	今後計画されているという「営業・マーケティング研究会」について興味がございます。詳細決まり次第ご案内いただければ幸いです。
製造	INAXの庵原総経理の特別講演は、実体験に基づく有意義な内容のみならず、話し方で笑いを取るなどの講演のうまさも加味され、大変興味深く、且つ楽しく聞かせて頂きました。ありがとうございました。また、このような企画がありましたら、ぜひともお声をかけて頂きたく宜しくお願いします。
製造	貴信を拝受致しました。有難うございます。先日のセミナーに参加させていただき、大変勉強になり、今後の中国事業戦略を策定する際の大きな指針になりうると考えております。 小生はここ十数年間に中国マーケットで市場戦略を策定し、展開してきましたが、成功の道がまだまだ遠い先ではないかと思っております。問題はどこにあるのか常に自問していますが、正解はなかなか得られずに終わってしまいました。今後はぜひ御社のセミナーに参加させていただければと思います。
商社	貴社のセミナーは今回初めて出席させて頂きましたが、大変興味深く拝聴させて頂きました。 セミナーのトピックスである『代理店管理』、『ブランド構築』をメーカーから見た代理店、メーカーのブランド構築という異なった視点でお話を聞くことができ大変勉強になりました。是非、また上海でセミナーを開催していただきたく、開催の際にはご連絡下さい。
自動車	先日は貴重なお話をうかがうことが出来、参考になりました。また、弊社は販売面は専門ではありませんが、共感できる部分も多くありました。
サービス	メールを送って頂きまして、誠にありがとうございました。先週のセミナーで色んな情報を頂きまして、大変勉強になりました。
化学	我々は中国での展開はまだ2年でして、BtoCのみの展開で挑んでおります。 日々、中国富裕層マーケティングを踏まえながら開拓し、増客しております。 今後ともぜひいろいろお話を伺いたく、改めて、お時間いただければ、有難いです。
飲食	先日は、貴社主催のセミナーに参加させていただき大変勉強になりました。改めて御礼申し上げます。 私としても、皆様のような専門家の方々と意見交換させていただくことは大変勉強になります。ご連絡いただければ日程等、調整させていただきたく存じます。
IT	先日のセミナーは大いに参考になりました。金融危機で上海市内も第2次産業は大きなダメージを受けておりますが第3次産業と新しく第2、5次産業が重要視されてきているようです。
マスコミ	先週は貴重なセミナーを開催して頂き誠にありがとうございます。今後、取材等でご協力頂けると幸いです。
マスコミ	実は本日、貴社の金海様が弊社にいらっしゃいました。これからも貴社と良い関係を築いていければと存じます。
不動産	弊社でも昨今の景気の落ち込みからくる不動産市況の悪化を踏まえ、オフィス移転や社宅費の見直しなど経費削減のご提案をいたしております。セミナーにも大変興味を持ち拝聴させていただきました。よろしければ一度より詳しいお話をお聞きしたいと思うのですが近々いかがでしょうか？
服飾	業界・業態の違いはあっても、INAX様はじめ、皆さんご苦労され、努力されているということが肌で感じられるだけでも、元気付けられます。