

ユーザのニーズ・課題解決と共に進化してきた BI ツール

GRAPHKA-Pro & CodeExchanger

グラフィカ

コードエクスチェンジャー

～ 売上倍増につながる一歩進んだ販売データ活用のご提案 ～

ユーザの課題に一つ一つ対応してきたら、データ活用のコツが見えてきました。
それはあたり前のことですが、「ユーザの業務・役割を先に整理してから、
その遂行に適したデータの利用法を考える」ことでした。
私たちがたどり着いたソリューションと、今年のチャレンジテーマをご紹介します。
これらについて、ともに話しませんか？

スタッフ部門 のデータ活用ニーズへの対応

経営層への報告

- ・ 各種計画の、成功と失敗の検証資料作成
 - 幹部自らドリルダウン可能な資料を提供する
- ・ 商品・顧客の構造的変化の発生をウオッチ
 - 構造的変化を発見した際は、変化の要因の調査結果と共に報告。組織的な解決を提言する

社内への情報提供のハブとして

- ・ 経営幹部や各部署からの詳しい集計・分析の要望に対応。複雑な条件での集計機能を活用

商品戦略検討

- ・ 稼ぎ続けられる商品戦略の検討
 - 自社製品については商品ごとのライフサイクルを考慮した PPM 分析 を行う
- ・ 現行商品の「儲かる品揃え」の推進
 - 都度変化する仕入商材については 売上マップ を活用して仕入戦略を検討

チャンネル分析



- ・ SPP はオムニチャンネル時代のチャンネル戦略を、ユーザと共に研究しています(データへの「チャンネル情報」追加に CodeExchanger 活用)

経営幹部 は常に計画の進捗状況や実績の「全体像」と「変化」が分かる情報を求めています

経営戦略の策定と見直し

経営リソースの配分と組織の強化

上記テーマに責任を持つ経営幹部は、次の項目に強い関心を持っています

- ・ 各種計画の成功と失敗の検証
- ・ 自社扱い商品・サービスの推移
- ・ 顧客の変化
- ・ チャンネルの変化
- ・ 新たな機会の発見

そして **豊富な経験と洞察力に基づく課題の発見**が、現場への支援・指導につながっています

経営層への報告に求められる要件

- ・ できるだけ左記の 5 項目を盛り込むことが大事です
- ・ 部署、商品分類などでのドリルダウンが手元でできるようにデータを加工・グラフ化して報告します(階層設定や内訳表示など)
- ・ 変化、とくに構造的な変化に対しては、事前に現場のヒアリングなどで要因を調査・分析して、併せて報告することが望まれます

B2B 営業チームのデータ活用支援

「注文をいただける営業チーム」を目指して、チームリーダー育成を支援

新しくチームを率いることになったマネージャからは、データ活用もさることながら、まず「チーム運営の基礎を確立したい」との要望が多く聞かれます。

そのため、チーム運営の基本を整理しながら、その中にデータ活用を取り入れたセミナーを実施しています。課題の解決策を考え、実行に移すためのコースです（カリキュラムは別紙）

チームリーダーの関心事と悩み

- ・ 「マネージャの仕事」を体系的に整理したい
- ・ チームの営業戦略の策定方法
- ・ 「売れないのは価格が原因」という問題への対応
- ・ 「チームの強みと弱み」分析の具体的方法
- ・ B2B 営業(受注販売)の目標管理の方法

B2C 小売現場 多忙な現場の手間を最小限にして拡販と業務改善を目指す



集客アクションのターゲット抽出

- ・ データ集計の際に RFM 分析を併用して、ターゲット顧客を抽出する

販促効果の検証

- ・ DM やキャンペーンなどの販促情報を販売データ中に追加して、対象の顧客や商品の実績を日次グラフに表示。販促活動の前後の変化を検証する。(CodeExchanger 併用)

滞留在庫の防止

- ・ 販売データからの「最終販売日」と実地棚卸結果から、商品ごとの滞留期間一覧表を作成する

取引ミスの防止

- ・ 販売データの 1 行 1 行をチェックして、赤字・低利益率取引の原票を抽出する

*これらは 2017 年 6 月発売予定のオプション機能です。ユーザとの実証研究により改良・機能追加されることがあります。

GRAPHKA 一押し便利機能

日常的に行われている販売集計が「楽になる」ことなら、現場のリクエストはほぼ取り入れました

- ・ 項目自動抽出(実績順に項目を抽出)
- ・ 項目 2 段抽出
(上位顧客別売れ筋商品一覧など)
- ・ 「計画比」または「計画との差額」計算
- ・ 階層機能によるドリルダウン・ドリルアップ
(例: 全社⇨部⇨課⇨係⇨担当者⇨顧客)
- ・ 複雑な条件の実績集計
(1 行ごとに集計条件の異なる集計表など。顧客ごとのリポート計算などを省力化)
- ・ 平均単価自動計算(原価と売価の推移分析用)
- ・ 指定項目以外を「その他」として自動集計
- ・ すべての集計処理ごとに、グラフ分析用データも自動生成

CodeExchanger はここで使う

どんな BI ツールも、データにない情報は分析できません
CodeExchanger は、必要な情報を販売データに追加して、分析の幅を広げます

- ・ 蓄積されている販売データ中の商品分類を「新しい分類体系」に置き換え
 - 現在の市場に即した商品戦略の検討資料を作成
- ・ 顧客の業種・業態情報を追加して、流通経路ごとに、そこを流れる商品の種類と実績を集計
 - 現在の営業体制(人員・スキル・知識)で十分にサポートできているかどうかを検証
- ・ 飲食業で、**後に確定する商品(料理)の平均原価を挿入**
 - メニューごとの利益分析を行う
- ・ コンサルファームが、**クライアントのデータに情報を追加して分析**
 - 新しい視点からの提案を行う

企画・開発 有限会社エス・ピー・ピー

〒262-0032

千葉県千葉市花見川区幕張町 5-417-249-1-1301

TEL.043-272-9541 FAX.043-272-9540

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