

サンプル

製造業向けご提案資料

営業部門/サポート部門編

サイボウズ株式会社

営業本部 編

生産現場の潮流

まずニーズのあるところからはじめる。その後、徐々に全体に広げていく。
はじめから全てをシステム化しようとする中途半端になるケースが多い。


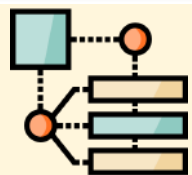

従来の概念

これからの概念

特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● 効率性 ● プロセス・静的 ● 情報 ● 過去 ● 所有 ● 組織主導 ● 垂直統合のみ ● 水平分業が下手 	<ul style="list-style-type: none"> ● 創造性（企画力） ● 自立性、動的 ● 知識 ● 現場（リアルタイム） ● 共有 ● チーム主導（個人） ● 新しい小集団 ● ECM、SCMのマネジメント
ITCの役割	<ul style="list-style-type: none"> ● 生産性向上 ● コスト削減 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人のエンパワメント ● 商品・サービスの価値向上 ● ビジネスモデルの変革

これからの新しい経営資源

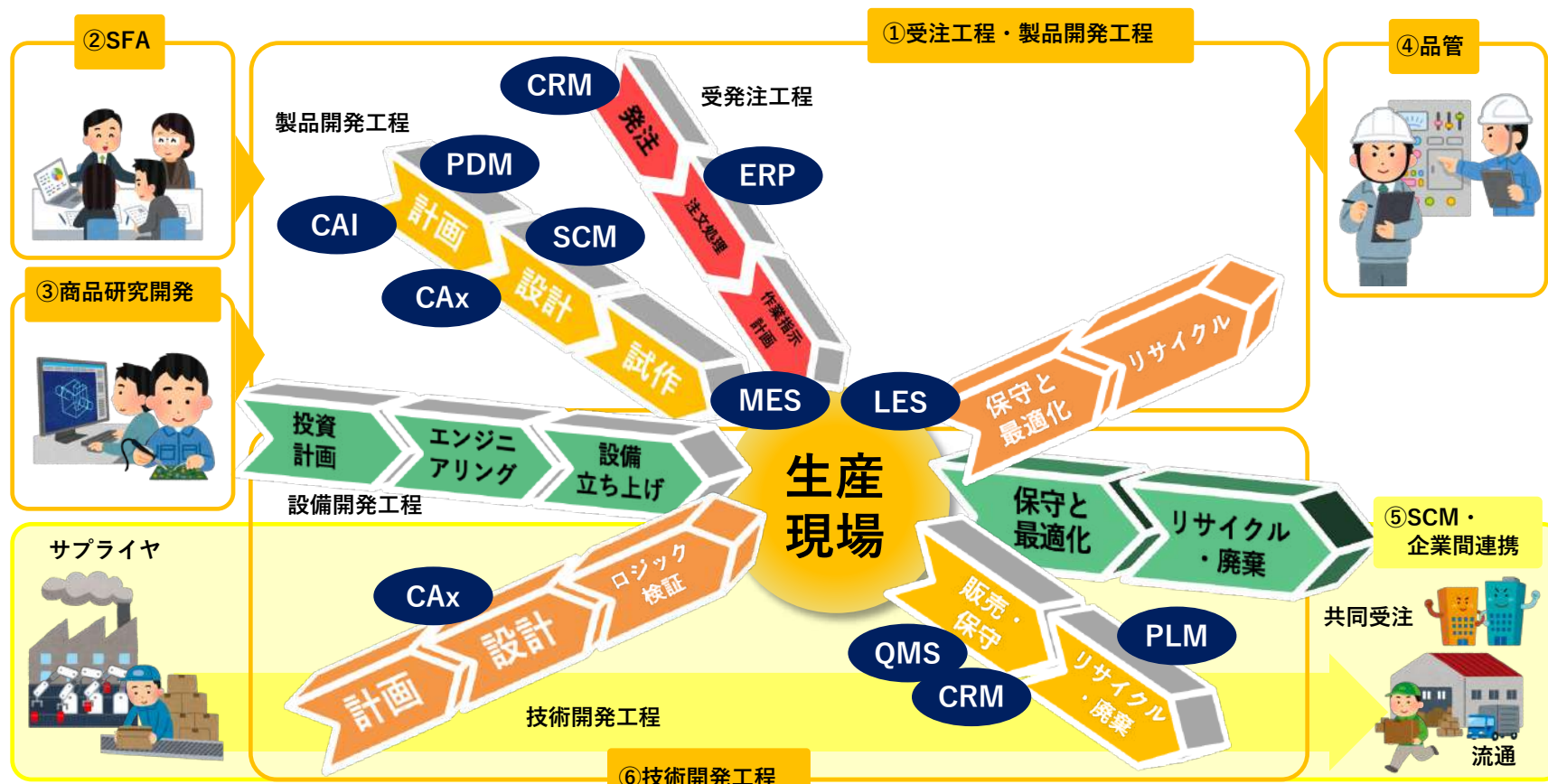
「人」「モノ」「金」から、「人（チーム）」「情報」「インフラ」へ。
基幹系ではサポートされない、領域をカバーするITツールが求められる。

	人（チーム）	情報	インフラ
			
製造現場における経営資源	営業 生産計画 製造現場	生産管理 センサー 作業結果	サーバー/デバイス クラウド センサー
課題	モノづくりを取り巻く環境変化への対応	複数システムに分断された業務データの散在	生産に係るすべての情報の集約と現場での利活用

今回のご提案領域

サンプル

製造業SFA/CRMと、関連する周辺業務(企業間含む)に含まれる課題を解決



⑥技術開発工程

ver.20170330_01

背景

- これまでの「売り切り型」から「サービス型」へシフトする企業も多い中、**部署横断での情報共有・連携の強化が求められている**（営業、アフターサービスなど）
- 個別の要求に対してきめ細やかな対応が必要となる一方、リードタイムは短くなっており、**間接業務を減らす**ことが必要となっている。

製造業 お客様対応プロセスの特色

専門領域ごとに分業となる

社内でスキル、リソースが調達できない領域は
社外と協業しているのが一般的

例) 修繕、点検のために必要となる機材や、フォークリフトなどの重機等の専門機材の調達、等

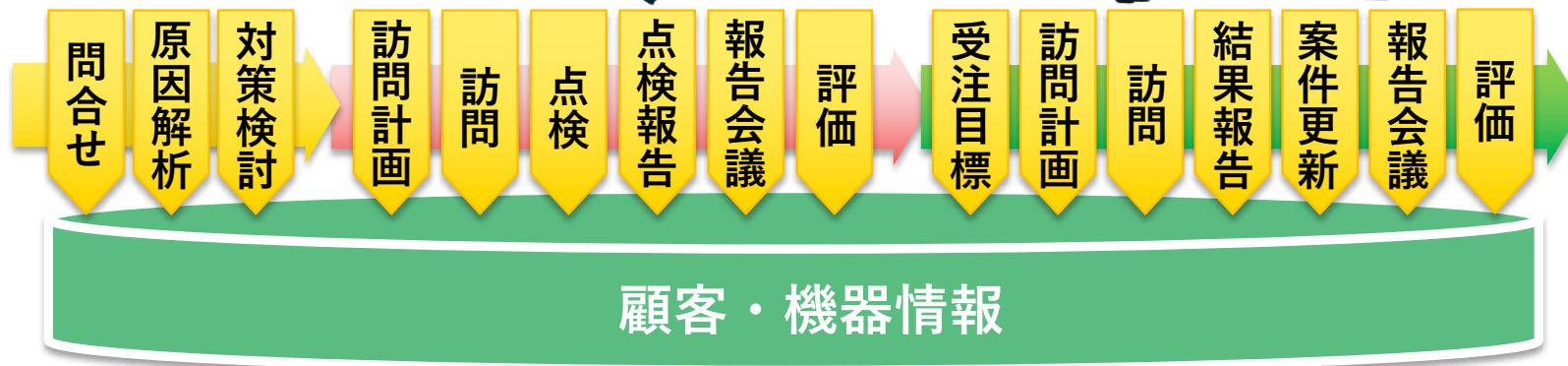
複数部門での分業となり、社内に留まらず
場合によっては社外も含め、
多くの利害関係者間の調整が必要となる

製造業 お客様対応プロセスの特色

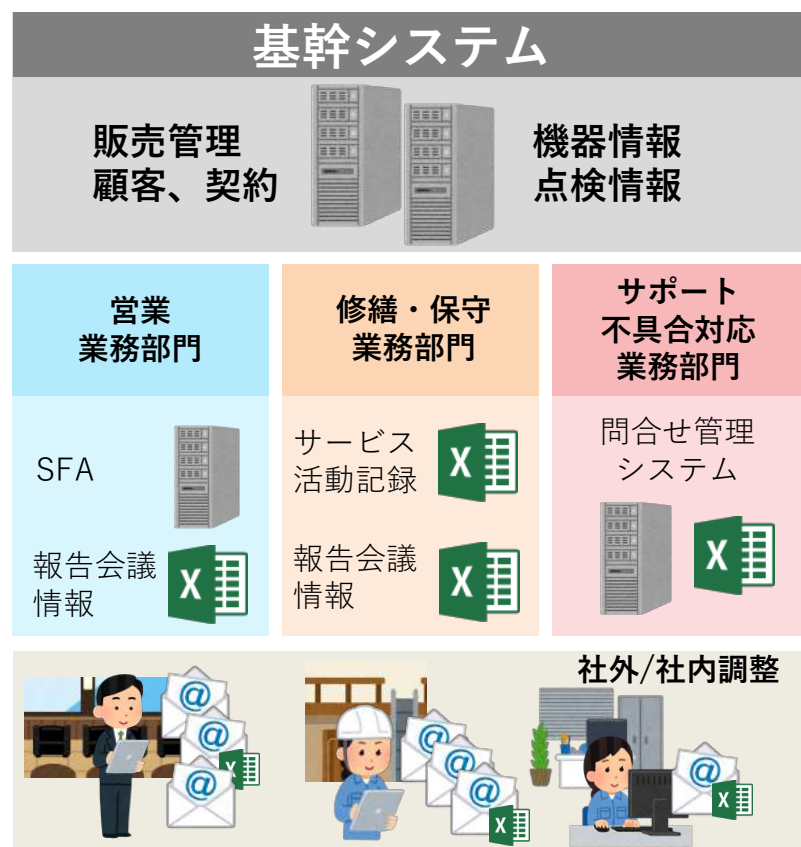
サポート

保守・サービス

営業



システムに起因する要因



- ✓ 現場のニーズをくみ取ったカスタムがしにくい
- ✓ 扱う情報が限定的
- ✓ アクセスできる環境、端末が限定的
- ✓ 現場の業務で必要となる情報を得るにはそれぞれのシステムから情報を取得・統合する作業が必要



- (特定用途に特化したパッケージサービス & Excel)
- ✓ データが複数のツールに散在し、連携しない
 - ✓ 共有のための転記など間接業務が多くなる
 - ✓ リアルタイムに共有できない



- (メール)
- ✓ 情報が散在する
 - ✓ 一覧性がなく、抽出も困難
 - ✓ まとまったデータとして利用できない

これらの課題を  **kintone** で解決します！

サンプル

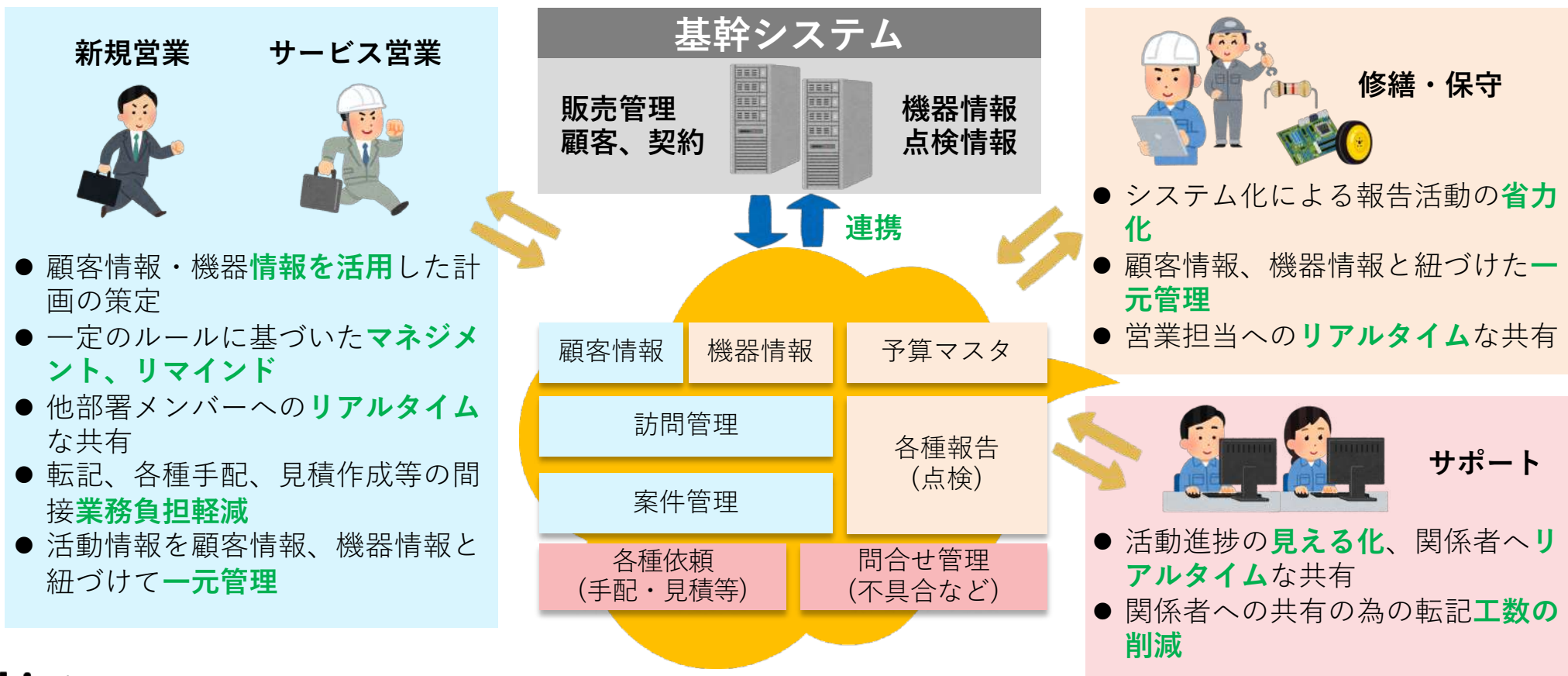
製造業CRMのご提案

販売から導入、サポートに至る全プロセスの情報を

- 部署、企業の垣根を超えてリアルタイムにフィードバックし合える
- 同一情報を活用した連携と対応力強化を支える

仕組みを構築します

kintone 製造業CRM



この続きはパートナー限定資料にて公開しております。