

もっとお客様サービス向上 するために

ユ シンケツ
執行役員 兪 箴潔

京二の上海法人が正式成立されて、まもなく丸2年になる。商社というサービス業は中国では新業種でありながら競合もたくさん存在している。日系は商社を使うことに慣れているが、地元企業は商社の存在を認めさせるため苦勞している。商社の過剰存在も流通業界での淘汰も避けられない。時代に合わせて商社機能について見直さないといけない。

工業製品を扱う日系と欧米系企業の多くが20年前から中国進出を果たし、中国経済の大発展と共に飛躍した。商品の入手もしやすくなり、価格も透明化したことは、後発の商社にとってはいかに差別化し、付加価値を提供するかが大きな課題になる。具体的にすると

1. スピード化

多くの企業はスピーディに回答することを求められる。即回答は常に求められ、特殊品になる場合、翌日回答できないと転注されることが当たり前の世界。営業マンは毎日会社にいる保障がない中でいかに正確に対応するかは難題になる。特に特殊品の場合、文字で述べるのが難しく、ハイレベルの内勤者が営業以上に求められる。商品を熟知し、お客様からの依頼、発注傾向も把握すること。かつスピーディな営業業務処理。弊社社内ではお客様と仕入れ先の情報公開と社内で共同把握を要求される。中国社員は情報を抱え込む傾向があり、それは厳格に禁止。見積と受注、納品、回収の過

程を徹底的に明確化し、お互いに督促できるようなシステムになる。担当がいなくても内勤の迅速回答ができるような体制が京二の日中両方の共通点である。なお、お客様から問い合わせされる前に連絡することが大事だ。

2. 商品を熟知すること、 お客様のニーズを把握

日本国内のお客様のニーズと中国国内の日系のニーズが根本的に違う。中国での日系企業の選択肢は日本より多い。日本製品以外、欧米、中国現地の製品の中にニーズに合わせて迅速に見積を出すことが求められる。標準品は輸入品を使用、特殊製品とメンテナンス業務は現地企業へ依頼希望が多く、お客様は京二から購入することイコール安心を購入すること。既存品以外の推奨品についてのメーカー調査は重要だ。商社の情報ルートを利用し、自社で信頼できるメーカーしかお客様へ推奨しないこと。アフターフォローも京二の仕事の一つ。メーカーのメンテナンス体制、費用を事前に調査、提示。地元の商社の多くは売りっぱなしが多く、お客様に安心安全なサービスを提供できないことがお客様にとっては一番困るところだ。これらの不安を一掃することも日系商社を使うメリットである。

上海法人の歴史は浅いが、私の日本の商社経験と現地社員の知恵を融合し、よりスピーディ、正確にお客様へのサービス向上に努める。