

営業職一人ひとりが経営者視点を持てるように 100期連続増収を目指したBIツールの導入と社内浸透の取組み

株式会社成田デンタル



全社の売上実績を即座に把握し、 営業モチベーションの向上にも

歯科技工の専門商社として歯科医院と歯科技工所の橋渡しを行っている株式会社成田デンタル（以下、成田デンタル）では、MotionBoardを導入し、基幹データを手軽に分析できるダッシュボードを構築。また、MotionBoard上で地図情報に歯科医院をマッピング、そこに営業ルートを落とし込み、効率性の高い営業活動を実現した。

写真左から：千葉営業所 所長 大場 富美夫 氏、代表取締役 石川 典男 氏、デジタル推進室 室長 吉原 大騎 氏

Summary

概要



背景・課題

- ・ 基幹システムからのデータ抽出のハードルが高く、分析レポートの作成作業が属人化していた
- ・ 市場シェアをさらに高めるため、営業活動の効率化が求められていた
- ・ 導入当初、現場にすぐには浸透しなかった



導入のポイント

- ・ データベースの専門知識がない人でも簡単に使えるダッシュボードを構築
- ・ 営業ルートの関連情報を地図データ上に配置することで、営業ルートを可視化
- ・ ユーザーコミュニティへの参加で得た知見を活かし、社内浸透を促進



効果

- ・ 分析レポート作成にかかっていた業務負担を、約6割削減
- ・ 新規開拓の余地や可能性が可視化され、営業職の数字への意識とモチベーションが向上

MotionBoard

ビジネス全体のあらゆるデータを可視化するBIダッシュボード。
データを必要なカタチでシンプルに可視化。



MOTIONBOARD

CASE STUDY

きめ細やかな経営意思決定と 営業活動の効率化を実現

歯科技工の専門商社である成田デンタルは、全国 6400 軒の歯科医院と 150 社の歯科技工所の橋渡し役を担っている。社長の石川氏は 100 期連続の増収を目標に掲げており、その達成を目指すにあたり、アソシエイト（＝歯科技工専門の営業職）の IT スキル強化および各部署長やアソシエイト一人ひとりが経営者の視点を持つことが必要だと考えていた。

既存の基幹データベースからデータを抽出することは、多くのアソシエイトにとってハードルが高かった。そのため、会議などの資料としてデータが必要な時は、石川氏や IT 担当者が分析レポートを作る必要があった。しかし、事業が拡大して会社の規模が大きくなり、全国各地に拠点が増える中、これまでどおりではいなくなっていた。そこで、基幹システムと連携できて、社内

の誰もが簡単に使えるような分析ツールとして MotionBoard を 2015 年に導入。導入前は週に一度の売上レポートによって業績の善し悪しを判断していたが、導入後は数値がリアルタイムに反映されるため、日々より細かい判断が可能になった。また、レポート作成の作業も 6 割程度まで軽減された。

営業現場では、MotionBoard 上で地図情報に取引のある歯科医院とこれから新規開拓する歯科医院をマッピング、そこに詳細な営業ルートを落とし込み、営業活動の効率化を実現している。

社内浸透の助けとなった ユーザーコミュニティの存在

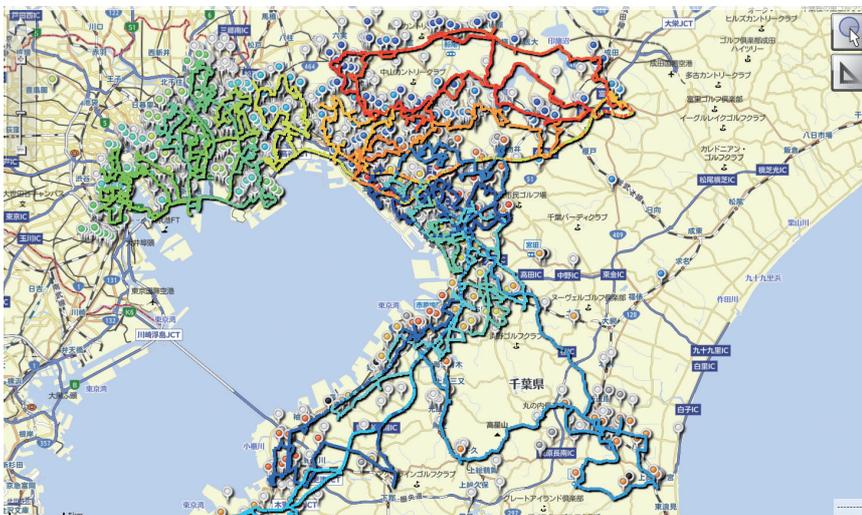
MotionBoard 導入後、社内へと浸透させるには苦労もあった。そこで大きな助けとなったのがユーザーコミュニティ「nest」の存在だ。nest に参加したことで、他社ではどういった画面を作って



いるのか、どんな機能を使っているのか、さらにプレゼンする方法や社内への浸透方法などを知れて参考になったと、導入の司令塔役を任された吉原氏は振り返る。

着実に社内の IT 力を向上させている成田デンタル。今後もさまざまな工夫を凝らし、DX への対応を進めていく。

歯科医院をマッピングした上に営業のルート情報を落とし込み、 MotionBoardで可視化



株式会社成田デンタル

設立 : 1983 年 3 月
本社所在地 : 千葉県千葉市
URL : <http://www.narita-d.co.jp/>

歯科技工物の販売業務、歯科医療事業所に対してのコンサルティング業務

サイト内でより詳しく
ご紹介しております。



<https://www.wingarc.com/product/usecase/297.html>