

ホームページ活用による業績向上法の研究

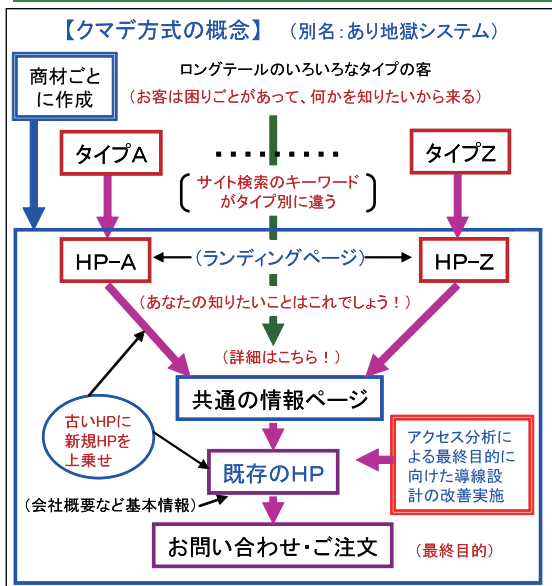
—Webによる営業の自動化法—

教授 児玉 充晴
KODAMA Mitsuharu



経営情報学部 経営会計学科

ホームページが自社を知らせるデータ構造の基本！



ホームページやダイレクトメール（DM）が自動的に営業してくれる、企業の業績を上げる方法を研究している。企業の規模や業種は問わない。NTTコミュニケーションズの営業本部経験と、20社以上にコンサルした経験を生かして、主に下記の項目を研究している。

- (1) 過去の営業実績を分析し、自社の強みに基づく売り方の開発を行うことによる、人手をかけない営業の自動化戦略
- (2) 閲覧者の知りたいこと別にトップページ（ランディングページ）を作って、答えを提供して、お問い合わせ・ご注文に結び付ける導線設計
- (3) ホームページのアクセス分析による、閲覧した企業名の割り出しや、お問い合わせに引き込むコンバージョン分析による導線の改善実施
- (4) （ホームページ+DM+ブログ）などの組み合わせでの広報戦略

社員数15名の犬山の板金会社での取り組み実績は下記の通りである。

- (1) アクセス分析から閲覧企業名を割り出し、そこにダイレクトメールを打ち込むことで受注効率を高め、受注率4%を達成している。
- (2) 新日鉄から年間1億円の直接契約をもらうとともに、日立工機、リコー、キヤノンなど、大手有名企業との直接契約が取れている。
- (3) ホームページの改革に取り組んで4年後に、ホームページ経由での売り上げ高が2.7億円になり、過去最高の売り上げをあげている。

キーワード

Web2.0、セールスエンジニアリング、売り方の開発、アクセス分析、営業の自動化設計

相談に応じられる内容

ホームページによる営業成績の向上法、営業体制や営業活動の高度化法、過去を分析した会社業績の向上方法、営業の自動化法

民主的な企業変革と事業承継に関する研究

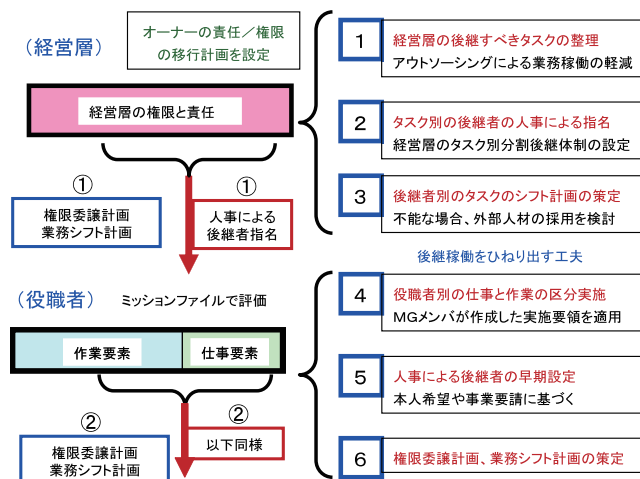
—社内体制変革と算命学に基づく上手な事業承継法—

教授 児玉 充晴
KODAMA Mitsuharu



経営情報学部 経営会計学科

【事業承継のプロセス例】



算命学の適用法：陰陽五行思想に基づく、人の組み合わせ相性、対象者が持っている運命的な時期を加味して検討。

少子高齢化に伴い、企業の後継者不足は深刻である。

また、工業化時代から情報化時代へのパラダイムシフトにより、世代間の確執が強まっており、特に親子での事業承継では、第三者の有識者による支援の重要性が高まっている。

NTTにおける企業変革の嵐の28年間の経験、ハーバードビジネススクール留学で得られた学問体系、23社の顧問契約での活動結果をもとに、日本の風土に立脚した下記の研究をしている。

- (1) 社員の困りごとからスタートして根源にさかのぼって、課題解決ができるマネジメントの仕組みと権限委譲の具体的な方法
- (2) 内の「if the ルール」に基づく、経営者がいちいち判断しなくても良い、リーダーシップ不要の社内の仕組みの構築
- (3) 事業承継の関係者のみならず、会社そのものの持つ運命も加味した、算命学に基づく事業承継実施計画の策定

本研究の特徴的な重要要素である算命学は、皇室と高野山に伝えられてきた学問である。本研究では、高野山に伝えられてきた算命学を、事業承継に適用すべく研究を進めている。

陰陽五行思想の正しさを実証する学問であり、過去を言い当て将来の予測が可能である。なお、中部大学のたどってきた歴史を解明して理由付けするとともに、将来を予見することができている。

キーワード

事業承継、企業変革、社内体制整備、マネジメントの仕組み、権限委譲、算命学

相談に応じられる内容

親から子への事業承継法、企業変革の方法、中間管理職のマネジメント能力向上、算命学に基づく上手な事業承継法、世代交代の仕組みづくり