

# システムは競争優位性を生むか？

営業パーソンの生産性(=主に効果性)を高めるために、組織としてCRMやSFAなどのシステムを多大なる初期投資をかけて導入してきた。

ここで重要なことは、このシステムが売上向上のために寄与しているのかどうか？ である。

システムは「道具」であり、使いきれなければ不良資産と化してしまう。ある役員がこんなことを尋ねてきた。  
「当社にはシステムを導入したのだが、現場の営業パーソンの行動がどのように変わったのかが掴みきれない」。これは、健全な問いかけである。

間違えてはいけないことは、「システムの導入 競争優位性」ではなく、「システムの導入 = 営業パーソンの成熟度 競争優位性」であるということである。

せっかく導入したシステムが足かせになっているようでは、本末転倒である。システムは人間が使うものであって、システムに使われるものではない。

