

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！” 第93回

---

<タイトル>

「物流会社の荷主対応力」

<本文>

今回は物流会社の営業担当者や所長クラスと、顧客である荷主との対応・接し方について述べることにする。

私は、物流会社の各担当者の対応に常々疑問を抱いており、教育やマナーが改善されなければ、パートナーどころか業者としても仕事が貰えない、それ以前の基礎ができていないと痛感するのである。

まず一つは要望や宿題、見積依頼などに対するスピードである。コンピューター業界や金融業界、その他提案型の営業を強化している業界では、そのリードタイムは7日～10日以内に対応を行う。しかし、多くの物流会社ではそのスピード感が無く、1ヶ月ほど空いてしまうことがしばしばある。

それから、訪問に対するマナー意識も低いことが多い。車での訪問、それ自体は良いのであるが、一番止めやすいところに止めてしまう。他業界の営業マンは最も止めにくいところに止め、先方の迷惑や業務の邪魔にならないように配慮するということを会社や上司から教えられている場合がある。

その次に名刺の出し方。基本は先に相手に自分の名刺を取ってもらうように努力し、名刺入れを添えて渡すのであるがこれもままならない。

その他、話し合いでメモを取る習慣もどちらかと言えないと言えるであろう。コミュニケーション、意図疎通を図るのは良いが、慣れ慣れしく接することとは似て非なるものである。

異業種から物流会社の営業や管理職に転職した場合は、上記のようなケースは少ない。現場からの叩き上げで管理・折衝業務に携わるようになった社員に上記のような場合が多く見られる。

少々細かな点に触れているように思われるかもしれないが、物流会社として他業界より多くの取引額を扱うこと、荷主の要望や依頼に早急に応えるスピード、プロとしての仕事意識、それと何と云っても「業者」としてではなく、限りなく「パートナー」として付き合う関係を築き上げるためには第一印象が重要。会社の顔とも呼べる各担当者の荷主との対応・接し方の基本ができていなければ、

---

物流会社はいつまでも「業者」から脱皮できないのである。(トメ)