積極的提案事例

A　案件依頼に伴い提案する方式

1．マスタへの項目追加（消費財の流通業）

1）システム利用者からの要望

- 取引先マスタに得意先区分を設けて、その区分ごとの特別値引き率の設定ができるようにしてほしい。

2）その目的の確認

- そこでエンハンス担当は依頼者にその目的・意図の確認を行った。
- その結果、こういうことだった。

「重要なお客様に特別条件を提示することによって、優良顧客の囲い込みをしたい」
「できれば、与信管理の強化にもつなげたい」
「個別のお客様のランキングはこれから最終確定させる」

3）その対応および提案

a. そこで、取引先マスタに得意先区分 1 桁を新設し、商品マスタから単価を索引する際に、新設の「特別値引きテーブル」を参照し、売上単価を決定する方式を開発する。――これは依頼対応の範囲

b. さらに、以下のデータをランキングの参考情報として提示することとした。
- 「得意先別の過去 3 年の売上・利益（金額・伸び率）の推移」
- 「その結果でＡ，Ｂ，Ｃのランキングを表示」

c. 今後について以下の提案をした。
- ランキングの見直しを行う際の参考情報になるように、リクエストにより、前月までの実績に基づくｂ．の資料を提示できるようにする。
- その際、契約している与信提供企業の最新情報をも提示する。

B　入手情報からの関連提案

1）上記Ａ．１．の折衝の結果、売上確保・増大対策としては、得意先の格付けだけでなく、商品についても何か参考情報を提供できないかを検討した。

2）その結果、構想を思い付き担当と意見交換の上、以下の提案を行った。

［売れ筋商品の評価］

- すべての単品売上実績データについて、以下を提示する。

▶ この 3 か月・1 年の売上実績
▶ 発売からの年月 ……ポイント化する。
▶ 売行き傾向 ……ポイント化する。
▶ 単価の推移 ……ポイント化する