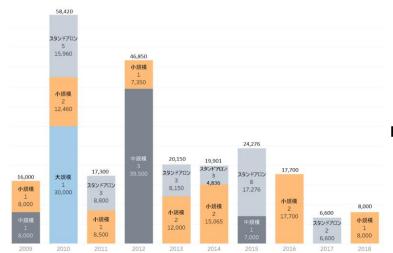
1. 年度別モデル別売上実績



A:モデル別導入金額(千円)

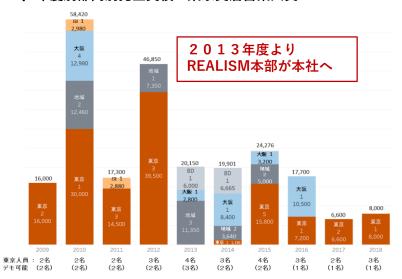
モデル	件数	最小	最大	合計	平均
スタンドアロン	24	276	3,550	61,622	2,568
小規模	12	4,460	10,500	89,075	7,423
中規模	5	7,000	13,750	54,500	10,900
大規模	1	30,000	30,000	30,000	30,000
合計	42			235,197	5,600

B:モデル別導入企業規模

モデル	大	中小	役所	大学	財団
スタンドアロン	7	12	2	2	0
小規模	4	7	1	0	1
中規模	2	3	0	0	0
大規模	1	0	0	0	0
合計	14	22	3	2	1

大企業:資本金3億円以上+従業員数300名以上

2. 年度別部門別売上実績&東京支店営業人員



デモ可能人員が最近3年間1名

C:モデル別商談のきっかけ

モデル	NSK	展示会	代理店	紹介
スタンドアロン	14	2	1	7
小規模	3	1	1	7
中規模	1	1	0	3
大規模	0	0	0	1
合計	18	4	2	18

代理店7社: ちばぎんコンピュータサービス 横浜電算、MJC、アイテックス、SBS情報システム、 富士通マーケティング、AGS 販売実績は、船橋市役所(2台)のみ

D:モデル別商談期間(月数)

モデル	件数	最小	最大	平均
スタンドアロン	24	2	60	13.2
小規模	12	1	23	8.8
中規模	5	1	19	13.2
大規模	1	10	10	10.0
合計	42			11.9

商談期間は平均で約1年だが、小規模は約9ケ月

2009

. 年月	支加火	. 理構築	夫 稱 /	リモナノ	ア田刊	平			
							Ā	顧客データ処理 処理構築した 処理構築した	rl,
		12案					構築3	実施	
	スタンドアロン	小・中・ス	大規模	18案件	: 7割)				
	5								
					スタンドアロン				
			小規模	スタンドアロン					
	小規模	スタンドアロン			スタンドアロン 2	スタンドアロン			
小規模	大規模	3	中規模					スタンドアロン	
1	1	.1. +0.+#	3	小規模	小規模 2		小規模 2	1	小規
中規模	小規模	小規模				中規模		スタンドアロン	11/2

2013

2014

2015

2016

2017

2018

E:商談のきっかけ別商談期間(月数)

商談のきっかけ	件数	最小	最大	平均
NSK	18	1	60	15.1
展示会	4	2	25	16.0
代理店	2	14	23	18.5
紹介	18	1	18	7.1
合計	42			11.9

商談のきっかけは、「NSK」「紹介」が同数の18件 商談期間の平均は「紹介」が、約7ケ月と短い

F:商談のきっかけ「展示会|

顧客名	モデル	商談期間	処理構築
日本航空	中規模	19	0
関電工	スタンドアロン	2	×
住友生命	スタンドアロン	25	0
石油エネルギー	小規模	18	0

展示会場デモ対応者が、営業活動を実施し受注

現状把握

年度別モデル別売上実績

小規模 12,460

大規模

30,000

スタンドアロン

8.800

小規模

16,000

小規模

A:モデル別導入金額(千円)

17,700

小規模

小規模

スタンドアロン 6,600

B:モデル別導入企業規模

	モデル	件数	最小	最大	合計	平均	大	中小	役所	大学	財団
	スタンドアロン	24	276	3,550	61,622	2,568	7	12	2	2	0
	小規模	12	4,460	10,500	89,075	7,423	4	7	1	0	1
	中規模	5	7,000	13,750	54,500	10,900	2	3	0	0	0
	大規模	1	30,000	30,000	30,000	30,000	1	0	0	0	0
	合計	42			235,197	5,600	14	22	3	2	1

大企業:資本金3億円以上+従業員数300名以上

C:モデル別商談のきっかけ

モデル	NSK	展示会	代理店	紹介
スタンドアロン	14	2	1	7
小規模	3	1	1	7
中規模	1	1	0	3
大規模	0	0	0	1
合計	18	4	2	18

代理店7社:ちばぎんコンピュータサービス 横浜電算、MJC、アイテックス、SBS情報システム、 富士通マーケティング、AGS

販売実績は、船橋市役所(2台)のみ

D:モデル別商談期間(月数)

モデル	件数	最小	最大	平均
スタンドアロン	24	2	60	13.2
小規模	12	1	23	8.8
中規模	5	1	19	13.2
大規模	1	10	10	10.0
合計	42			11.9

商談期間は平均で約1年だが、小規模は約9ケ月

E:商談のきっかけ別商談期間(月数)

商談のきっかけ	件数	最小	最大	平均
NSK	18	1	60	15.1
展示会	4	2	25	16.0
代理店	2	14	23	18.5
紹介	18	1	18	7.1
合計	42			11.9

商談のきっかけは、「NSK」「紹介」が同数の18件 商談期間の平均は「紹介」が、約7ケ月と短い

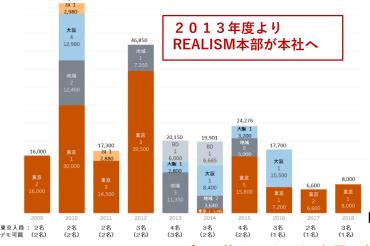
F:商談のきっかけ「展示会」

顧客名	モデル	商談期間	処理構築
日本航空	中規模	19	0
関電工	スタンドアロン	2	×
住友生命	スタンドアロン	25	0
石油エネルギー	小規模	18	0

展示会場デモ対応者が、営業活動を実施し受注

年度別部門別売上実績&東京支店営業人員

46.850 小規模



スタンドアロン

4,836

スタンドアロン

17,276

スタンドアロ

8,150

小規模

デモ可能人員が最近3年間1名

年度別処理構築実績別モデル出荷本数

顧客データ処理構築 処理構築しない ■ 処理構築した

導入12案件で、顧客データで処理構築実施

(小・中・大規模18案件:7割)



- REALISMを知ってもらう
- 初回 SOFIT Super REALISM 紹介時に必ずデモを実施する
- デモは顧客課題、業種等から最適と思われるデモシナリオを選択する
- 訪問時の目的を明確にする
 - ◆ 顧客訪問前、営業アクション報告を作成し、狙い・目的を明確にする
 - 顧客訪問後、営業アクション報告に訪問結果と今後の営業展開を記入し、次回行動予定を明確にする
- 顧客課題を明確にする
 - 困っていることは何かを具体的にヒアリングする
 - ・○○処理に××時間掛かっている ・データ量が○○件あり処理できない 等
- REALISMで課題解決できることを見せる(REALISMを使ってもらう)
 - 課題となる処理内容と顧客データを預りサンプル処理を作成する
 - 顧客自身で利用したいという意思があればトライアルを進める

営業行動基準