社員5～30人程の中小企業も役立つかもしれない 業務内容・改善アイデアの一覧

- 管理
  - 経理
    - キャッシュフロー経営にシフトできるG!!健全経営に。
      - 入金
        - 未回収リスクがない、前入金制にする
        - ある程度実績が必要
      - 支払い
        - キャッシュが回る、後払い(翌月払いやカードなど)にする
    - 経理見直し、コスト削減
      - 時期
        - 四半期ごとに見直しなど
      - 内容
        - 各種サービス、サーバや携帯機器、解約し忘れのチェック
        - 無料厚生
      - 必要かどうか検討
        - 貴用対効果チェック
        - 利用頻度のチェック
    - 入金、出金処理のシステム化
      - ネットバンクを活用
        - 主要事業の入出金処理はメインバンク一本化。確認ミスを防ぐ一手。
        - 入金があったらメールが届くように設定
      - 顧客データベースと紐付け
        - リスク管理、顧客をランク付け
        - 指定日を過ぎて未入金の場合、アラートなど
  - 総務
    - 管理
      - 重要書類
        - 各種契約書の定期的な見直し、契約書
      - グループウェア
        - 人物登録、編集、削除
      - 組織図の管理・共有
        - ポジションの明確化、責任の明確化、仕事の明確化
        - 短期間に人数が増えていく会社は、社内的にも対外的にもポジションや責任が曖昧になりがちです。曖昧にすればいいのではなく、職位(どのくらい権限で、どのような責任を)を明確化する。仕事の明確化は、業務範囲を固定してしまう恐れがあり、所属する人材や社風によっては難しい方がよい。
      - 発注
        - 購入日や購入金額、購入店などを記録
        - 各パソコンにインストールされているソフトの管理、使用者履歴
        - 社内PCを含むハード
        - トラブルやエラーへの早期対処可能、付属CDやメーカー連絡先などの管理
      - 発注
        - オフィス用品
        - いつ、誰に、何を支給したか記録
        - 定期チェック
        - なくなる前に発注
        - 在庫管理
    - 人事
      - 採用
        - 採用募集
          - 求める人材を明確にする
          - 掲載時期
          - 掲載内容の打ち合わせ
          - 掲載媒体調査、決定
          - 掲載の役割
        - 面接
          - 連絡、日程調整
        - 採用通知
        - 社内研修の手配
        - 採用関係の手配
          - 座席や事務用品、PCの確保、用意
          - 上記の手順マニュアルを作成
      - 退職者の管理
        - 退職関係の書類
        - 一定期間後、PCとやメールアドレスなどの個人情報削除
  - 経営戦略
    - 業界の現状と未来
      - 業界、商品のライフサイクル
        - 導入期、成長期、成熟期を把握
        - 法律や規制で業界の変化はないか
      - 人口統計や市場データから数年先の予測を立てる
        - 参入と撤退のタイミングを計る
        - 経済状況、ターゲットとなる層の財務状況はどうなりそうか
    - 自社のポジションを明確化、フレームワークを使う
      - SWOT法（強み、弱み、機会、脅威）
      - コア・コンピタンス分析
    - コスト計算
      - 作業あるいは商材原価の管理、各部署の主要作業の原価の把握、各作業の時間測定と賃金で計算
      - 顧客獲得単価
        - 顧客ひとりの獲得単価はいくらか。広告費、人件費、営業経費などの合計から計算。
        - 目標値と期間を設定、客単と獲得単価を照らし合わせる。
    - 商品・サービス
      - 市場性、市場の成長率がありそうな商品・サービスを開発
      - 〈〈簡単に説明してわかりやすく、使いこなせる、使ったあとにつながるかイメージがわくものでなくてはならない
      - 〈〈ニート性が必要。〈〈ニート性がないものは厳しい。常に新規顧客を獲得はしないので、業単価で現状下まるしかない。
      - 商品の乗換えは容易かつ、すぐに他社商品・サービスに切り替えられるものはニートの特長因子とがる。
      - 価格以外で自社商品・サービスに優位性を持つ
      - 価格をハッキリさせる(パッケージングなど)。客観的に価格に納得できる機能やサービスであること。
    - マーケティング
      - 企画
        - 他の部署からの意見・データ吸い上げ、数字を重要視する
        - 新規事業の提案
          - 情報収集や分析から得たデータでできるG!!具体化
          - 収益性が見込まれる、あるいは本事業のサポートとなる事業
      - 広報
        - ブランド構築
          - 自社の見られ方、とらえて欲しい印象を考え、決める
          - 自社のサービス・製品、そして行動が、とらえて欲しい印象に合致するか常にチェックする
        - 年間イベントの把握、PRのタイミングを練る
        - PR(プレスリリース)の作成
          - できるだけ完結に、A4でパッと読めるように。見てくれない可能性大。
          - 業界指標となりそうなデータなどで情報が多い場合は、簡易版を作る
          - 客観的に
            - 掲載先が引用しやすいように
            - データ(数字)と数字が重要。
        - PR配信
          - 配信先(リスト)の作成・管理、業界・専門誌、新聞、雑誌、テレビ・ラジオ局、ネットメディアなど
          - 一斉配信する(同時配信)
            - 配信代行会社に依頼
            - 記者は情報の鮮度が命で、他社と競争している。数十分などの時差はNGで、信頼を損なう。
          - 短い間隔で発信しつづける
          - 担当者は2人以上、1人では不在時のリスクがある。
        - 情報収集
          - 社内、社内スタッフと情報共有。
          - 社外
            - 人脈形成
              - 情報収集・提供、社内へフィードバック
            - 影響力のある人物を探す
              - Twitterやブログなどでカがあり、自社に好意的な・思われる人
              - 仲良くなっておく
            - 競合企業、常に動向をチェック
        - PR企画・イベント、企画・イベントに利用
          - イベント用サイト
            - 自社オフィシャルページ、自社ブログ
            - ネット広告
              - リスティング広告
              - ポータルサイト
              - ソーシャルサイト、mixiやGree、モバゲーなど
          - 動画配信サイト
            - Youtubeなど
            - 生中継、Ustream、Justin.tv
  - メディア制作
    - クリエイティブ、制作の共有
      - 制作作業材の管理
        - 社内サーバ
          - HTML・プログラムなどのテンプレート
          - ボタンや枠線、ブラシなどの部品
          - 写真・イラスト
        - フォント
        - アプリケーション
      - 制作のルール(ガイドライン)
        - 上アンダンゲートの統一
        - 表記の統一
          - カタカナ表記（サーバ、サーバー）など。 です、ます などの語尾。
        - コーディングルール
          - HTML、CSS
          - PHP、Javascriptなど
          - 基本的なファイル名を固定、例.info.html お問い合わせ、など
        - フォルダ構成
          - かならず統一
          - どこがHTMLフォルダで、どこに制作資料があるかなど
          - フォルダ名の統一
        - 案件仕様書
          - 担当者
          - 使用素材
          - 使用フォント
          - サイトフローあるいはマップ
          - 制作環境
          - 各種条件など
        - 制作後の社内チェック体制
          - 制作後のチェックシート、製作者→製作者以外
          - エラーチェック(デバッグ)、共有化、Google Document、Trac
            - 各種ブラウザの動作チェック
              - IE6.X～8
              - Firefox3.x
              - Google Chrome
              - その他
      - 作業工程の物標、作業時間を測定し、平均値割り出し
        - スケジューリングしやすい
        - 詳細方法の一覧
        - 作業原価がわかる
      - 制作の指標立て
        - 新技術の取り入れについて検討
        - 各種アクセス解析結果をもとに、標準的なUIやデザインのブラッシュアップ
        - 目標値を決める
      - スケジュール管理
        - スケジュールの共有
        - 時時見直し、原因とその理由、改善方法を検討
      - 共同作業、作業ファイルの共有、Subversion
    - システム・ネットワーク
      - 各種アプリケーション・ソフトウェアの管理
        - ライセンスの管理
        - バージョンの管理
      - 社内サーバの保守
        - 定期バックアップ
        - メールサーバの管理、新規メールアドレスの発行、新入用、メーリングリスト用
      - 社内セキュリティ
        - PCにはめずパスワードをかける、2重、3重が好ましい
        - ウイルス対策
          - OSアップデートの徹底
          - 各種ブラウザ、エクステンションのアップデートの徹底
          - ウイルス対策ソフトのバージョンアップの徹底
          - 各種作業確認用チェックシート、Google Document
        - インストール/ソフトの定期チェック、不正なソフトはないかチェック、P2Pなどのソフトはインストール禁止
        - ログはなるべも残す
        - USBメモリの禁止の有無
- 営業
  - 顧客からの問い合わせ
    - 問い合わせフォームの場合、顧客データベースに自動登録
      - 問い合わせログが残る、数時間以内に返信していなければアラート
    - 電話の場合、手動で問い合わせログに記録、できる限り必要事項をヒアリング
      - 手動で顧客データベースに登録する
    - FAXの場合、FAXはメールで受信、必要なものは印刷、契約書などはファイリング
      - 問い合わせログが残る、数時間以内に返信していなければアラート
    - クレーム・意見、すべてデータベース化、社内で共有し、改善に役立てる
  - 顧客フォロー
    - 定期レポートの配信(現在の状況、アドバイスなど)、定型にして極力自動化
    - 連絡をシステム化、指定期間後にアラート、連絡忘れを防ぐ
    - 定期的なメールマガジン(業界最新情報など)
      - Twitterで情報発信(担当者の適正があるならば)
  - 営業資料
    - デザインの統一化
      - ブランディングの一環
      - 資料の見栄え作成、デザイナーにデザインの仕上げを依頼
    - シンプルにわかりやすく作る
      - 現代は情報量が多く時間が無い、ページ数を少なくすることを意識、先方社内でも通しやすい
      - 売り込みをしない、客観性を重視
      - ライティングとコピーが最重要
      - 他社との比較表などはいらない、機能や価格が有利であっても、他社の存在を示すことになる。顧客が自社のその商品、サービス、価格に納得してくれることに焦点をあてる
  - 担当顧客とのやり取りをシステム化、営業の訪問ログ
    - できれば入力フォーム形式で、システムによる自動化が好ましい
    - 訪問日時、訪問内容、対応詳細、対応時間、顧客担当者名など
    - 空アポ対策
  - 営業リスト
    - 各地域の電話帳、図書館
    - 会社四季報、未上場版
    - ホームページ
    - 一括表・比較表・ポータルサイトの掲載企業
    - Yahoo!カテゴリ
    - 地域名・業種あるいはサービス
  - 営業手法
    - 営業代行会社への依頼
    - 広告代理店への依頼
    - テレアポ
      - テレアポ代行会社への依頼
      - トークスクリプトを作る、常に見直し、テスト
    - FAX DM
    - 郵送DM
    - メール
      - とにかく短く、簡潔に、後送いでテレアポする。
      - 不特定多数に送信しない
    - サイト
      - リスティング広告、LPO
      - SEO、キャンペーン的なものは、キーワード次第で被リンクサービスを利用
      - ネット広告
    - ソーシャルメディア、話題性が必要
      - mixi や Greeなど

製作者：yossuy
ブログ：http://www.signy.jp

- ルール
  - 何をしてもいいか
    - 意志共有、何をして、何をしないか
    - 社内向け文書
      - 資料
        - 外部向け
          - デザイン統一、ヘッダーやフッター部分、ブランディングの一環
        - 社内向け
          - 送付
            - 書名(デザイン)の統一
              - メール
              - FAX
              - 封筒
              - PR(プレスリリース)
              - ブランディングの一環
    - 基本
      - 抜擢
        - 社内の雰囲気や社風を決定付ける
        - 来客への対応の共通化
      - 電話対応のルール
        - 顧客とのリアル接点なものの重要
        - 誰がどのタイミングでとるか、どのような抜擢で、どのような内容を聞くか
        - 無論な電話対応を省きたい場合は、代行サービスを利用
- 会議
  - 会議のやり方
    - アジェンダを用意する
      - 接案、目的、議題、データ、意見などをあらかじめ用意
      - 事前にアジェンダの配布
        - できれば2、3日前、最低でも1日前が好ましい
      - 時間を決めて終了する
        - アジェンダに目を通し、内容について考えを持ち寄る
        - 一定の結論は出すこと
    - 議事録
      - 書き方
        - 日時、場所、参加者、目的、議題(事実と意見をわける)、結論(主な発言など)、決定事項、検証、次回日時 など
      - 共有
        - Google Document
        - グループウェアなど
  - 全体会議
    - 全スタッフとの意思疎通
  - リーダー、部署間会議
    - 共有
      - 知識・状況を共有
      - 問題点、改善点を持ち寄る
      - 目指す目標を一致させる
      - 誰に、何を、どのようにするか決める
      - いつまでに
- 全体
  - 情報の共有
    - 社内オリジナルローカルページ
      - 各種マニュアルがチェックできる
      - 電車、バスなどの時刻表
      - 天気予報や近隣の食事どころをハリーさくで表示
      - 情報共有の掲示板など
    - グループウェア、サイボウズなど
      - 外社時間や行き先がわかる、スケジュールの把握
      - 人物の把握、部署やポジション、仕事の把握
      - 社内コミュニケーションSNS
      - メーリングリスト、社内ブログ、Twitterなど
  - 情報収集
    - 何をするために情報を集めるのか明確にする
      - ネット検索
        - 検索方法を学ぶ(検索時間の短縮)
          - Googleの検索コマンド
          - Yahooの検索コマンド
          - Bingの検索コマンド
          - 検索されそうなキーワードを羅列する
          - 検索エンジンのサジェストを利用
        - よく検索されるキーワードを把握
          - FeedIPLUS
          - Google トレンド
          - Google Insights for Search
          - Google Adwordsキーワードツール
          - Yahoo!スポンサードサーチ
          - UnitSearch
          - aramakijake
        - 政府統計や行政機関、総研系の有料リサーチサービスを利用
        - 人力検索、はてな
      - 購読する
        - ニュースサイト、技術や最新情報を発信しているブログ
        - Google Reader
      - Twitter
        - リアルタイムな情報
        - 業界人、著名人、アーリーアダプターなどをフォロー
      - 本屋
        - 流行を把握
        - どんな本が多く出ているか、話題か
        - これらの本を読んだ人は次に何を欲しがるか？どのような雑誌を、どのような人が読んでいるかチェック
        - 専門誌は半年分読めば業界がわかる
        - どのような情報の露出が多いかチェック
        - TV・ラジオ・新聞・雑誌・専門誌
  - ファイル整理
    - 全てのファイルに日付をつける
      - 情報の検索が容易、ファイル名（プロジェクト名 内容 日付）例、モバイルサイト_予算申請_2009-09-01.txt
      - 日付があれば新版の順序は問わない
  - データ検索
    - Google Desktop
    - Gmail内で検索
    - メール
  - 作業コスト管理
    - 作業原価がわかる
    - 1作業にかかる時間を計測、作業時間の見積もりができる
    - コストの削減になる、ルーチンをできる限りシステム化
    - 定期的なルーチン見直し
    - 定期的に作業をより短縮化できる技術を調査
  - 各種アプリケーションソフトの統一
    - メールソフトの統一
      - 検索が一瞬で便利、Gmail
      - 定期的に自動でバックアップしたほうが良い
    - ウイルスソフト
      - おすすめ
        - カスペルスキー
        - ESET Smart Security
    - オフィス系ソフト
      - おすすめ、マクロ系を使わない場合
        - KINGSOFT Office 2010
        - Google Document
      - デザイン系ソフト
- 業務効率化
  - 社内研修の効率化
    - 営業で制作の研修
      - 研修用社内ビデオアーカイブ、何度でも見れる
      - よくある質問、研修に必要な書類
      - 部署毎の基本マニュアル
      - 研修受講者が質問事項をまとめる
      - 理解度テスト
      - 教育コスト削減
    - 新人研修
      - 社訓・クレド・ミッション・バリューなどの開発・把握
      - 新人用社内資料の開発（組織図、業務表など）
      - 誰に何を聞いたらいいか・頼んだらいいかわかる、グループウェアや社内SNSでの担当部署・人物の把握
      - 担当する仕事の明確化
      - メンターの紹介
      - 担当メンター一覧リスト例
  - PC環境
    - 制作などでマシンパワーが必要なもの以外は、同スペック、同型番のPCを利用
      - 管理しやすい
      - エラー、トラブルのリスク対策
    - ノートPC＋ワイドモニターの組み合わせ
      - 営業・持ち出しには許可申請、セキュリティを考えると、持ち出し専用PC+データ通信+クラウドも。
      - 営業時やミーティングなどに持参
      - 簡単に移動が可能
      - 作業効率アップ、主に制作関係のPC
      - ダブルモニター環境
      - キーボード、マウスは外付け
    - iPhoneやAndroid端末の支給
      - 紛失時のリスク、ロック/パスワード設定
      - 営業
        - 一般
          - さまざまなアプリにより使用方法はいろいろ
          - 移動中も情報収集が可能
          - スケジュールやグループウェアの確認
          - 新規営業や出張が多ければGoogle マップなどで位置確認
          - マニュアルや社内資料をペーパーレスで閲覧
          - PC用メール開発、送信
  - 社内サポート
    - 簡単な社外・遠方時の打ち合わせ
      - ビデオ通話
        - デスクトップ画面共有、Skype（無料）
        - iPhoneアプリもあり（現在はWi-fi専用）
      - ホワイトボードをネットよで共有するようなもの、図によるやり取り可能。Cacoo
      - 遠隔操作ソフト、サポート
        - VPN、ファイル転送機能あり、iPhoneアプリもあり
        - TeamViewer（商用有料）