

FAX・電話注文を卒業！

「Web受注システム移行」準備チェックリスト

Web受注への切り替えは、単にシステムを導入するだけでは成功しません。現在の業務ルールや運用の実態を整理することが、スムーズな移行の近道です。まずは次の5つのステップを確認してみましょう。

STEP 1 現在の「受注ルール」を整理する

システム化する前に、これまでの"暗黙の了解"を言語化します。

□ 注文項目の洗い出し

商品名、数量以外に「納期希望」「現場名」などの必須入力項目はあるか

□ 注文の締め切り時間

「当日発送は14時まで」など、締め切りルールをどう反映させるか

□ 最小注文単位（ロット）

「当日発送は14時まで」など、締め切りルールをどう反映させるか

STEP 2 取引先ごとの「個別ルール」を整理する

BtoBでは、取引先ごとに条件が異なるケースが一般的です。

□ ランク別価格設定

A社は定価、B社は2割引など、「掛け率」のパターンはいくつあるか

□ クローズド設定

「既存顧客以外には価格を見せない」設定が必要か

□ 送料条件

「〇〇円以上で送料無料」「地域別・サイズ別で変動」などの基準はどうなっているか

STEP 3 支払い・決済方法を決める

既存の商習慣と新しい方法の両立を検討します。

□ 掛け払い（請求書払い）

既存顧客向けに「未締め翌月末払い」などの条件へ対応させるか

□ クレジットカード決済

新規取引やスポット注文向けに導入するか

□ 銀行振込・代金引換

従来の方法をどこまで残すか

STEP 4　社内の運用体制を整える

システム導入後の人との動き・情報の流れをシミュレーションします。

□ 受注データの連携方法

Webからの注文データを、既存の在庫管理ソフトやExcelにどのように取り込むか

□ 自動返信メールの内容

注文受付時に送る確認メールの文面・記載項目はどうするか

□ 担当者体制

管理画面を確認する主担当者・副担当者は誰か、バックアップ体制はあるか

STEP 4　取引先への「案内・移行サポート」を準備する

お客様に無理なく移行してもらうための施策を考えます。

□ 周知方法

郵送案内、メール通知、営業担当による説明などのスケジュールはどうするか

□ 移行メリットの提示内容

「24時間注文可能」「注文履歴の確認が可能」など、具体的な利点を伝えられるか

□ サポート体制

操作が不安な取引先向けの電話サポート・マニュアル・動画などを準備するか

□ チェックを進める中で、判断に迷った場合は

本チェックリストは、一般的なBtoB取引を想定した整理項目です。

実際の業務内容や商習慣によって、最適な設計は異なります。

「自社の場合はどう整理すべきか」「どこまでWeb化できるのか」など、判断に迷う点がありましたら、ご相談いただくことも可能です。