

加盟店を WEB注文へ移行させるTIPS

活用ノウハウ資料

加盟店が抱える WEB注文に対してよくある不安



①業務が変わることに対しての不安

- ・これまでの発注業務が変わることに対して抵抗感がある...
- ・WEB注文に慣れるまで、どのくらい時間がかかるか心配...

②上手く使いこなせるまで時間がかかることに対しての不安

- ・新しい操作を覚えるのにどれくらい時間がかかるか心配...
- ・最初はミスが増えそうで怖い...
- ・システムに慣れるまで仕事が遅れるんじゃないか...

③問い合わせ先に対しての不安

- ・操作が分からない時にすぐ質問できるのか心配...
- ・分からないことは何でも営業に聞いているが、WEB注文方法も相談に乗ってくれるのか...

①WEB注文に対してのハードルを下げること
②WEB注文に切り替えるメリットを伝えること
がWEB注文移行のポイント！

加盟店にWEB注文移行を推進するまでの 4STEP

1

加盟店に説明するための
マニュアルとメリットを作成

【マニュアル】

- ・ログイン方法の説明
- ・商品一覧の見方
- ・見積・注文方法
- ・購入履歴の見方

【メリット】

- ・発注業務の効率化
- ・情報収集の深化
- ・特典
- ・時間に縛られない
- ・場所に縛られない
- ・発注業務の属人化脱却
- ・コスト削減

2

加盟店に説明する担当者が
発注方法を説明できるよう
社内浸透させる

【導入目的】

- ・導入目的の啓蒙
- ・解決できる業務問題の明確化

【担当決定】

- ・誰がどの会社に説明するか
- ・担当者側のメリットを言語化

3

まずは1社でも
WEB注文方法を説明し、
移行してもらう

【加盟店選定】

- ・最初に案内する加盟店

【説明】

- ・ログイン方法
- ・見積・発注方法
- ・メリット
- ・使い方不明点の説明先

4

WEB注文移行する社数を
増やしていく

【加盟店選定】

- ・ターゲット加盟店の選定
- ・WEB注文してくれない加盟店の理由をヒアリング

【特典】

- ・WEB注文を
動機づけさせるための施策検討

STEP1: 加盟店に説明するための マニュアルとメリットを作成

マニュアル作成のコツ

実際に発注する画面のスクリーンショットを載せたり、STEP化して説明することで、誰が見ても分かりやすいマニュアルを作ることがマニュアル作成のポイント！

01 マイページにログイン

ご登録のメールアドレスとパスワードでログインしてください。

02 オーダーシートメニューを開く

マイページメニュー内の「オーダーシート」からオーダーシートを表示します。



03 ご希望の商品に注文数を入力し購入手続きへ進む

注文数を入力し、「購入手続きへ」ボタンから購入手続きへ進んで下さい。

注文数入力の中でも「カゴ更新」ボタンを押すと、オーダーシートに記入した内容でカートの内容が更新されます。



04 お届け先、配送方法、支払方法を選択する

画面の案内の通り手続きを進めます。
各画面のオレンジ色のボタンから次の手続きに進みます。

お届け先の指定

登録済みのお届け先から今回ご注文の配送先を選択してください。
「選択したお届け先に送る」ボタンをクリックしお手続きを進めます。
※新たなお届け先を選択する場合は「+別のお届け先に送る」からお届け先情報をご登録ください。

お支払方法・お届け時間等の指定

配送方法、お支払方法、お届け希望日時を選択します。
「次へ」ボタンをクリックしてお手続きを進めます。

05 入力内容の確認を行う

内容に間違いがないかを確認し、問題なければ「注文を確定する」ボタンで注文を確定してください。
変更がある場合は、各項目の「▶入力内容を修正」から修正が可能です。

06 ご注文完了

受付処理中と表示された、注文完了ページが表示されお手続き完了です。
ご注文内容の確認メールが届きますのでご確認ください。
※ご注文の履歴はMYページの「購入履歴」よりご確認ください。

弊社側でマニュアル雛形
のご用意がございます！
お求めの方はサポートまで
お声がけください。



WEB注文ならではの便利機能「注文履歴の確認」と「再注文」

今までの注文の対応状況の確認 /再注文/帳票のダウンロードが Myページ上で出来ることを説明し、注文後の問い合わせやリピート注文受注処理の業務時間を削減できるよう呼びかけましょう！

購入日時：2025-03-21 14:20（金）

注文番号：24

お支払い方法：銀行振込

ご注文状況：出荷済み

配送業者：ヤマト運輸

伝票番号：1234567812345678

この購入内容で再注文する

納品書を出力する

領収書を出力する

請求書を出力する

商品コード	商品名	税率	単価	数量	小計
sample06	トレー（四角）	10%	1,000円	4	4,000円
sample05	トレー（丸）	10%	1,000円	6	6,000円
				小計	10,000円
				送料	0円
				手数料	0円

当たり前にある機能ですが、
意外と加盟店に説明すると刺さる機能です。
「いつもの注文」が時間削減できることを
訴求していきましょう！



加盟店側のメリット

加盟店側のメリットを伝えることで、WEB注文に切り替えるハードルを下げてもらいましょう！

①効率化

- ・FAXへの品番記載がなくなり誤発注減少する
- ・注文済み FAXのファイリングが不要になる
- ・再発注や簡単発注機能ですぐに発注できる
- ・webで完結するため、問い合わせ回数が減少
- ・電話やFAX発注する手間がなくなる



②情報収集

- ・新着商品がすぐ分かる
- ・価格改定など大切なお知らせがすぐ分かる
- ・送料などご利用ガイドがすぐ分かる
- ・webで発注履歴をすぐ確認できる
- ・知らなかった商品や商品の特性を知ることができる



③特典

- ・○○円以上で送料無料の割引還元が可能
- ※すべてスマレジ EC・B2Bの設定で切り替え可能



④時間

- ・365日24時間発注可能なため業務時間を柔軟に調整できる

ネットがあれば
PC/スマホで
365日24時間



⑤場所

- ・どこでもPC/スマホで発注できる
- ・バックオフィス以外(倉庫/売り場)からも発注できる
- ・働き方改革の促進



⑥属人化

- ・見慣れたECサイトですぐ注文できる
- ・商品の詳細情報をwebで誰でも確認できる
- ・「固定の発注担当」からの脱却できる

誰でも発注可能



⑦コスト

- ・紙/印刷光熱費/FAXの買い替えコストが減少



**STEP2: 加盟店に説明する担当者が
発注方法を説明できるよう社内浸透させる**

改めて導入目的を定義する

スマレジEC・B2Bを社内浸透させるためには「①なぜ導入するのか」を利用メンバー全員が共通認識することが大事です。
あわせて「②各メンバーの業務課題」と「③会社全体の課題」を定義し、「④スマレジEC・B2Bがその課題をどう解決できるか」を言語化する必要があります。

「システムを導入する」ことが
目的にならないように！



具体例

①なぜ導入するのか

営業がフォローできていない顧客をまとめて接触をはかり、そのまま WEB上で注文できるシステムを導入することで、今の人員リソースのままで売上向上をさせていくため。

②各メンバーの業務課題

メイン顧客のフォロー対応・提案がメインになっており、サブ顧客にかける時間が足りていない
↳ 休眠顧客掘り起こしが大事なのは分かっているが、定期的な接触が出来ていない

③会社全体の課題

営業が訪問で提案できていない遠方・小口顧客のフォローが出来ておらず、売上が伸び悩んでいる

④スマレジEC・B2Bがその課題をどう解決できるか

メルマガ等の施策を休眠顧客の掘り起こすことで、顧客への接触を増やし、売上向上

大枠/中枠/小枠を捉える

導入目的の整理ができれば、要素を分解することが大事です。

- 大枠⇒導入目的
- 中枠⇒目的を達成するために必要な要素
- 小枠⇒中枠を構成する具体的な業務

中枠と小枠が**大枠から逸脱しない**よう注意が必要です。

具体的な数値などを設定する と進捗が分かり、動機づけになります。

- ○時間業務時間削減、
 - ○割WEB注文に移行、
 - 月間売上○円
- などの数値を設定するのがポイント！



具体例

業務効率化

受注業務のコスト削減（月20時間）

伝票登録の自動化

出荷業務の属人化排除

問い合わせ対応の簡素化（月15時間削減）

在庫/納期確認の
電話を削減（全体の7割）

商品仕様についての
問合せ削減（全体の5割）

加盟店に説明するメンバーの決定

リーダー	誰が	どの業務を行うか	どのようなメリットがあるか
 Aさん	 営業担当 Bさん	スマレジ EC・B2B経由で 注文してもらうよう取引先に打診する	電話注文が減ることで、 問い合わせ対応 / ミスを削減でき、 必要最低限の顧客対応で済む
	 受注担当 Cさん	スマレジ EC・B2Bから 受注CSVを出して、 販売管理システムに取り込む	今まで手動だった受注登録が 一括でできるので残業なくていい
	 販促担当 Dさん	新商品リリースやキャンペーンの時に メルマガを送信する	一斉に案内ができ、結果どれだけ 受注につながったのかが管理でき、 PDCAサイクル回しやすい

営業担当のメリット訴求例

- 在庫・納期確認の **問い合わせが削減** できます！
- 顧客側で見積作成できるので、**作成見積件数が減ります**！
- 人為的ミスが減るので、**クレーム対応が減ります**！
- メルマガ等の施策で、**普段対応できていない顧客にアプローチが出来ます**！

**STEP3:まずは1社でも
WEB注文方法を説明し、移行してもらう**

まずはWEB注文と相性が良い加盟店からスタート

最終的には全加盟店にWEB注文に移行してもらうのがベストですが、加盟店側の都合で移行できないパターンもあります。まずはWEB注文を積極的に切り替えてくれそうな加盟店から始めてみましょう！

【WEB注文移行しやすい加盟店の特徴】



- グループ会社
- フランチャイズ店舗
- 発注担当者が若い取引先
- 発注担当者の ITリテラシーが高い取引先
- リピート注文が多い取引先

【WEB注文移行しにくい加盟店の特徴】

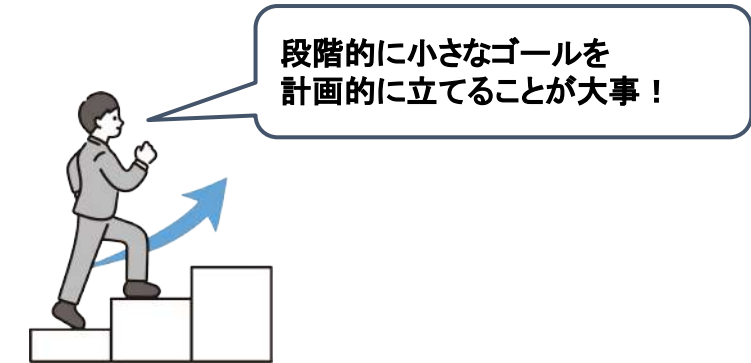


- 既に自社で EDIや発注システムから注文している取引先
- 発注担当者がご年配の取引先
- 発注担当の ITリテラシーが低い取引先者
- メールアドレスを持っていない加盟店

STEP4: WEB注文移行する 社数を増やしていく

少しずつからだけでも導入目的は叶えられる

最優先事項は、STEP2の工程で立てた「導入目的に一早く近づく」ことです。
まずは、1社でも多くの加盟店がスマレジEC・B2Bを使ってもらい、
スピード感を持って運用を回すところから始めましょう。



具体例

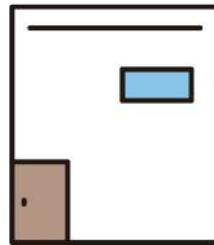
フェーズ1

WEB注文に意欲的な取引先、
グループ会社から案内する



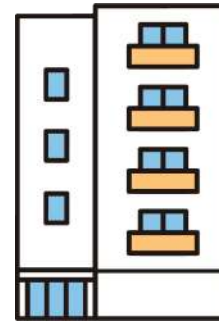
フェーズ2

直販で販売している
取引先へ案内する



フェーズ3

販売代理店へ案内



フェーズ4

全取引先へ案内する



WEB注文移行を成功している会社の 実際の施策をご紹介します

社内浸透を高めて営業担当者が案内しやすい状態を作る

施策

* 某食品会社

テスト運用期間を設け、
まずは社内の営業部署に利用してもらう

効果

顧客目線の利用方法を理解することで
営業の顧客案内がスムーズに！
運用1ヶ月でWEB注文移行50%以上！



WEB注文のみの価格メリットを出す

施策

* 某スポーツ用品会社
スマレジEC・B2B上での注文は送料を無料とし、
アナログ注文の送料は加盟店負担とした。

効果

WEB注文移行を50%以上に！
送料無料分を超える人件費の削減！



施策

* 某食品会社
注文経路によって、商品自体の価格を変更
WEB注文（最安値）、FAX注文（中央値）、電話注文（最高値）

効果

約50%がWEB注文へ移行！
丸1日掛かっていた受注処理が半日に！



WEBならではの特典をアピール

施策

*** 某消耗品販売会社** ※Professionalプランのみ

先着で対象期間内に WEB注文をした
加盟店に割引クーポン発行を施策

効果

前年同期比売上 120%超え！
対象期間に新規 WEB注文100社獲得！



施策

*** 某スポーツ用品会社** ※Professionalプランのみ

対象期間・対象商品に WEB注文をした
加盟店に次回注文から使えるポイントを付与

効果

WEB注文移行だけでなく、
推したい商品のクロスセルも獲得！



商品理解を加盟店に高めてもらう

施策

*** 某食品会社** ※Professionalプランのみ

会員登録すると、新商品やセールの情報
などをメルマガで案内

効果

毎月10社以上の新規注文を獲得！



施策

*** 某住宅機材会社** ※Professionalプランのみ

WEBカタログ用途として、商品一覧ページ内の検索性や商品詳細ページで仕様を詳しく説明

効果

約50%がWEB注文へ移行！
紙カタログ発行のコスト削減も



会員のみ知るお得な情報があることを伝える

施策

* 某部品用品会社

在庫処分・アウトレット品を
ECサイト限定品として販売



効果

EC注文と比例して売上も増加！
新規開拓の営業活動に注力



施策

* 某家具会社 ※Professionalプランのみ

会員登録した顧客のみ、商品の画像や組立書を
無料でダウンロードできるように



効果

約40%がWEB注文へ移行！
電話問い合わせ対応の数も削減



将来の業務効率化に向けた先行投資

施策

* 某化学機器会社

アナログ注文の顧客に納品する際は、毎回 ECサイトの紹介チラシを入れ、消耗品の注文は ECサイト上のみ受付ける旨を明記

効果

WEB注文移行を約 50%に！
納品書などの帳票作成業務カット



施策

* 某雑貨会社

担当営業が1社1社実際に画面を見せながら
注文方法をレクチャー

効果

在庫確認など含めて 80%近くは
ECサイトを活用してもらっている！



意外と刺さる！決まり文句集

無料で会員登録 できます！



再注文機能 で「いつもの！」の
注文が簡単です！



見積書が御社で作成できる ので、
すぐ稟議回すことができます！
(※Professionalプランのみ)



僕が外出中で電話出れない状況でも
WEB上で納期 / 在庫状況を確認 できます！



お使いの スマートフォンで
注文 ができます！



すぐWEB上で納品書ダウンロード できるので、月
末でもスピーディーに経理処理できます！



誤発注を削減 することができます！



居酒屋のタブレットでドリンク頼むのと
同じ感じで発注出来ます！

