



目標達成率が圧倒的に変わる？

セールスイネーブルメント

経営層・営業マネージャーが取り組むべき営業改革

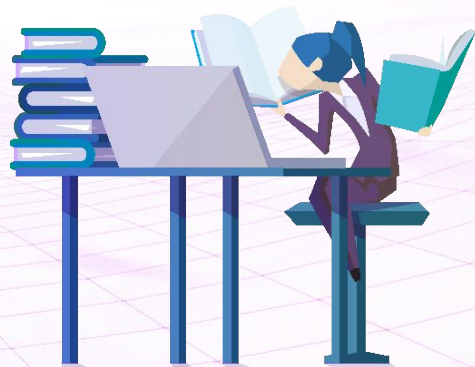


- Chapter1 セールスイネーブルメントとは
- Chapter2 セールスイネーブルメントの基本理解
実践に不可欠なポイントの整理
- Chapter3 セールスイネーブルメントの実践
SFA/CRMの正しい構築と運用方法
- Chapter4 Mazrica Sales 特長と機能

AGENDA

Chapter1

セールスイネーブルメントとは



近年テクノロジーの発達によって企業は膨大な情報を扱わなければなりません。購買においても同様です。従来、購入の検討を始めた段階で見込み客がサービス提供企業に問い合わせをして、営業活動がスタートします。

しかし最近ではインターネット上で事前にかんりの情報を得られるようになりました。実際に商談を始めるのは購買プロセスの**57%**まで進んだ段階であることが分かっています。(CEB社 The Digital Evolution in B2B Marketingより)

見込み顧客との接点での訴求を最適化すると共に、商談ではニーズに合致する適切なアプローチが今までより求められています。

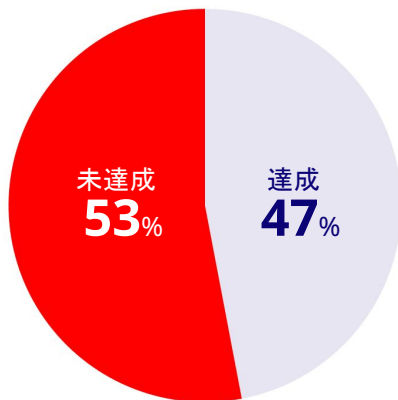
営業とコンタクトするまでの購買プロセスの進み具合



とはいうものの様々な課題があります。

営業の目標達成率が低い

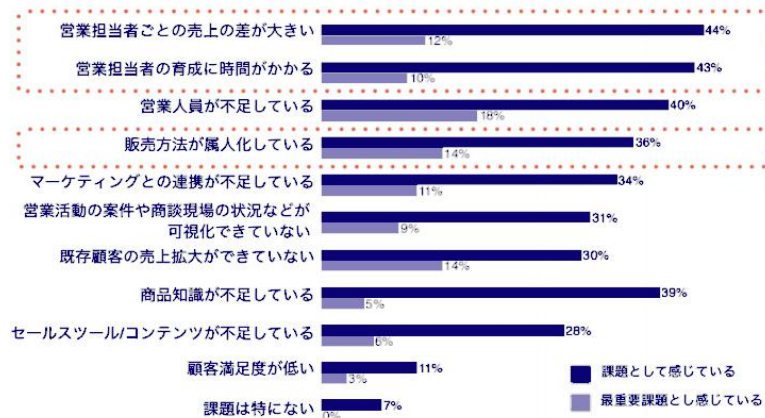
営業パーソン個々の目標の達成割合



CSO Insights社「THE GROWING BUYER-SELLER GAP: Results of the 2018 Buyer Preferences Study」を参考に作成

営業メンバーの実力差が大きい

営業活動における課題



ITR「営業力の強化・レベルアップに向けたSales Tech活用ニーズ調査」(2018年)を参考に加工

定義としては諸説ありますが、

Chapter1 セールスイネーブルメントとは

“Sales enablement is the process of providing the sales organization with the information, content, and tools that help sales people sell more effectively. .”

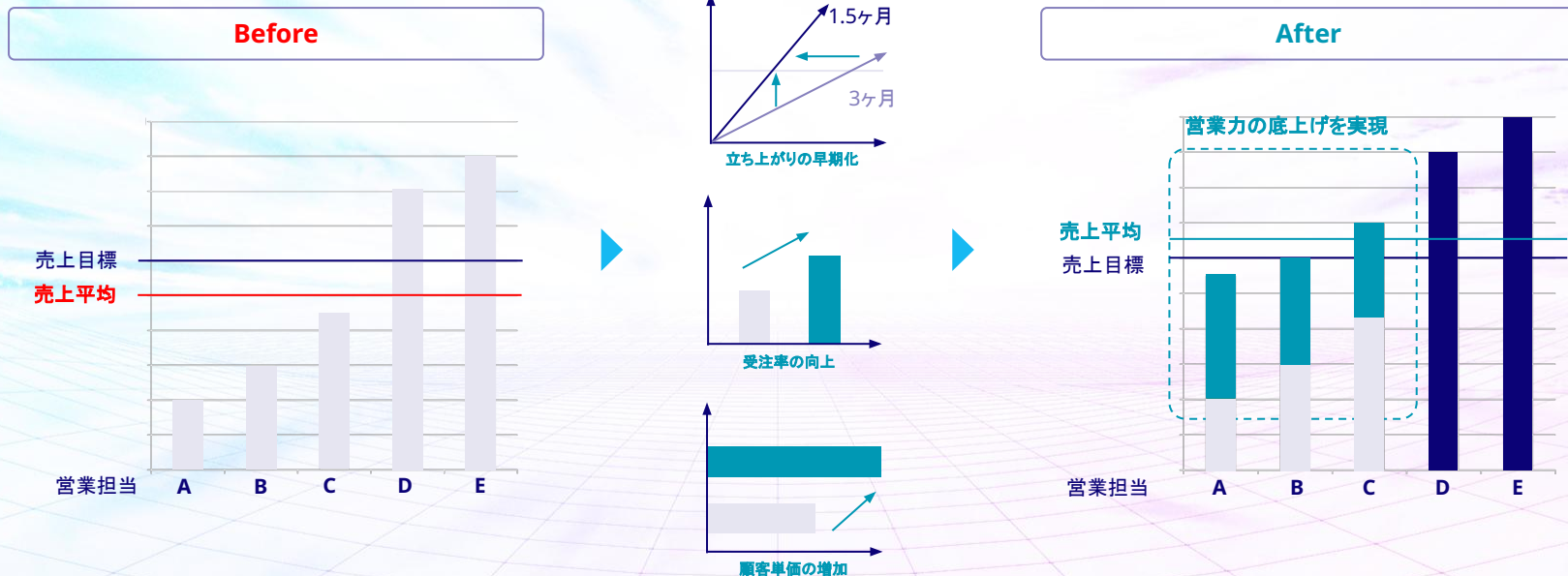
(TOPO社 Insights and Research for Marketing, Sales Development and Salesより抜粋)

「セールスイネーブルメントとは、営業チームが効率的に販売するのに役立つテクノロジーであり、プロセスであり、コンテンツを提供するプロセスである」

最新テクノロジーを活用した売れる営業の仕組み化

データプラットフォームの構築とデータ活用が非常に重要

セールスイネーブメントの実践により営業パーソンの個々のパフォーマンスが向上し、会社全体の売上の底上げを実現



ポイント1. カスタマーパスの定義(購買へと進む心理的なプロセスと行動を整理する)

見込み客と接点を持ってから受注に至るまでの流れを把握する<認知・購買・導入>

ポイント2. 部門間の連携(見込み客の購買プロセスに合わせたアクション)

経営(重点的に攻めるターゲットを決め、受注につなげるプロセスを最適化する)



ポイント3. データプラットフォームの構築とオペレーションの効率化(各プロセスの活動を数値化・可視化して組織の改善に役立てる)



Chapter2

セールスイネーブルメントの基本理解 実践に不可欠なポイントの整理



カスタマーパス 購買へと進む心理的なプロセスと行動を整理する

認知

自らの課題を定義したり、
どのような取り組みが可能なのか
を情報収集

- ✓ web検索
- ✓ メディア
- ✓ 広告
- ✓ セミナー
- ✓ 紹介

購買

定義した課題に対して
ベストなソリューションを選定

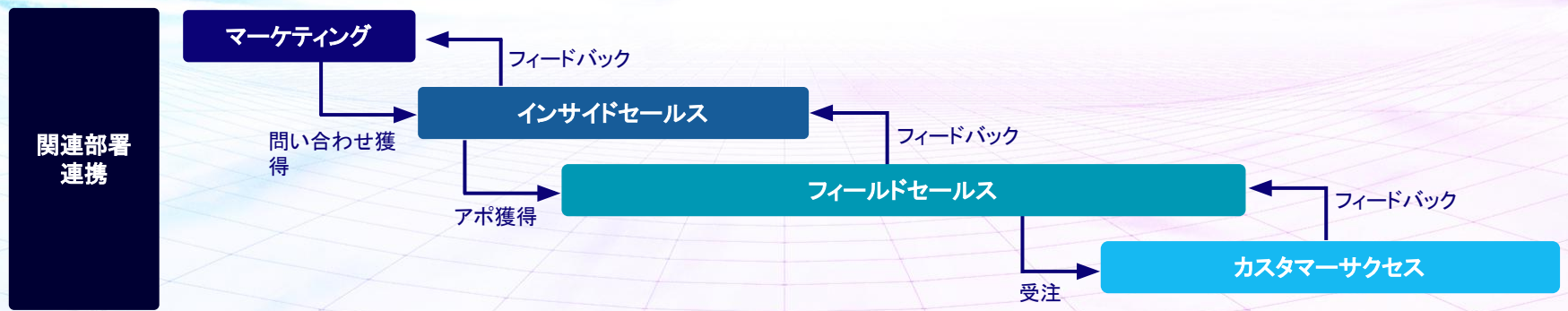
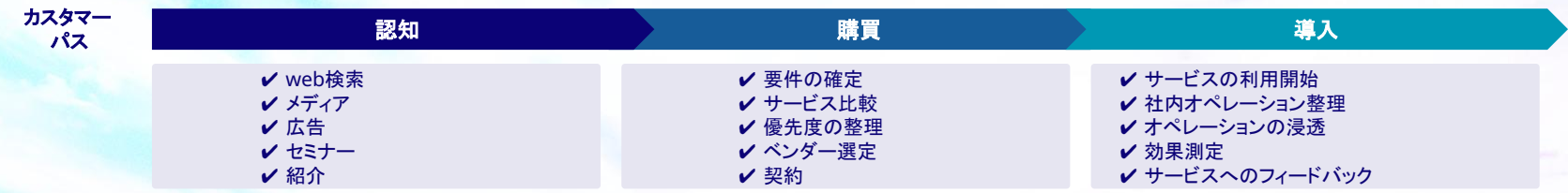
- ✓ 要件の確定
- ✓ サービス比較
- ✓ 優先度の整理
- ✓ ベンダー選定
- ✓ 契約

導入

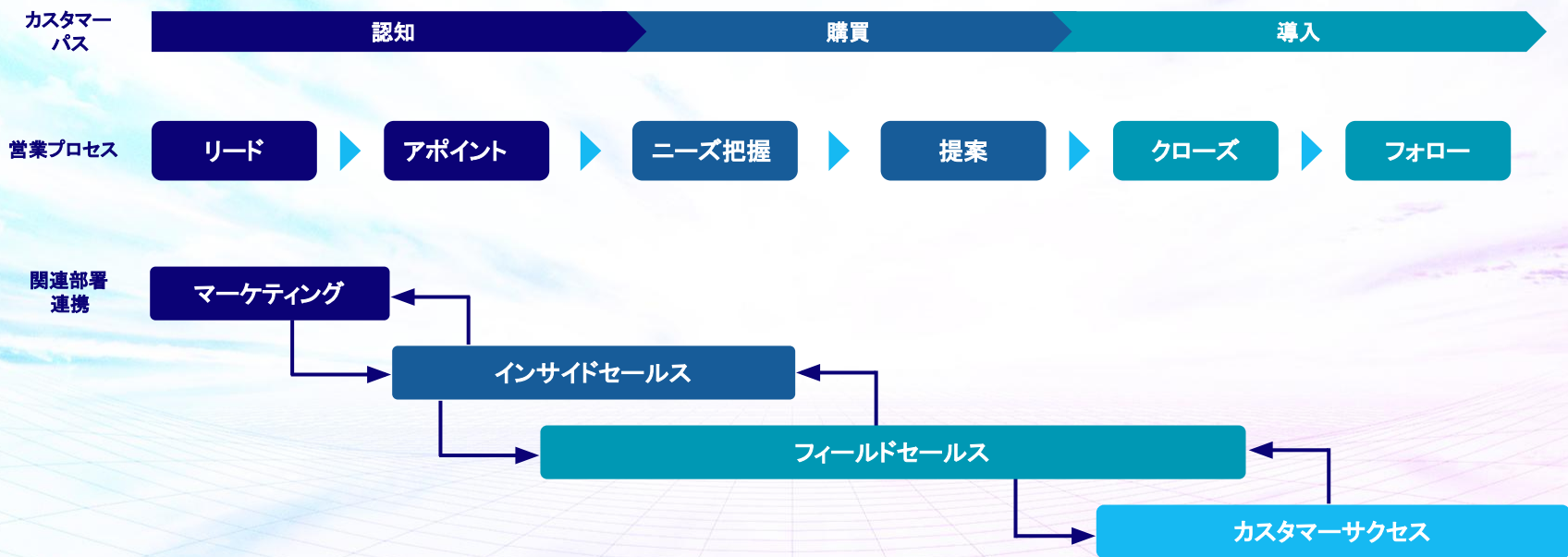
サービスを導入して品質に対し
て評価

- ✓ サービスの利用開始
- ✓ 社内オペレーション整理
- ✓ オペレーションの浸透
- ✓ 効果測定
- ✓ サービスへのフィードバック

部門間連携 カスタマーパスに応じた営業プロセスの定義と各部門連携

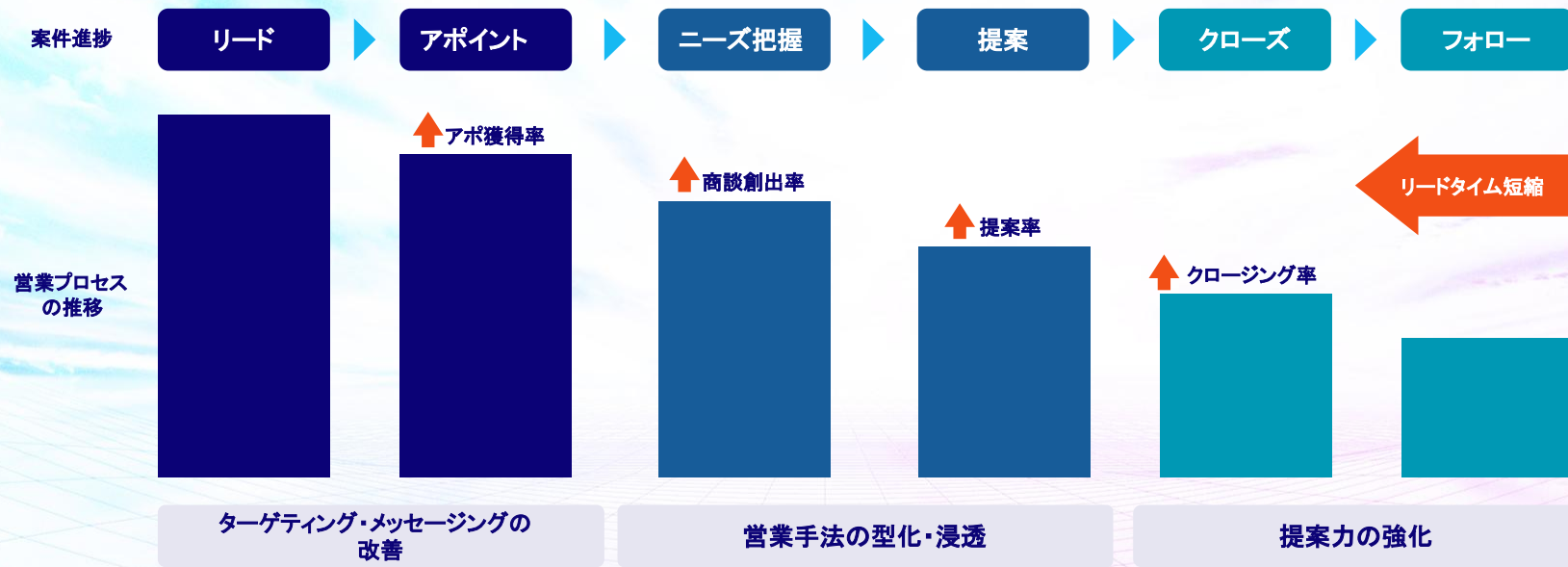


データプラットフォームの構築 部門間のアクション内容を蓄積・数値化



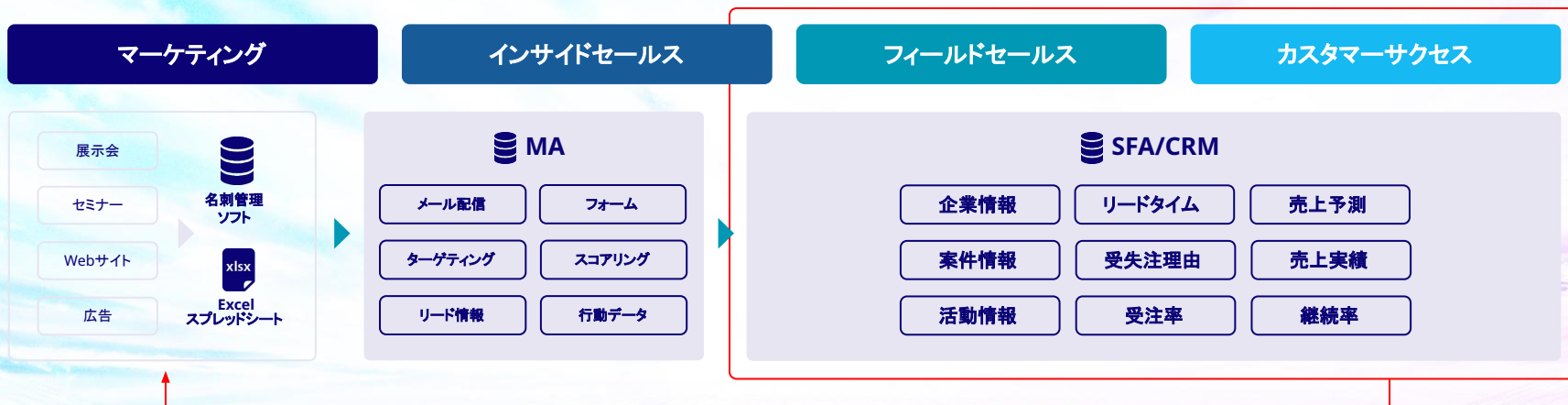
MA/SFA/CRM(情報の蓄積・可視化)

人材育成・効率的なオペレーション データを活用した再現性のある改善



MA/SFA/CRM(情報の蓄積・可視化・分析・改善)

セールスイネーブルメントの落とし穴



質の高い情報のフィードバックができる状態でないと分析と改善ができない

セールスイネーブルメントは、最新テクノロジーを活用した売れる営業の仕組み化です。
全ての営業情報を可視化する SFA /CRMの構築・運用こそが肝で、不完全なまま営業プロセスを回し始めると、
分析と改善ができず営業組織はレベルアップしていきません。

Chapter3

セールスイネーブルメントの実践 SFA/CRMの正しい構築と運用方法



セールスイネーブルメントの落とし穴

認知

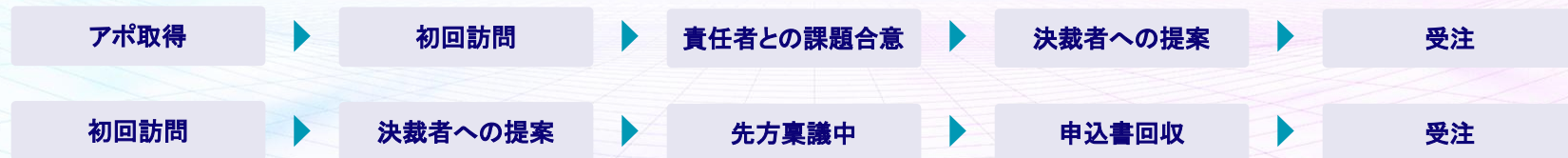
購買

導入

悪い例: 各プロセスの定義・移行基準が曖昧で移行基準も主観的



良い例: 各プロセスの定義・移行基準が明確で客観的に判断可能



SFAの構築②営業の方法論の整理 それぞれのプロセスでのポイントを整理



SFAの構築③SFAへの項目のマッピング 営業プロセスに対するアクションを整理

(例) 営業プロセス

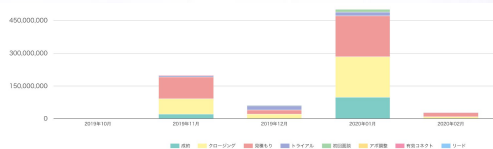


SFAを活用し、入力項目を用意することで自社の営業の方法論を浸透させることができる
仮説段階の項目も随時 SFAに登録して運用を進めることで、有効性を確認しアクション改善のサイクルができる

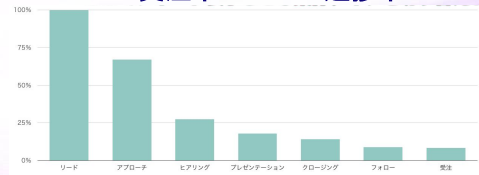
効率的なオペレーション① 日々のマネジメントで抑えるべき12項目

確認項目	日次	週次	月次	四半期
受注実績・パイプライン金額	✓	✓	✓	✓
失注実績/案件内容	✓	✓	✓	
活動量/案件数		✓		
活動比率(金額/ターゲット)			✓	✓
ネクストアクション	✓	✓		
案件内容(確認/確定項目)	✓	✓		
案件(フェーズ)進捗		✓	✓	
時期/金額変更	✓	✓		
平均リードタイム			✓	✓
受注率/フェーズ進捗			✓	✓
平均案件単価/受注単価			✓	✓
失注要因分析			✓	✓

(例) 受注実績・パイプライン金額



受注率・フェーズ進捗率



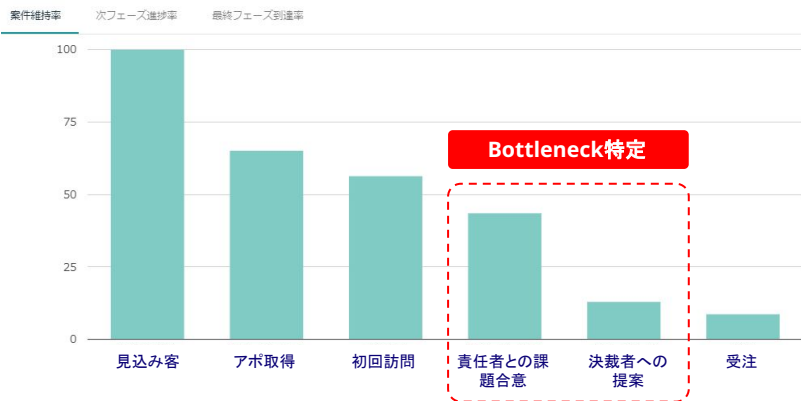
平均受注単価



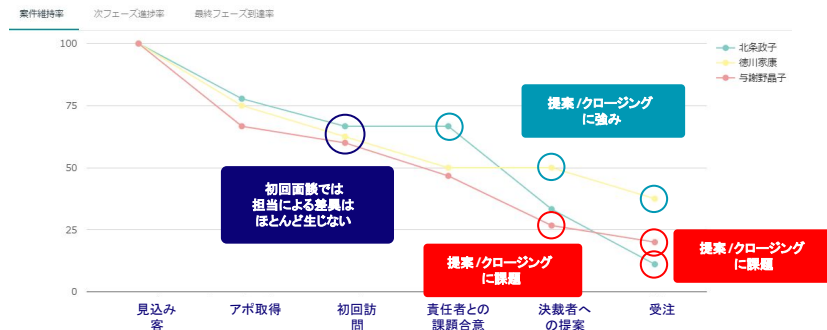
効率的なオペレーション② 蓄積されたデータを活用したマネジメント例

見込み客～受注までの営業フローをプロセス別に細分化し、各プロセスの歩留まりを集計していくことで課題点を抽出することが可能。各プロセスの歩留まりは各個人によって異なり、営業スキルやパーソナリティが影響する。

チーム全体



個人



(例)Mazrica Salesのファネル分析レポート

効率的なオペレーション③ プロセスの進捗率から見える課題と改善策の例

プロセスの進捗率

課題

改善策

初回
アポイント獲得率

◆ 信頼関係構築不足

好感獲得
プロとしてのポジション獲得

- ・身嗜み/所作/言葉遣い
- ・自己紹介/自社紹介
- ・業界専門知識 等

課題合意率

◆ ニーズ把握不足

ビジョン共有
問題点特定

- ・ヒアリング項目整備
- ・相槌カトレーニング
- ・深掘り質問力 等

提案
アポイント獲得率

◆ 顧客コントロール不足

期待値調整
オブジェクションハンドリング
アンカリング

- ・ハンドリングトーク集整備
- ・競合情報整理
- ・アンカリングトーク集整備 等

クロージング
アポイント獲得率

◆ 提案力不足

競合差別化
イメージ喚起
クロージング

- ・競合差別化パターン化
- ・顧客属性整理
- ・クロージングキラートーク整備 等

受注率

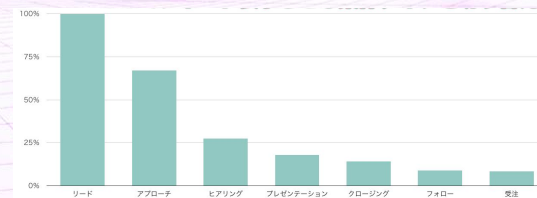
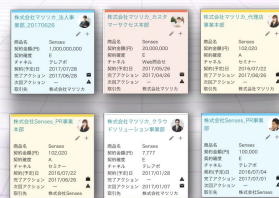
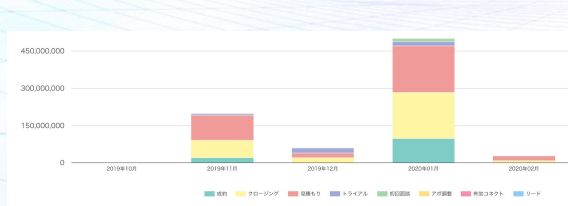
◆ 上記4項目のいずれか

各ステップにおいて顧客との
“握り”が不十分な場合

- ・セールスマニュアル全体整理
- ・プロセス細分化・検証

効率的なオペレーション④ 測定したデータを用いた営業ミーティングの再定義

種別	内容	効果
プロセスマネジメント	・各営業フェーズ進捗の歩留まりを可視化して課題を抽出	・組織/個人の得意&苦手フェーズ、スキル、ターゲットの解明
売上見込み(ヨミ)管理	・当月の着地見込みを確認し、期日とNext Actionを握る	・月末未達率の改善、実績のコントロール改善
案件進捗管理	・案件の進捗/停滞状況を確認し、打ち手を明確化	・セールスサイクル高速化 /アクション抜け漏れ軽減
アクション数管理	・アクション数の結果/目標を確認し、行動量を握る	・行動量の増加、セールスサイクル高速化
個別案件レビュー	・重要案件の内容を共有し、仮説の精度をブラッシュアップ	・仮説精度向上、商談スキル向上、受注率向上
1on1	・各人の強み/弱みを明確化し、育成プランを策定/実行	・個人の特徴/課題の明確化、育成施策立案 & 実行



効率的なオペレーション⑤ データを活用した AIによる受注確度予測

AI予測確度：95% ?

想定されるリスク ?

リスク項目	リスク度
🏠 案件詳細項目 割合	7%
📅 案件契約予定日 変更：+14日	7%
👤 以下のアクションが行われていないこと メール - アポ取り (他の成約案件で行われたフェーズ：リード / 相手：役員)	5%

類似案件 ?

株式会社xx_概要資料DL 総合類似度 44%	▼
株式会社xx_資料DLWeb問い合わせ 総合類似度 38%	▼
株式会社xx_20190228 総合類似度 37%	▼

おすすめの次回アクション ?

種別	目的	役職	フェーズ 進捗確率
📧 メール	関係構築	役員	86%
📧 メール	進捗/状況確認		76%
📧 メール	クロージング	役員	55%

(例) Mazrica SalesのAI機能(受注確度予測)

1

契約確度スコアリング

各案件の現状の契約確度を分析し想定されるリスク要因とともに提示

2

類似案案件サジェスト

類似している受注案件を提示

3

おすすめの次回アクション

現状のフェーズから成約に近づくために有効なネクストアクションを提示

SFA/CRMを活用した成果ロジック

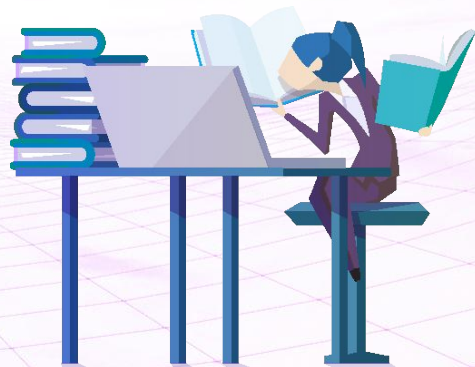
以下の方程式にて表すことができ、5つの矢印を意識して改善することが重要

成果ロジック

$$\text{営業生産性向上} = \sum \left(\frac{\left(\frac{\text{商談数} \times \text{成約率}}{\text{リードタイム}} \right) \times \text{単価}}{\text{営業コスト(会議・資料・教育・検索)}} \right)$$

Chapter5

Mazrica Sales 特長と機能



提供サービス クラウド営業支援ツール Mazrica Sales

成果を自動的に最大化する営業支援ツール



利用企業数
2,800社
突破

利用継続率
98%

アクティブ率
55%

※アクティブ率 = DAU/MA
※上位10%のSaaS平均28.7%と比較し約2倍



Mazrica Salesが他のSFAと圧倒的に違うポイント

現場の定着にもっともフォーカスした営業支援ツール

入力負荷の軽減



直感的な管理画面

株式会社マツリカ, 法人事業部_20170626	株式会社マツリカ, カスタマーサービス本部	株式会社マツリカ, 代理店事業本部
商品名 Senses 契約金額(円) 1,000,000,000 契約年度 E チャネル テレラボ 契約予定日 2017/07/28 完了アクション 2017/06/28 次回アクション — 取引先 株式会社マツリカ	商品名 Senses 契約金額(円) 20,000,000 契約年度 E チャネル Web研修セ 契約予定日 2017/05/26 完了アクション 2017/04/26 次回アクション — 取引先 株式会社マツリカ	商品名 Senses 契約金額(円) 102,020 契約年度 A チャネル セミナー 契約予定日 2016/07/22 完了アクション 2017/08/26 次回アクション — 取引先 株式会社マツリカ

株式会社Senses, PR事業本部	株式会社マツリカ, クラウドソリューション事業部	株式会社Senses, PR事業部
商品名 Senses 契約金額(円) 102,020 契約年度 A チャネル セミナー 契約予定日 2016/07/22 完了アクション 2017/06/26 次回アクション — 取引先 株式会社Senses	商品名 Senses 契約金額(円) 7,777 契約年度 E チャネル テレラボ 契約予定日 2017/01/28 完了アクション — 次回アクション 2017/01/07 取引先 株式会社マツリカ	商品名 Senses 契約金額(円) 100,000 契約年度 E チャネル テレラボ 契約予定日 2016/07/04 完了アクション 2017/07/01 次回アクション — 取引先 株式会社Senses

分析と改善の示唆



導入に失敗しない SFA - Mazrica Sales -

特徴

First Mover

【先行者】

- ・先駆者として市場を席捲
- ・あらゆる機能を網羅
- ・カスタマイズ機能の充実
- ・プラットフォーム化
- ・マネジメント層向けのUI/UX
- ・データの集約

Second Mover

【追随者】

- ・既存プレイヤーの弱点改善
- ・シンプルで直感的なUI/UX
- ・現場目線
- ・人材のエンパワーメント
- ・データの集積(入力率向上)



Mazrica
Sales

Third Mover

(未出現)

【革新者】

- ・セールスの強化・売上の増大
- ・ナレッジの自動活用
- ・データの活用
- ・プロダクトの示唆が人を上回る可能性

- ・直感的なUI、データは外部連携により、データ集約自動化が基本
- ・蓄積されたデータをAIによって分析
- ・最適な見込み客や正確な売上予測など未来を予測分析できる

データの集約の容易さ/精度の高い示唆はセールスイネーブルメントに必須

SFA/CRMの今後とMazrica Sales

Mazrica Salesは、現場に入力されず結局導入自体が失敗に終わるという SFAの課題を解決することを目指しています。現在までに2,800社以上の企業に利用されています。



入力負荷を最小に

取引先の情報を自動取得できたり、メールやカレンダーとの連携機能により、現場の入力負荷を最小にすることにこだわっています。

使いやすいUI

案件をカード形式で表示したボード画面など、使いやすいUIに定評があります。止まっている案件の色が変わっていく仕様なので、案件の抜け漏れも防止できます。

SFA導入を成功に導く運用サポート

SFAの運用・定着の支援サービスにより営業成果の最大化に貢献しています。管理者の方でなくても、ユーザーであれば誰でもチャットで質問することができます。回答は平均で2分以内、疑問をその場で解決することができます。

スポット支援

100,000円/回～

スムーズな運用開始/定着促進のために
ピンポイントでの支援に特化した
短期中集中プラン

サポート内容

SFA初期設定支援
操作説明(入力・活用方法)
分析方法研修
設定変更支援 など

プレミアムサポート

月額50,000円～

貴社専任の顧客サクセスマネージャーが
Sensesの導入・運用・活用・改善をサポートする
年間支援プラン

サポート内容

チャットサポート
導入支援
運用・定着支援
活用改善・支援

無料デモ・お打ち合わせをご
希望の方は
[こちら](#)よりご都合のよい日程
をご指定ください





Mazrica
Sales

Mazrica
Marketing

Mazrica
BI

Mazrica
AI

最後までお読みいただき、ありがとうございました

【お問い合わせ】

株式会社マツリカ
<https://mazrica.com/>