

貴社の営業特性、販売・受注課題に即し、 最適なオンライン商談システムをご提案します。

貴社の営業の特性、販売・受注の課題に即し、あくまでユーザーサイドに
立って、最適なオンライン商談システムをご提案します。

なお、「どのようなものか、ちょっと試してみたい」という企業のために即利用
できる、きわめて低額のクラウドサービスもご用意しています。

◇導入手順(社内にウェブ営業チームをつくる場合)

分析・選択	営業活動や商談の現状を分析してシステムを選択
下作業	画面上で販売・受注を助けるマニュアルやスクリプトを作成
試験・検証	社外での試験と検証を経て、より有効な利用法を構築
導入・運用	事前にオンライン商談で成果を上げるポイントなどを指導
共有・習得	優績者の動画や音声、資料などを共有してスキルを習得

外部のウェブ営業チームでのテストを経て導入しますので、
一時的な社内混乱や売上低下が起こる心配がありません。
短期間でオンライン商談が根づきます。

◇こんな会社にお奨め

- ①ビジネスチャンスを広げたい
- ②営業の収益性を改善・向上したい
- ③営業のムダやぜい肉をそぎ落としたい
- ④優良な営業ノウハウを蓄積・再現したい
- ⑤低迷者を底上げ、未経験者を戦力化したい

◇優れた使い勝手

- ①準備不要(登録・アプリインストール不要)
- ②瞬時接続(数秒でオンライン商談スタート)
- ③操作简单(とにかくシンプル。技術不要)
- ④顧客共有(PC画面に営業資料・提案書表示)
- ⑤商談支援(PC画面でマニュアル・スクリプト参照)

導入時のコンサルティングと運用時のアフターサポートに注力します。

お問い合わせ・ご相談はお気軽に・・・

和田創研は、営業の数字づくりに滅法強い経営コンサルタント会社です。四半世紀を超え、業種や規模を問わず、多くのクライアントを短期間で高収益企業・勝ち組企業に変えてきました。

和田創研

TEL 050-3786-3704

(ビジネスダイヤル 平日午前10時～午後5時)

FAX 050-3737-4562

E-mail info@wadasouken.co.jp

〒104-0061 東京都中央区銀座1-13-1 ヒューリック銀座一丁目ビル4F

オンライン商談システム

WEB sales

人員削減と売上向上を両立 ウェブ営業ソリューション

人員削減

ウェブ営業を活用すれば、営業社員を増やさなくて済みます。もしくは、営業社員を減らせます。営業職は希望者が激減し、新卒も中途も採用難が深刻です。それにつれて人件費も上昇しています。

売上向上

「売上＝商談単価×商談件数×商談成功率」。ウェブ営業を活用すれば、商談件数を増やせます。結果として、売上を伸ばせます。とりわけ商談件数と売上に相関関係が強い営業活動ほど有効です。

高収益体質実現に寄与

「足を運ばない営業」へ。

営業大変革

一層の「経営合理化」を推進。
先端技術で営業生産性を向上。

日本でもPC画面を通じた商談が主流へ。

この先数年で営業分野がもっとも激しく変化します。
米国ではすでに9割近くがオンライン商談になっています。

既存顧客との面談件数はもちろん、新規顧客との接触件数が大幅に増えます。

リアル
営業チーム



プラン 1 創設(営業確立)

プラン 2 区分(営業併用)

プラン 3 移行(営業転換)

プラン 4 外注(営業委託)

ウェブ
営業チーム



実を結ばない「相対商談」の非効率性にメスを入れます。浮いた時間と労力を数字の上積みに向けられます。

4つのプランのいずれかで「ウェブ営業チーム」を立ち上げましょう。

プラン 1 創設(営業確立)

これから営業部門をつくるなら、ハードルの低いオンライン商談に絞るのもよいでしょう。例えば、業務上の打ち合わせで売上を立てられるために営業社員がいない企業があります。しかし、ずっと引き合いが寄せられるわけではありません。オンライン商談なら、価値を生まない移動時間がなく、交通費や出張費などもかかりません。また、地方、東京、世界といった距離の壁がなくなり、新規顧客との接点も拡大します。

プラン 2 区分(営業併用)

営業社員が適性と能力により、リアル営業(フィールドセールス)チームとウェブ営業(インサイドセールス)チームに分かれます。わざわざ足を運ぶのは高付加価値な商談に限ります。あるいは、営業社員が顧客や案件の重要度により、リアル営業とウェブ営業を使い分けます。見込客の有望度をオンライン商談で探ったうえで足を運ぶこともできます。引き合いに振り回され、徒労に終わる状態もなくなります。かたや、経営環境の厳しい顧客ほど、営業社員の訪問に対応する社員と手間を減らしたいと考えています。また、時間の都合をつけやすいオンライン商談を望んでいます。双方のメリットは絶大です。

プラン 3 移行(営業転換)

リアル営業を行う営業社員をゼロにします。狩猟型のフィールドセールスでなく農耕型のインサイドセールスで十分であり、長期の関係形成を土台とした営業活動を重んじる企業に向きます。「顔出し⇒御用聞き⇒見積書対応」が主体になる習慣性の客回りはウェブ営業に完全に切り替えられる可能性があります。在宅勤務を取り入れると社員の採用や定着が容易になるうえに、一商談当たりのコストを劇的に下げられます。

プラン 4 外注(営業委託)

ウェブ営業をアウトソーシングします。営業社員の採用や労務管理などの苦勞から解放されます。プラン 3 の「移行(営業転換)」をきっかけに外部に委託する企業もあります。プラン 1 の「創設(営業確立)」に適用できます。プラン 2 の「区分(営業併用)」のうち、ウェブ営業だけを外部に委託する企業もあります。ウェブ営業チームをいきなり立ち上げるのではなく、社外でテストする場合にも利用できます。

不人気な営業職は極端な売り手市場であり、採用を含めた雇用コストが高騰しています。

さらに、大半の企業は人口減少や働き方改革波、競争激化や市場縮小の大波に見舞われています。

環境激変期に生き残るには、社員が減っても売上が伸びるオンライン商談を活用する必要があります。