

通信・ITネットワークの分野では、日々新しい技術が開発され、より効率的で、より安価なサービスが次々と生み出されています。知らないことは、イコール企業利益の損失です。そこで私たち大和電設工業は、情報通信やITソリューションの『知って得する最新情報』を、お世話になっている皆様に定期的にお伝えしていきます。隔月発刊のDDK通信、ぜひお楽しみください。

セールステックで営業を科学する

IT技術を用いることで営業活動を効率的に行うという動きが広まってきています。今回は、ITツールを活用するセールステックという新たな活動で、今後の営業のスタイルを予測してみます。

■ セールステックとは

営業活動を最適化・効率化してくれるテクノロジーのことを、営業活動(Sales)と技術(Technology)を掛け合わせて『セールステック』(Sales Tech)と言います。働き方改革から始まる労働環境の改善・人手不足が問題となっている現代ですが、ICTやクラウド・AIの劇的な進化も相まって、今までアナログだった領域にもテクノロジーを生かしていこうという動きが今加速してきています。

具体的なITツールとしては右図のように様々なサービスが存在しています。セールステックという言葉自体に聞き馴染みがなくとも、オンライン会議ツールである「Zoom」や「Skype」、グループウェアである「G Suite」などは既に活用されている方も多いのではないのでしょうか。今ではセールステックツールを全く導入していない企業は殆どないといっても過言ではありません。



図) 株式会社インターパークが作成したセールステックのカオスマップ2020

■ 代表的なツール

セールステックの最も代表的なツールとして、CRM(顧客関係管理)とSFA(営業支援システム)があげられます。上の図でいうと「MA」・「フィールドセールス/SFA」のITツールが該当します。

●CRM(顧客関係管理)ツール

連絡先・購入履歴などの顧客情報や、会社との接触の記録・関係性の状況(商談状況)の管理などを一元的に行う。売り上げを拡大させるためのツール。

●SFA(営業支援システム)ツール

営業活動の記録、進捗状況、顧客情報の管理など、営業活動にかかる業務を支援するためのシステム。ITシステムによる徹底した営業支援を行うことが目的。

一言で表すと、CRM(顧客関係管理)は自社の「顧客」にフォーカスしたツール、SFA(営業支援システム)は自社の「営業活動」にフォーカスしたツールと言えます。ここ数年は、AIの発達によって、CRM(顧客関係管理)とSFA(営業支援システム)というツールが「蓄積・分析に強いもの」から、「将来の予測までできるもの」に進みつつあります。



■ セールス・イネーブルメントと人材育成

今までは、「顧客管理」と「営業支援」は別々に行われてきましたが、これらを統括し全体を一つの流れとして見る「セールス・イネーブルメント」という「営業組織の強化・改善」の取組みが進んできています。

営業研修や教育、製品カタログやWEBサイトなどの営業ツールの作成も「セールス・イネーブルメント」の一部となります。重要なのは、「別々の独立した活動」ではなく「営業組織の強化・改善」という目的につながる一連の活動として統合し、全体を最適化していくという点です。

「セールス・イネーブルメント」は、先に上げたように、営業研修や教育という人材育成の面でも大きく関わってきます。これまでの営業は個人の経験や勘によって行われてきた面が否めませんが、セールステックツールによる数字に裏付けられたデータに基づいて、営業組織力を強化していくことが可能となります。営業データを活用した人材育成を行うことで、営業力向上や組織内での営業力の標準化が実現できるようになります。

