



インサイドセールス立上げ後に 陥る課題と対応策

Ver.1.0

1. よくある課題と対応策

FSが汎用的なステータス顧客に対応がしきれない

FSへトスアップ後の案件進捗がみえない

対応品質の担保

2. 事例紹介

運営中のPJT事例

1. よくある課題と対応策

「汎用顧客への対応」、「トスアップ後進捗」、「育成課題」が存在

FS*が汎用的なステータス顧客に対応がしきれない

IS*がFSへ新規のトスアップをしていく中で、FSが**汎用的なステータス顧客**に対して**適切な頻度**で顧客接点がとりきれしていない

FSへトスアップ後の案件進捗がみえない

ISがFSへトスアップをしていく中で、対応後の進捗状況がみえない為ISがトスアップしている**トスアップ品質**が適切か否かの判断がつかないことや**受注見込み**があるかのROI観点の判断がつかない

対応品質の担保

活動開始すると、営業毎に成果のばらつきが存在し、営業毎の**成果、品質**を均一化する育成課題がでてくる

*FS：フィールドセールスの略称

*IS：インサイドセールスの略称

これらの課題に対して、以下の対応策が効果的

FSが汎用的なステータス
顧客に対応がしきれない

対象案件をISに戻し、継続的に顧客接点を設け機会損出を防ぐ活動をしましょう。**FSは短期的に受注に醸成できるコアな案件**のみに対応することができます。

FSへトスアップ後の
案件進捗がみえない

案件トスアップ後もFS任せにせず、IS側でも受注までの動きが見える運用にしましょう。状況・確度ステータスから**優先順位**付けし効率的な確認アクションを行い、案件を**受注までウォッチし続ける**ことができます。

対応品質の担保

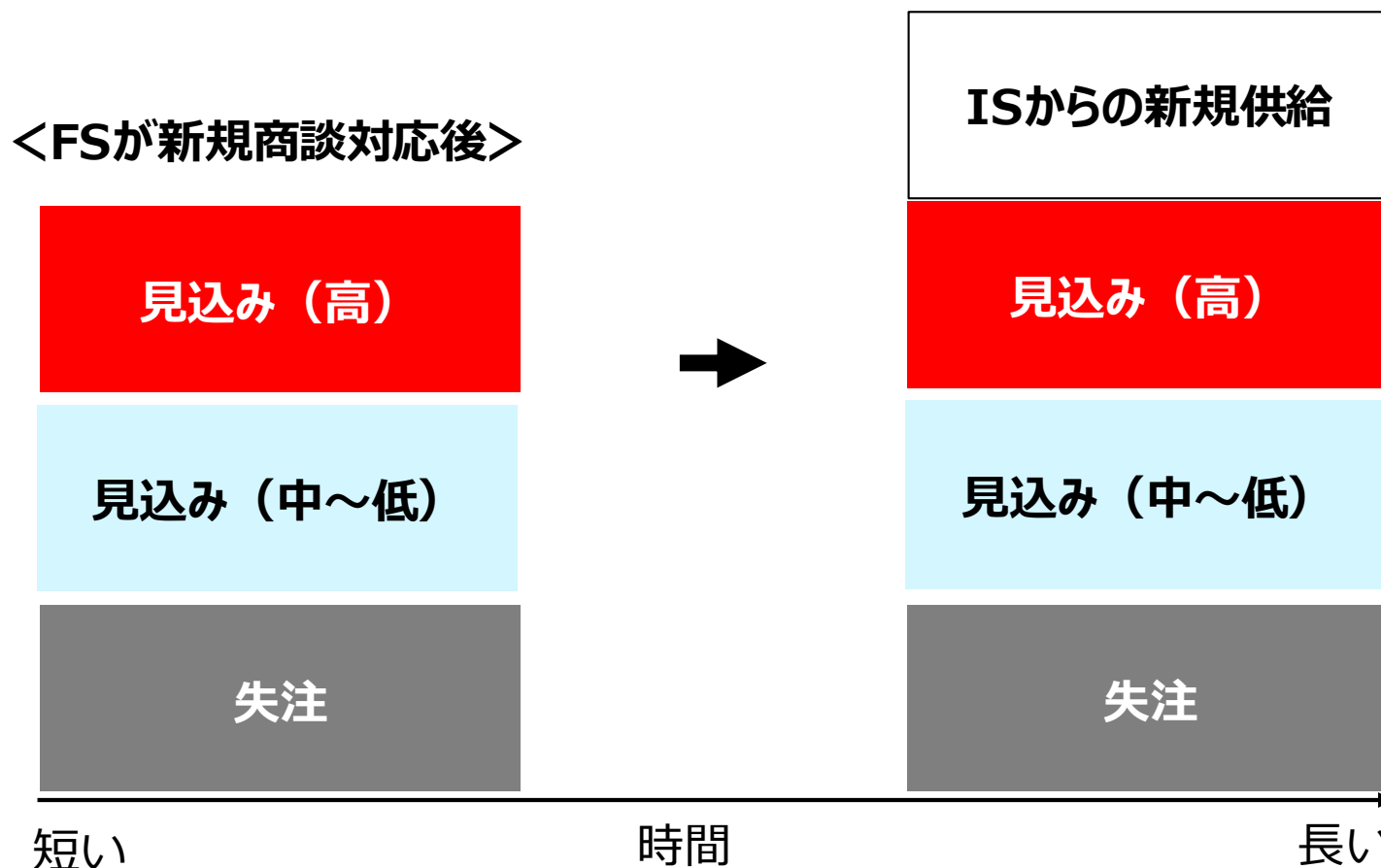
KPIや営業戦略に沿って実績構築サイクルを回していくために**対応品質（スキル）を可視化**し、効果的な「育成」を施しましょう。

課題①

FSが汎用的なステータス顧客に
対応がしきれない

課題①の原因

ISがトスアップ基準を満たした案件をFSへトスアップするが
時間が経過するとともにFSが対応しないといけない案件が膨れます。



**対応する優先順位は設定するものの、以下のような
思いがあり全ての案件に満遍なく対応することが難しい。**

<FSの声>

- ・新規トスアップも温度感が高いうちに対応しなければ
- ・見込みが高い案件は優先度高く対応しなければ
- ・失注案件も掘り起しができる可能性がある
- ・見込みが低くても、状況変化があるかもしれないので時間をあけずに対応しなければ

課題①の対応策

ISがFSへ新規のトスアップをしていく中で、FSが**汎用的なステータス顧客**に対して**適切な頻度**で顧客接点がとりきれていない

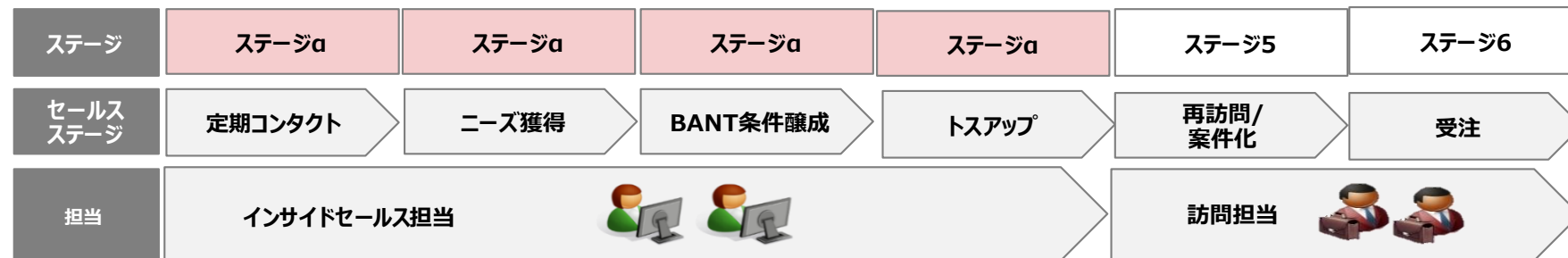
■ ISで新規案件創出/FSへのトスアップ



■ 対象案件

- ・ニーズはあるが、予算検討中（予算確保問題）
- ・ニーズはあるが漠然としている（興味レベル）

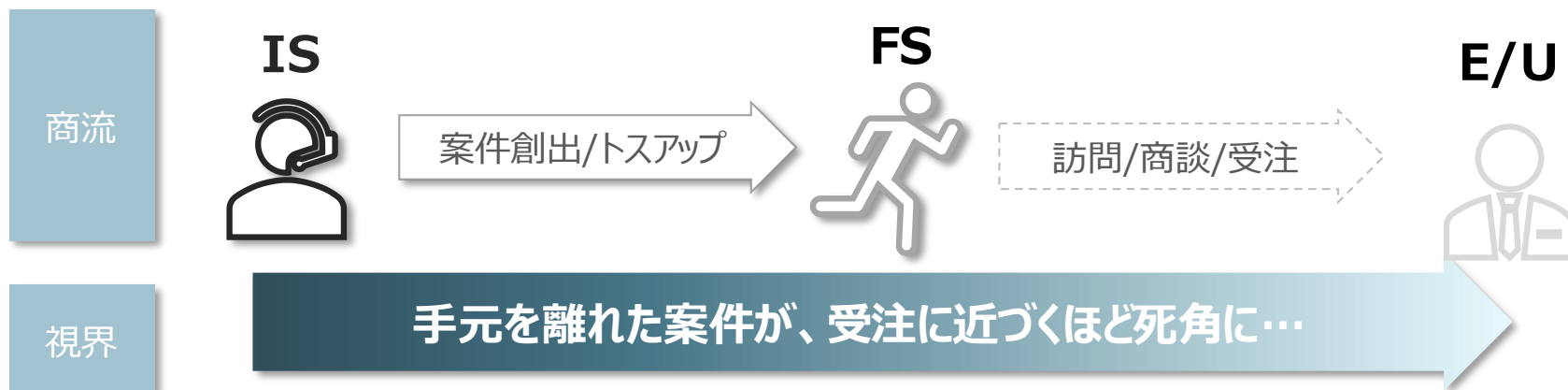
■ IS戻し/再度ナーチャリング→復活



課題②
FSへトスアップ後の
案件進捗がみえない

トスアップした案件の進捗把握は重要ながら難しい

案件トスアップ後のNG例



受注に近づいているはずなのに見えない案件…
そんな運用では見込みが立たず、**適切な営業活動を実施できない。**

「受注≒ラッキー」ではなく、
「いつ、どのぐらい」受注が上がるかを管理することが必要

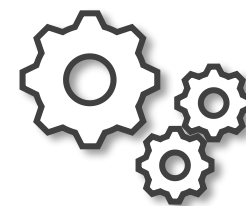
トスアップ後の適切な案件トラッキング（追跡）に向けて



電話/メール/Chat等のコミュニケーションツールを用いた
IS/FS間の密な情報連携

+

IS/FSの双方から「SFA/CRM」ツール上への、漏れの無い更新情報入力
※特に外出稼働が多いFS側での入力が滞らないよう注意！



×



収集した情報を基に「1.) FS活動」「2.) 案件状況」の各ステータスを設定し、
SFA等のツール上で可視化することで、優先順位を明確化したトラッキング活動を実施

課題②の対応策

「FS活動」の可視化による進捗把握

まずはそれぞれのステータスで以下の判断内容を元に進捗を把握しましょう。

各フェーズ分類

ステータス	FS活動フェーズ	判断内容
FSアサイン	トスアップ受領	<ul style="list-style-type: none">☑ トスアップ案件の受領確認ができています。☑ 該当案件のFS対応者を確認できています。☑ FSに滞りなく案件が渡っていることが確認できています。
一次対応	初回連絡/訪問	<ul style="list-style-type: none">☑ FS→E/Uへの初回対応実施を確認できています。☑ 未実施の場合は実施予定日程を確認。
提案中	見積り/提案対応	<ul style="list-style-type: none">☑ 対応状況/検討状況を確認できています。☑ 次アクション/スケジュールを確認できています。☑ ボールを誰が持っているか確認できています。
受注	受注確定	<ul style="list-style-type: none">☑ 申込み（意向/書面受領）の確認ができています。☑ FSの受注実績として確認ができています。☑ FS側のSFA入力の確認ができています。

「案件状況」ステータスで追跡活動の優先順位付け

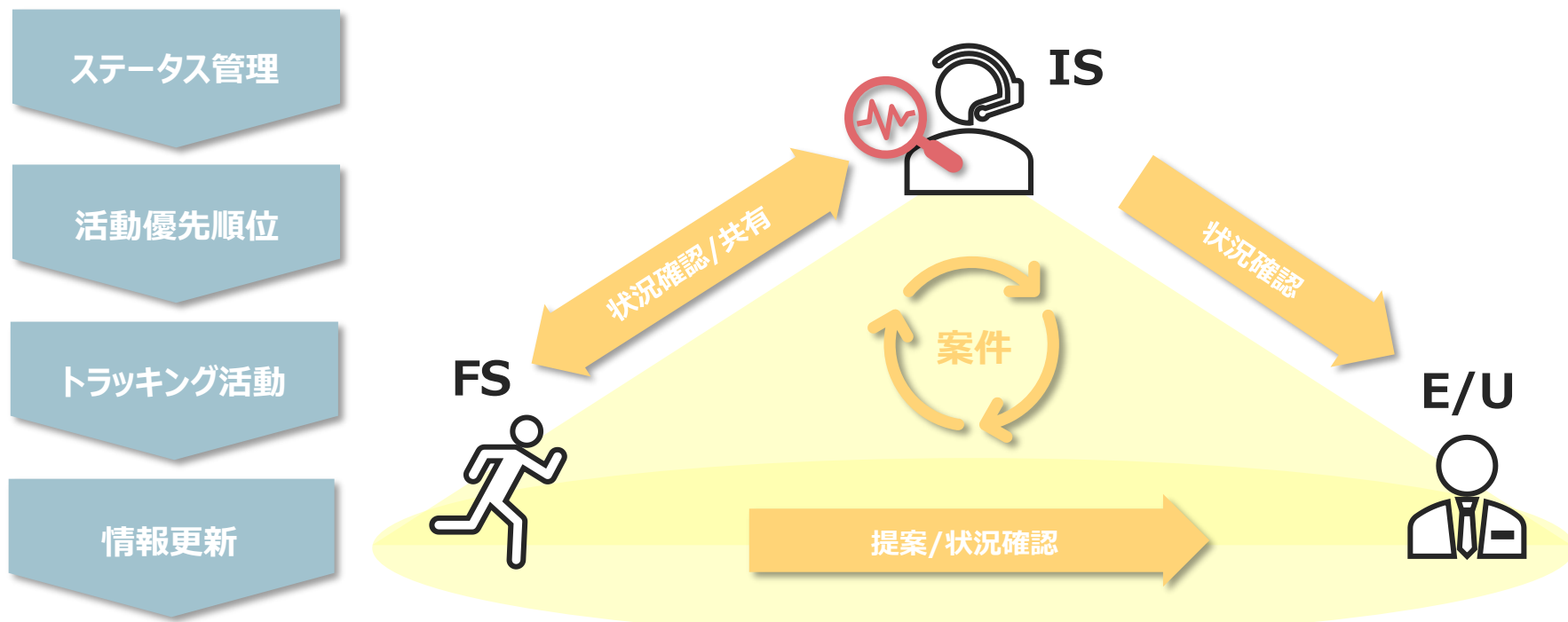
各フェーズ分類

ステータス	案件フェーズ	判断内容
失注	失注確定	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 対応後の失注結果が確定 ☑ NG理由の確認が取れている。
ペンディング	時期未定	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 失注はしていないもののペンディング状態。 ☑ 時期のスライド等がメイン。
継続中	確度低	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 初回対応後、提案初期の動きのある案件。 ☑ 検討確度としては低いが向上の兆しのある案件。
FCST	確度高	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 詳細見積提示後、稟議申請など提案後期の案件。 ☑ 最終検討フェーズで、受注FCSTとして計算できる。
受注	受注確定	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 申込みの意向が確定済み。 ☑ 口頭受注 or 申込書受領の状況確認のうえFIXへ。

課題②の対応策

案件トスアップ後もFS任せにせず、IS側でも受注までの動きが見える運用にしましょう。
状況・確度ステータスから**優先順位**付けし効率的な確認アクションを行い、
案件を**受注までウォッチし続ける**。

トラッキング活動サイクル

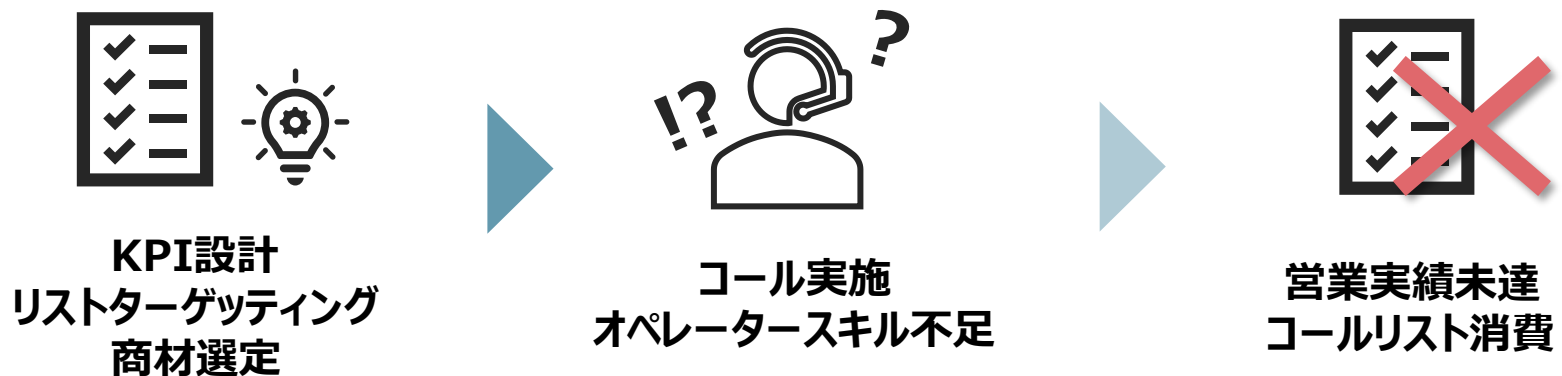


課題③ 対応品質の担保

課題③の原因

安定した実績を構築していくためには、対応品質の担保が必要

コール活動時のNG例



効果的と想定したKPI/アタック戦略を用意しても、
オペレーターの対応品質が結果を左右してしまう。

KPIや営業戦略に沿って実績構築サイクルを回していくためには、
対応品質（スキル）を可視化し、効果的な「育成」を施すことが重要

課題③の対応策

KPIや営業戦略に沿って実績構築サイクルを回していくためには、育成ロードマップを作成し、対応品質（スキル）を可視化し、効果的な「育成」を施すことが重要

育成ロードマップによる状態目標の設定

レイヤー	新人	ミドル	コア
在籍期間	~2ヶ月	~6ヶ月	7ヶ月~
ITリテラシー	ユーザのニーズに対して、サービスを提案する為に必要なヒアリング項目を理解している	課題やニーズから最適となる構成の提案ができる	ユーザの計画や導入状況に合わせ、提案・訴求を行うことができる
サービス知識	基本的な構成をイメージすることができる サービスプランを理解することができ、選定条件を把握できている	サービスの強みを提案することができ、概算費用の算出ができる ユーザ環境からプラン選定を実施・提案することができる	ユーザの現状に合わせたサービス選定を行い、アップセル・クロスセル提案が実施できる
コミュニケーション	HP情報からユーザの業務内容を理解し、企業の全体像（システム構成等）を把握することができる	他社の事例等を交え、ユーザの業種に合わせたトークを組み立てることができる	業種・業界の傾向、最新トレンドからユーザの計画や検討事項を想定し、仮説を用いてトークを組み立てることができる
業務スキル	必要ツールの使い方、入力項目を理解し、入力ミス等がなく自己管理ができる	相談・確認をして進めることができる 自身の課題に対しての分析・考察・解決策を考えることができ、チームマネージャーに相談の上実行ができる	自己判断のうえで報連相ができる 他メンバーのフォローができ、業務改善・提案を行うことができる
チームマネージャー フォロー内容	日々の活動内容のチェック・改善ポイントの指摘 知識補足・案件相談	メンバーの考察に対しての補足・アドバイス 案件相談	最終判断

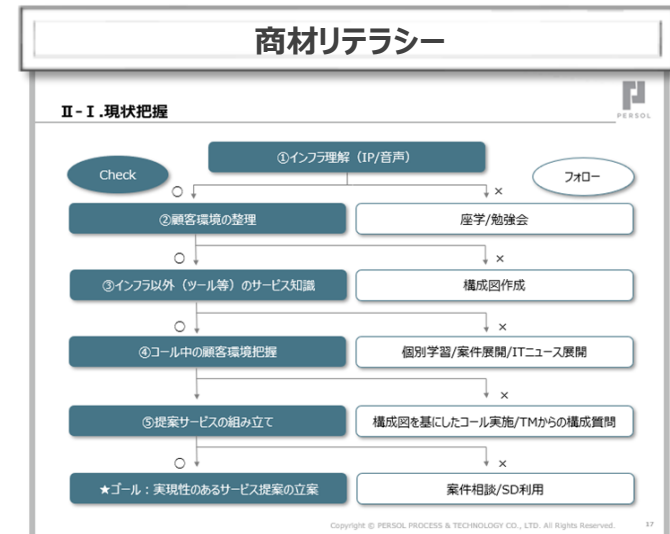
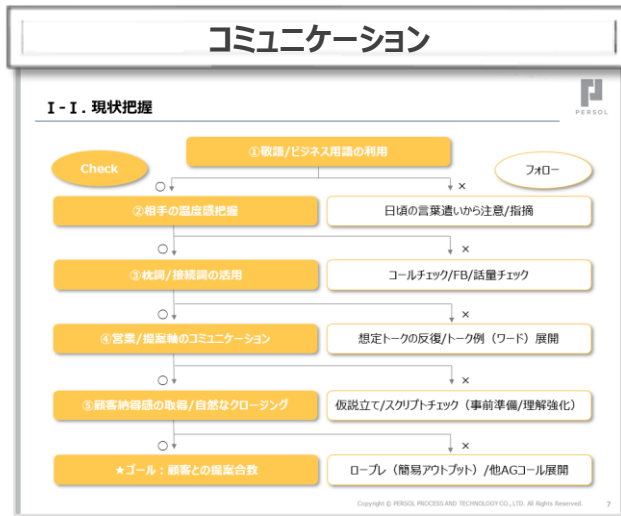


「いつ（**時期**）」までに「どのくらい（**KPI**）」の数字が必要なため、「こう（**状態**）」なっていてほしい、という観点から逆算して具体化する。

課題③の対応策

成長の個人差を加味し、課題点を分析しながらフォローを実施します。

課題切り分けMAP例



コール課題は「**コミュニケーション**」「**リテラシー**」の2領域に分け、
各領域ごとの成長進捗を把握する。

「どの領域」の「どこ」でつまづいているのかを把握することで、
やみくもなサポートに稼働を費やすことを防ぎ、育成の無駄を削減する。

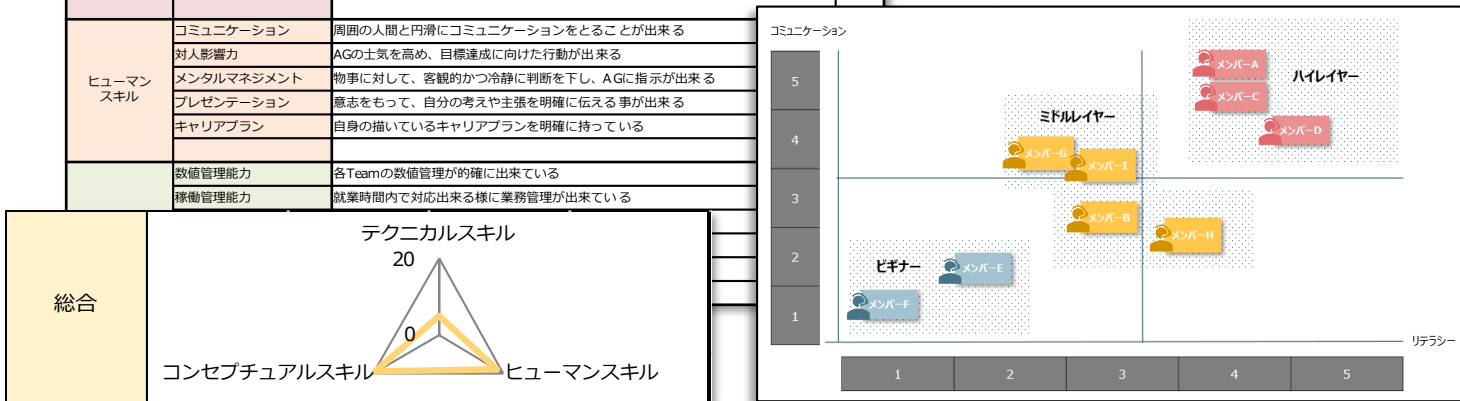
課題③の対応策

個々の現在地を把握し、改善サイクルを回していく

コンピテンシーシートによるスキル把握

大項目	中項目	内容	Level
テクニカルスキル	ITスキル	汎用的なITスキルを備え、AGに育成・研修が出来る	1
	ソリューション能力	ヒアリングを基に、提案イメージが出来、具現化することが出来る	1
	資料作成能力	クライアント・チーム内の報告資料作成が出来る	1
	顧客対応能力	クライアント・顧客に対して適切なコミュニケーションが取れている	1
	コンプライアンス	セキュリティに対しての脅威を理解し、対策・喚起を随時意識し取り組んでいる	1
合計			5

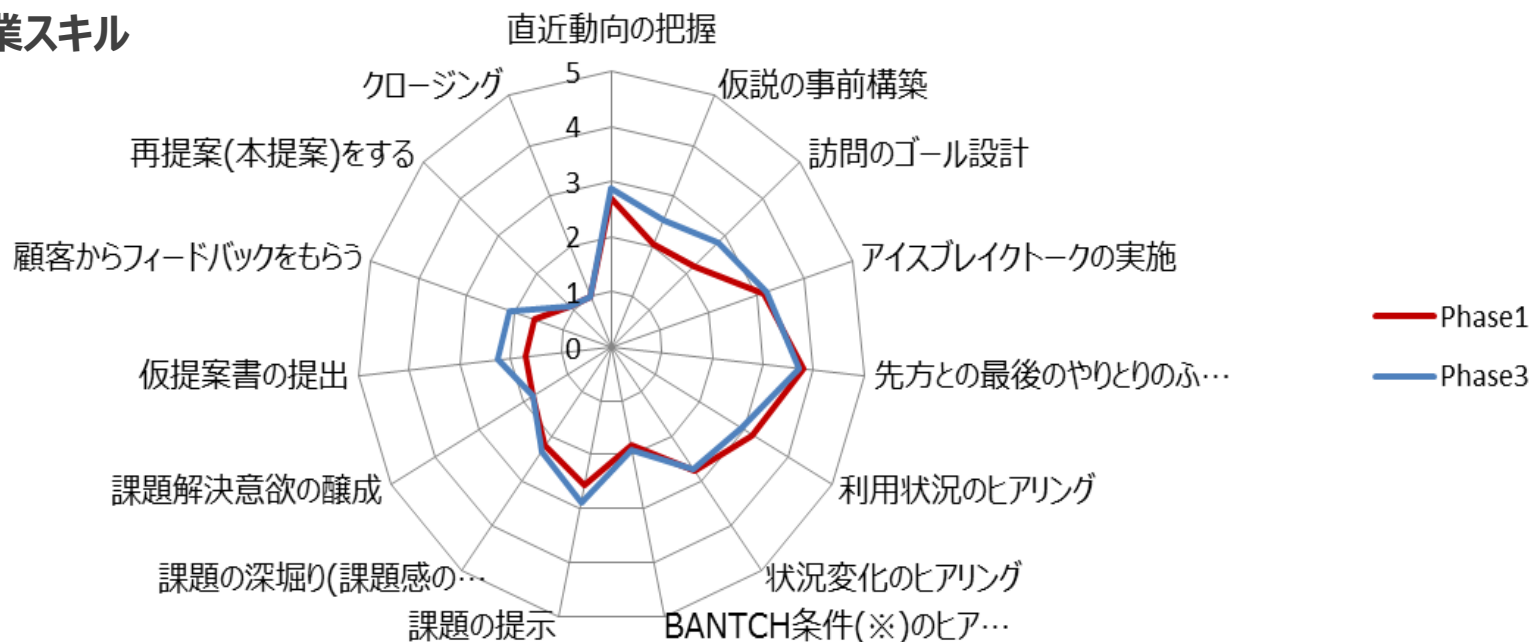
把握した個人スキルを用いた
組織内マッピング



「個人のスキル」「組織内でのポジショニング」を理解し、
課題点にフォーカスした改善アクション、チェック…
という育成PDCAサイクルを継続的に回していくことが重要です。

スキルアセスメントイメージ

※営業スキル



課題

◆ StageBに上げる要素

- ・仮説の事前構築、ゴール設計を行い、引き出した課題を提示し認知して頂く
- ・業務開始時のPPTからのアウトプットが無かったこともあり、課題解決型営業の動作が何を目的とするか、どのような考えで活動するか伝えきれていないためと考えられる

評価が高いポイント

- ・アイスブレイクの項目は個人差があるものの、経験に比例している苦手な営業様へは業界情報や同業他社のトピックス、事例などで会話する手法を説明
- ・最後のやりとり、直近同行の把握は会話の導入部分でもあるため評価が高い結果

2. 事例紹介

セールス×マーケティングオートメーション(MA)連携により、案件化率2.5倍に



■顧客課題

ターゲット顧客が曖昧かつ顧客層の優先順位付けが出来ていなかった。
アポ架電の効率が悪く、案件化率は20%と低い数字であった



■ご支援内容

MAを用いたリストのスコア管理を実施。
並行してインサイドセールスによるアプローチを行い、成功事例が創出されたタイミングで、その成功事例を用いたナーチャリング施策を実行し、更なる案件創出を行った。

■キーワード

・営業生産性向上・体系化・案件化数向上

15名体制で年間15億円規模の売上貢献を継続



■顧客課題

新規開拓ターゲットリード・中規模利用顧客や中堅企業層への定期コミュニケーションを行っていききたい。



■ご支援内容

全15名体制のインサイドセールスチームで約2,000社リレーション構築をご支援。IP・音声電話、ネットワーク、セキュリティ商材など通信に関する幅広い商材のアプローチを行い、優良案件を営業にトスアップ。

■キーワード

・リードナーチャリング・案件化数向上

顧客分析調査を実施し営業の生産性を向上。商談数が2倍に。

■顧客課題

利用企業増加に及びマーケット拡張による営業機能のリソース不足。
特定エリアの新規顧客開拓不足。



■ご支援内容

顧客分析/市場調査を基にターゲット選定インサイドセールスで実施し、フィールドセールスの生産性を向上。
休眠顧客をナーチャリングし特定エリア商談機会創出。

■キーワード

- ・ 営業生産性向上 ・ 提案数数向上



こんな時ご相談ください

こんなお悩みがある方は、是非ご連絡ください



パーソル プロセス&テクノロジー PERSOL

セールスマーケティングを科学し、
お客様のビジネスを成功に導く存在に

TEL : 03-6385-6866

MAIL : smkt_markegr@persol.co.jp

サービスサイト : <https://www.persol-pt.co.jp/salesmarketingservice/>

お問い合わせ : <https://www.persol-pt.co.jp/salesmarketingservice/contact/>



