

セールスコンサルティングサービスのご紹介

パーソルプロセス&テクノロジー株式会社
セールスマーケティング事業部



PERSOL

パーソル プロセス&テクノロジー

会社紹介

パーソルグループと弊社のご紹介

パーソルプロセス&テクノロジーは、総合人材サービスを手掛ける
パーソルグループの中で、「セールスマーケティング」領域のご支援を提供しております。

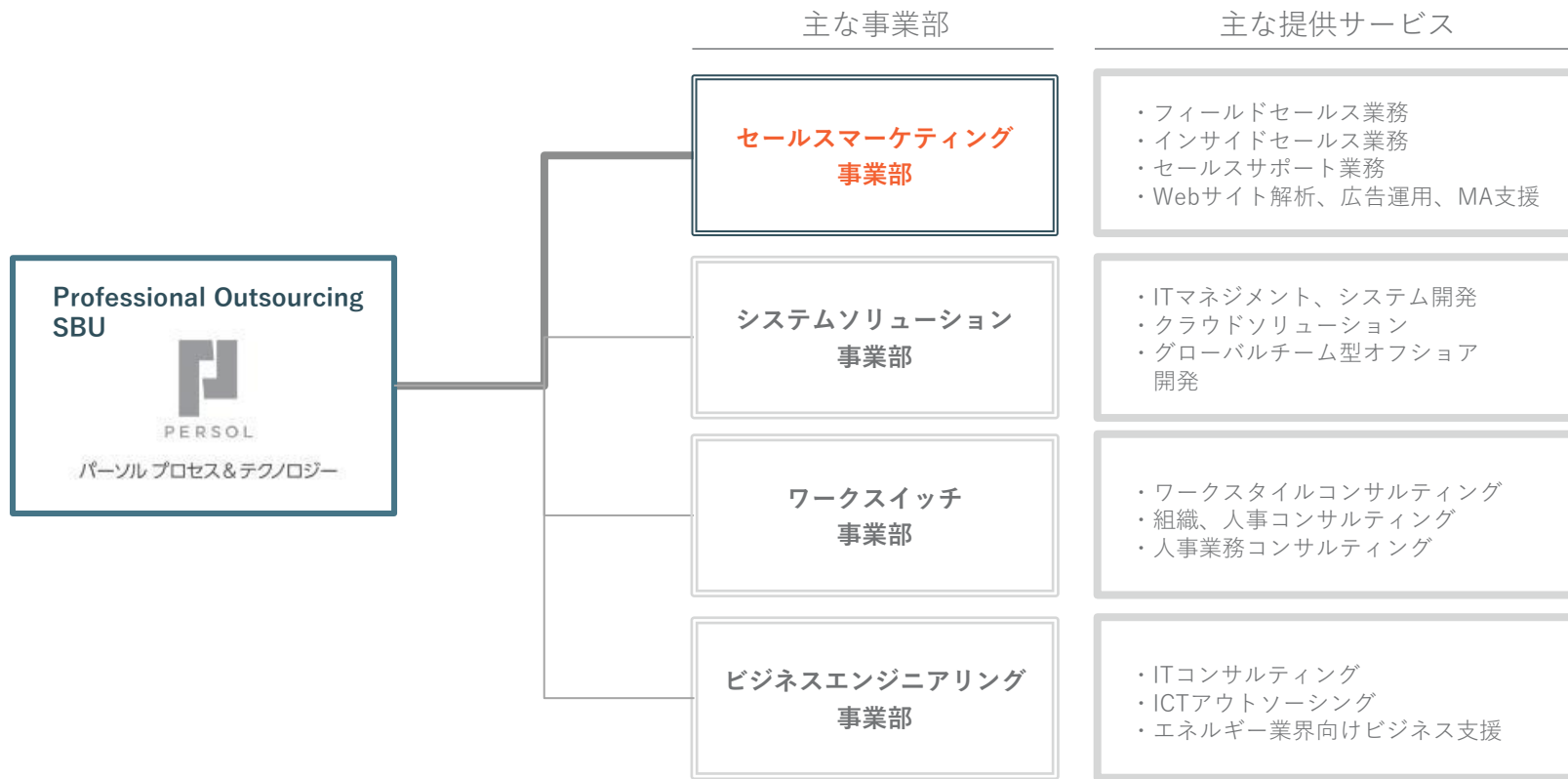


※SBUは、Strategic Business Unitの略称です。

社名	パーソルプロセス&テクノロジー株式会社
資本金	3億1,000万円
従業員数	4,688名 (2021年3月1日時点)
事業内容	セールスマーケティング事業 (セールス & デジタルマーケティング支援) ビジネスエンジニアリング事業 (システム保守・新エネルギーアウトソーシング) システムソリューション事業 (システム企画・開発・自社パッケージの販売) コンサルティング事業 (人事コンサルティング・業務プロセスコンサルティング)

弊社事業部のご紹介

セールスマーケティング事業は2000年10月にセールスアウトソーシング事業を開始。
デジタルマーケティング領域では、現在約100案件ほどのサービス提供を行っています。



セールスマーケティングサービスの強み

コンサルティング・実践型PDCA・データ基盤構築/活用の3つの力で
お客様のビジネスを成功へ導きます。

顧客体験の向上を軸にした
コンサルティング



セールスコンサルティング
マーケティングコンサルティング

お客様ビジネスの
成功

過去の豊富な現場経験を元にした
実践型PDCA

法人向け営業支援
デジタルマーケティング



パートナーとの強固な連携による
データ基盤構築/活用



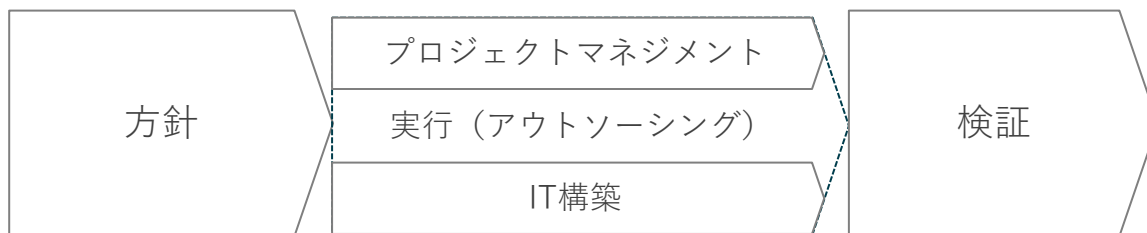
マーケティングオートメーション
データプラットフォーム

実践・検証型プロジェクト推進と特徴

コンサルティング・実行・データ基盤の3つ力を活用することで
仮説検証サイクルを小さく回し、早期に成功パターンを発見いたします。

一般的な推進

ウォーターフォール型



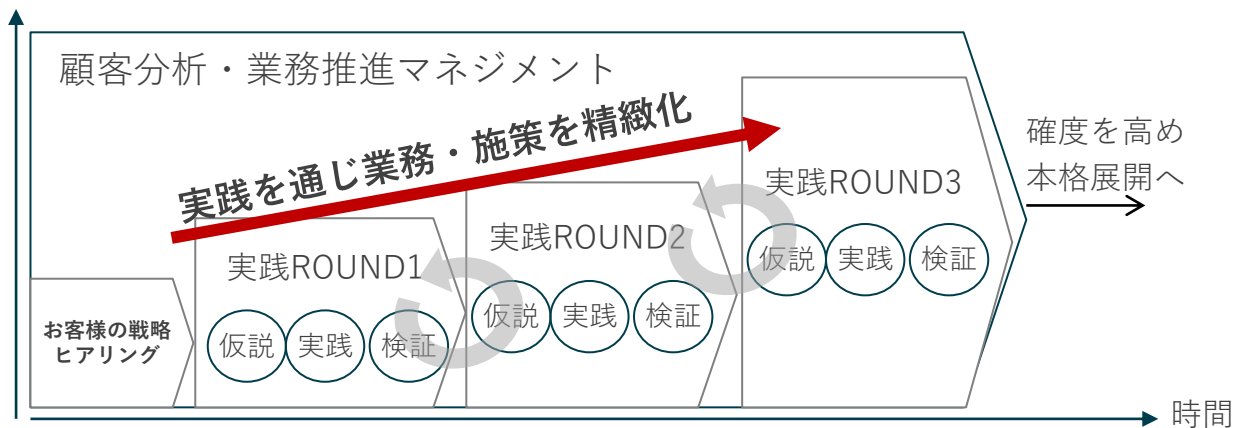
特徴

- 検証されていない方針を実装
- 成果がわかるのは本格リリース後
- 実行はアウトソーシング

弊社の推進

実践的PDCA型

成功確度



- お客様の戦略をヒアリングし、早期に要件整理と実践準備を実施
- 実践推進の中で、顧客の反応を把握し業務・施策の精度を向上

実践・検証型プロジェクト推進と特徴

営業プロセスにおける一連のサービスをご用意しているため、お客様の課題に合わせて最適なご支援が可能です。

営業活動の一連の流れ

マーケティング領域

セールス領域

認知拡大

リード獲得

リード育成
(MQL)

リード選定
(SQL)

アポイント

商談

受注

CS

テレマーケティング



テレマーケティング

マーケティング
オートメーション



Market/Karte

インサイドセールス



非対面 営業

フィールドセールス



訪問営業

カスタマーサクセス



カスタマーサクセス

デジタルマーケティング



Webサイト制作

Webコンテンツ提案

Webアナリティクス

Web広告出稿

戦略設計 / 活動マネジメント設計



マーケティング
コンサルティング



営業
コンサルティング

既存顧客リテンション



CRM提供

コンサルティング

×



実践型PDCA

×



データ基盤構築

セールスコンサルティングサービスのご紹介

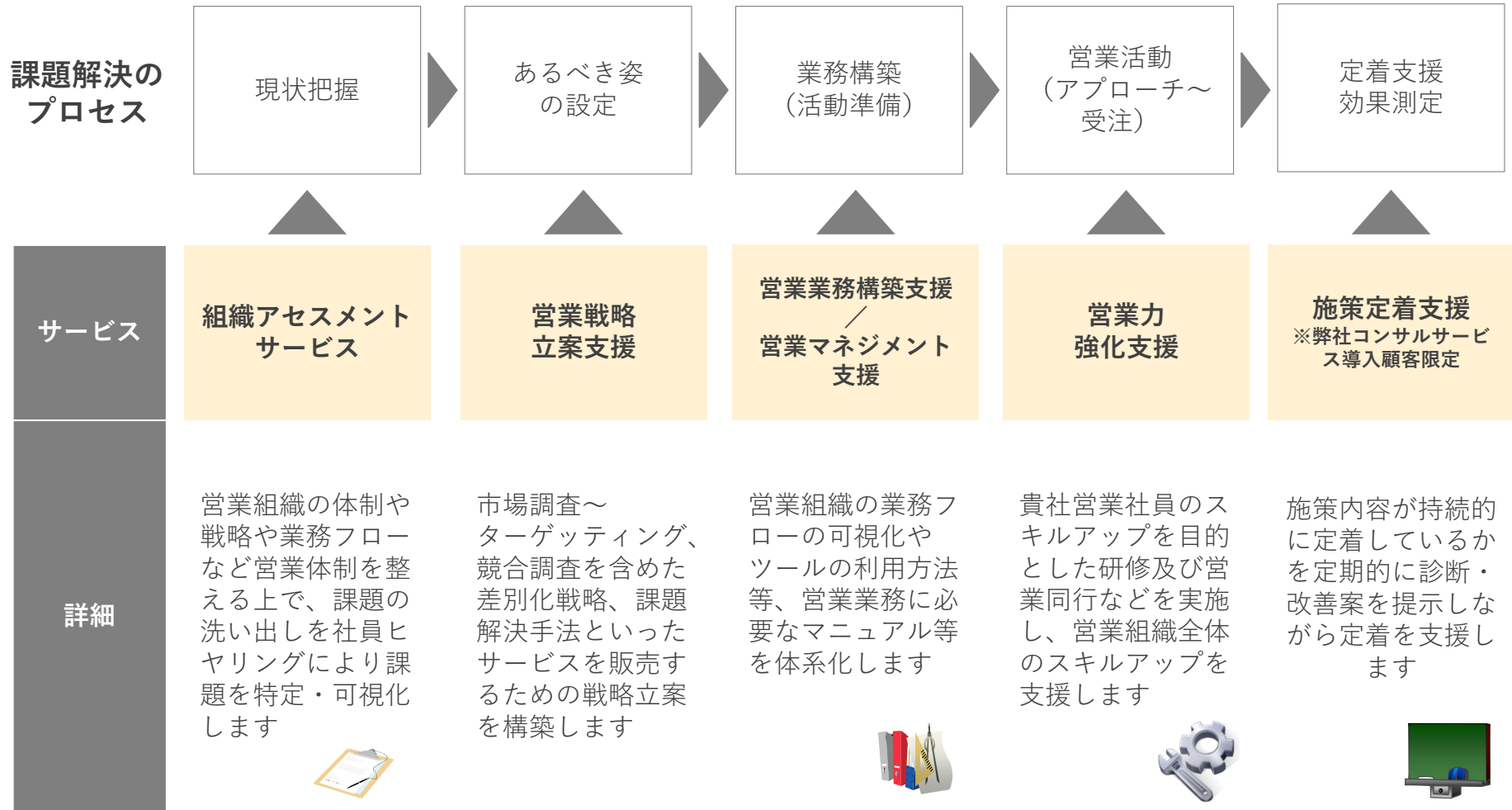
セールスコンサルティングサービスのご紹介

業務設計、営業戦略、SFAツール導入等、
セールスコンサルティングサービスとして課題解決を提供しております。



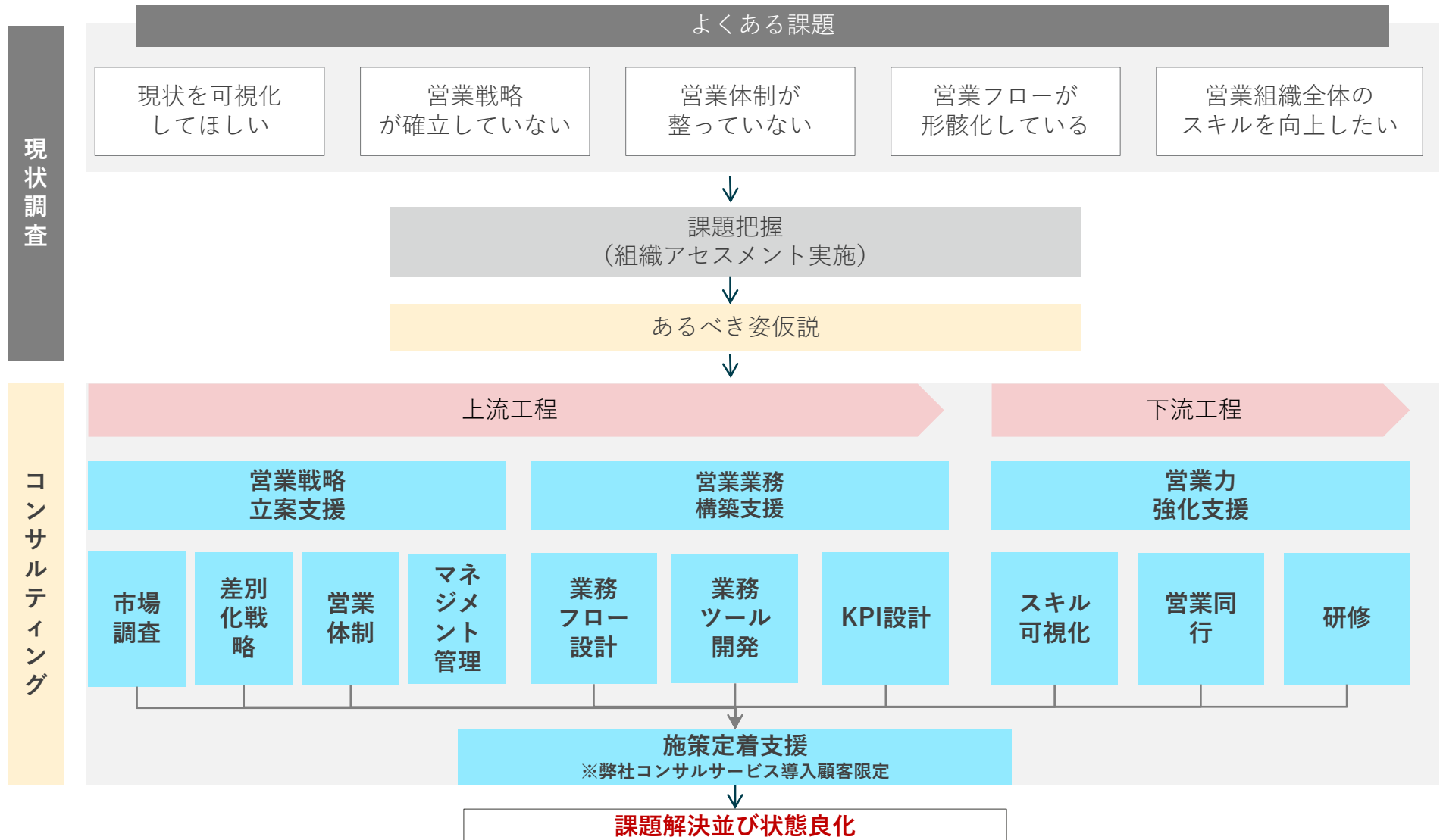
課題に対する施策

各プロセスに合わせてコンサルティングサービスをご用意しています。
お客様のご要望に合わせて適切なコンサルティングをご提案いたします。



セールス・コンサル全体像

コンサルティングの全体像としては下記流れでご支援を行います。



コンサルティングサービスのポイント

営業活動における課題把握と以下の解決策を提示することにより『成果の最大化』を目的としたワンストップコンサルティングサービスを提供します。

営業戦略

業務設計

営業
マネジメント

営業力
強化

定着支援

■サービスのポイント

①現場に即した
コンサルティングを実施

様々なPJTで営業として実績を積んだコンサルタントが担当

営業現場ですぐに活用可能なソリューション提案が可能

②独自のセールスマネジメントの
フレームワークを活用

当社独自のセールスマネジメントに則ったコンサルティング実施

15年間200以上の
セールスアウトソーシングの
ノウハウを活用

③アウトソーシング
サービスの活用

課題解決施策を実行できる
コンサルタントの常駐可能

常駐対応することにより
改善施策の立案から実行まで
当社にて実践

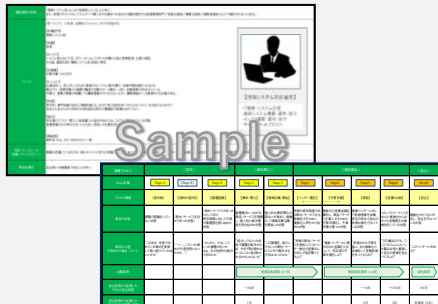
セールスコンサルティングサービスの流れ

以下のような流れでご支援を行います。

サービスの流れ	パーソルプロセス&テクノロジー	貴社
1. 初回ヒアリング 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ あるべき姿の検討 ✓ 課題設定（仮説） ✓ アセスメント実施（顧客ヒアリング） 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 契約の締結
2. 現状課題の調査 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アセスメントをもとに、現状調査を行います ✓ 現場社員へヒアリングを実施します ✓ レポートニング(アセスメント結果の報告) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アセスメント実施 ✓ 社員ヒアリング
3. コンサルティング項目設定 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 課題特定／施策考案 	<p style="text-align: center;">—</p>
4. コンサルティング開始 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 業務構築・適宜会議を行います 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 別途協議します
5. 業務構築／SFA構築 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 成果物を納品します（※成果内容は別途協議） ✓ SFAツール構築・導入を実施します 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SFA導入ご準備 ライセンス契約など
6. 定着支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 持続的に施策が実行されるまで支援します 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 成功報酬のお支払い

業務構築期間のアウトプットイメージ①

カスタマージャーニー設計



顧客の立場に立って、購買活動の流れを整理し、各プロセスの状況に沿った営業アプローチを策定する

顧客セグメント



不特定多数の顧客の中から営業活動を実施する顧客群を見出し、優先順位をつけて営業効率を最大化させる

セールスプロセス



顧客の購買活動を基に、営業活動の標準化することで、活動水準の測定やプロセス上の役割分担の明確化をする

アプローチスキーム



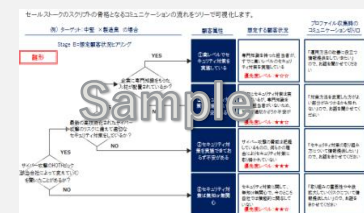
各プロセスにおける営業活動に共通認識を作成し、行動水準を平準化させたり、生産性を向上させる

関係者の役割



営業関係者間の役割を詳細化し、各担当の認識合わせを行ったり、業務上での認識ヌケモレを防ぐ

コミュニケーションプラン策定

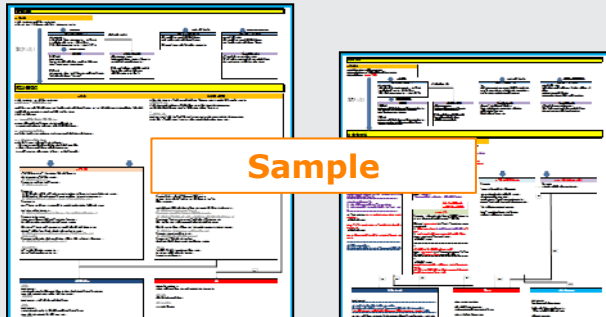


市場分析や、ターゲットの想定課題を基にコミュニケーションの流れ（概要）をまとめて、トークスクリプトの骨子を作成する

作成するアウトプットについては、別途お打合せを行ない、貴社状況に応じて最適な内容を定義させていただきます。

業務構築期間のアウトプットイメージ②

トークスクリプト



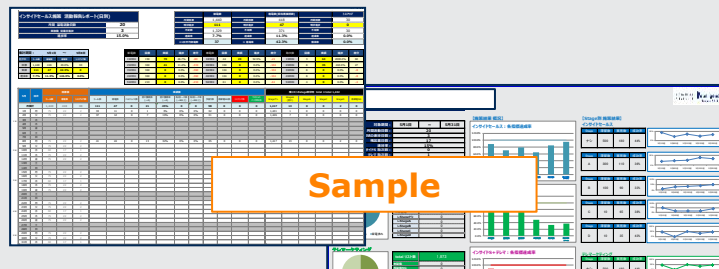
セールス活動における、顧客とのやりとりを平準化するためにトーク内容を整理する
(※主にテレセールス活動にて活用する)

会議体まとめ



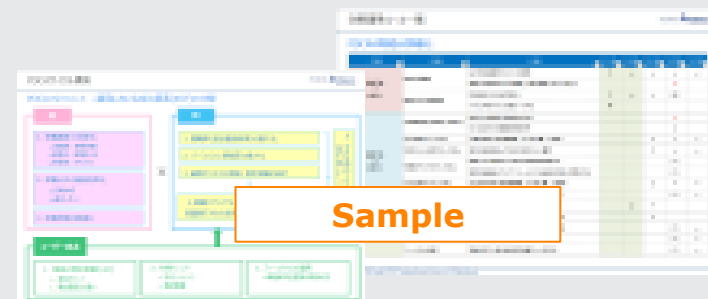
活動を円滑に執り行うための活動ルールを設計、関係各所への報告体となる会議の設計をする

週次レポート



活動状況の最適化を実施する為に現状把握用のレポートフォーマットを設計する







PDCA概念図



セールスにおけるKPIを最適化するためのPDCA活動において計画設計をする

【実績事例】 大手通信会社様 SaaS営業戦略及び業務構築

最適化し続ける営業戦略・業務プロセスを1.5ヶ月で構築

1. 導入背景		2. 課題	
<p>主力事業であるMVNOの拡販機会を創出する手段として、SaaSサービスの代理店業を開始することが社内で決定。しかし、肝心の営業戦略と業務フロー等、SaaSサービスのプロセス構築に関する知見がない状況でした。サービス提供開始まで残り2ヶ月・・・。</p> <p>早急に実用性が高い営業戦略と業務プロセスの構築が急務となっていました。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市場の動向を掴めていない ✓ ターゲットの選定・優先順位が定義されていない ✓ アカウントプランを立てる仕組みが整っていない 	
3. 課題	4. コンサルティング詳細	5. 効果	
市場の動向を掴めていない	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場動向調査 ■ 競合調査 ■ 競合差別化ポイント定義 	<p>市場ニーズ、競合との優位性を整理することにより、サービスの訴求ポイントを明確化。訴求力の高いセールスアプローチを実現。</p>  <p>効果大</p>	
ターゲット選定・優先順位付けがない	<ul style="list-style-type: none"> ■ ターゲット選定/優先順位付け ■ バイイング/営業プロセス定義 ■ アプローチスキーム定義 	<p>顧客の状態によってのアプローチ戦略が明確になり、全体で均一的な営業活動を実現。顧客の要望に応じたアプローチを実施することにより受注率向上に寄与。</p>  <p>効果大</p>	
アカウントプランを立てる仕組みが整っていない	<ul style="list-style-type: none"> ■ 組織運営ルールの確立 ■ エスカレーションフローの確立 ■ CRM活用スキーム定義 	<p>営業活動の一環にVOCを収集する体制を構築。アプローチスキームの効果を測定することで戦略が最適化し続ける体制を実現。</p>  <p>効果あり</p>	

6. お客様の声



- ・ サービス開始後の問題も発生せず、健全な運営ができています。
- ・ 営業戦略のフレームワークが素晴らしい。
- ・ 今後のマーケティングにも活かしたいので継続して支援して欲しい。

7. お客様ご紹介：大手通信会社 法人事業部様

光接続インターネットサービスやMVNO事業者としてWi-Fiサービスなどを手掛ける。主力の通信事業拡販機会を創出するため、HR系サービス事業も展開している。

実績一覧

過去ご支援させて頂きました企業様の一覧(抜粋)となります。

業界/企業規模	要件/目的	支援効果(定量/定性)
調査・研究/従業員200名	新規事業立上げであった「オンライン型e-learningシステム」拡販に対する販売構築。初年度売り上げ目標1億円。	3カ月の支援期間で日本市場における販売スキームを確立し、営業人員による営業活動を開始。都度効果検証を繰り返し、販売開始後10カ月で目標の1億円に到達し、年度売上見込みとしては1.2億円となっている。
保険業/従業員42,000名	移動型保険トラックを作成し、実店舗への顧客を送客する実証実験。ビジネス/商業エリアをターゲットし、新規顧客を実店舗へ四半期で100名の送客が目標。	初めの2か月間で送客に係るフレームワークを組み上げ、ビジネス/商業エリアで実証実験を開始。四半期での送客件数は138名となり、その後の契約件数は現在確認中。
IT業/従業員18,000名	クライアントの営業人員&エンドユーザーがWEBから申込書を投入する時のQ&A窓口となるコールセンター立上げ支援業務。またエンドユーザーから営業人員に入る質疑に対する工数削減も1つの目的。	今後弊社札幌コールセンターにて対応プロジェクトを立ち上げ、2021年1月より運用開始を行う。現在、実業務の現状確認を進めており、営業人員の工数削減では月次5時間ほど削減される見込み。
IT業/従業員100名	日本初進出クラウドサービス販売支援業務。非対面（インサイドセールス）を活用した顧客アプローチを構築するとともに、半期での販売目標額3,000万円。	非対面営業プロセスを構築し、クライアント営業人員への研修・実装含めて業務対応を実施。半期での売上は4,500万円超となり、業務完了をしているがクライアント内で対応方法が根付いて売上創出が出来ている。
人材業/従業員5,000名	属人対応となっていた営業人員の営業プロセス再構築支援業務。現対応方法をパターン分けし、営業対応の平準化を目指す。またSFAを導入し管理者から営業対応の「見える化」を実現したい。	営業対応方法が8パターンほどに集約され、各パターンごとの営業プロセスを可視化。出てきた営業プロセス毎のSFAインターフェイスを構築し、現在テストランを実施中。
IT業/従業員6,500名	新規/既存販売代理店の活性化支援業務。売上創出を主眼に販売代理店の育成マニュアル、研修、販売マニュアル等の支援を実施。	新規代理店のサポートは勿論のこと、既存代理店の選別を含め、3カ月で左記内容の対応を完了。その後の売上推移では対応前後で焼く145%の売上伸長を確認している。
金融業/従業員50名	「オンライン本人確認サービス」新規販売に係る販売スキーム構築支援業務。2か月での販売スキーム構築を要望されていた。	弊部においてマーケット調査から始まる現状分析を行い、インサイドセールス/フィールドセールス部隊の営業スキームを構築した。構築内容を弊社のフィールドセールスグループと連携し、新規販売促進業務を対応し、初年度の売上目標達成。現在でも継続的に業務対応を行っている。
金融業/従業員30,000名	非接触型決済プログラムのB2C向け利用者拡販業務。利用者拡販に向けての企画/設計を請け負い、社内リソースを活用し営業ラウンダー業務をサポート。設定KPIは2019年12月～2020年3月末までのアプリダウンロード数20,000件	各銀行支店での顧客獲得を行い、新規アプリダウンロード数はKPIに対し137%達成となった。その後の口座接続数や他サービスへの離脱率に関しては現在カスタマーサクセス部において継続対応を実施している。

