

ウィズコロナ時代の新しい営業様式

～業績を伸ばし続ける組織の作り方～



会社紹介



NEWS & TOPICS

2017年12月18日に

東京証券取引所マザーズに上場

社名 株式会社ジーニー

URL <http://geniee.co.jp>

設立 2010年4月14日

住所 〒160-6006 東京都新宿区西新宿6-8-1
住友不動産新宿オークタワー6階

資本金 1,545百万円(2020年3月末日時点)
従業員数 264名(連結、2020年3月末現在)

主要株主 ソフトバンク
トランスコスモス



子会社 Geniee International Pte.,Ltd. (シンガポール)
Geniee Vietnam Co., Ltd (ベトナム)
PT.Geniee Technology Indonesia (インドネシア)
Geniee Adtechnology (Thailand) Co., Ltd.(タイ)
PT.Adstars Media Pariwara (インドネシア)

テクノロジー企業
成長率ランキング

Deloitte.
Technology Fast50

第4位

第14回「デロイト トウシュ トーマツ リミ
テッド 日本テクノロジー Fast50」にて、
459%の収益(売上高)成長を記録し、第
4位を受賞(4年連続4回)



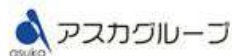
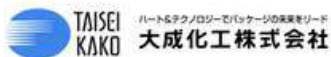
事業紹介

集客から販促、受注までを一気通貫して実行・管理できる **国内唯一の**
セールス&マーケティングプラットフォームを提供



各プロダクト導入実績累計1万社以上

大企業、老舗企業からベンチャーまで、あらゆる規模の企業へ提供



余談ですが、
某ドラマのロケ地としても
活用していただきました



株式会社ジーニー
マーケティングテクノロジー事業本部
マーケティング部 マネージャー

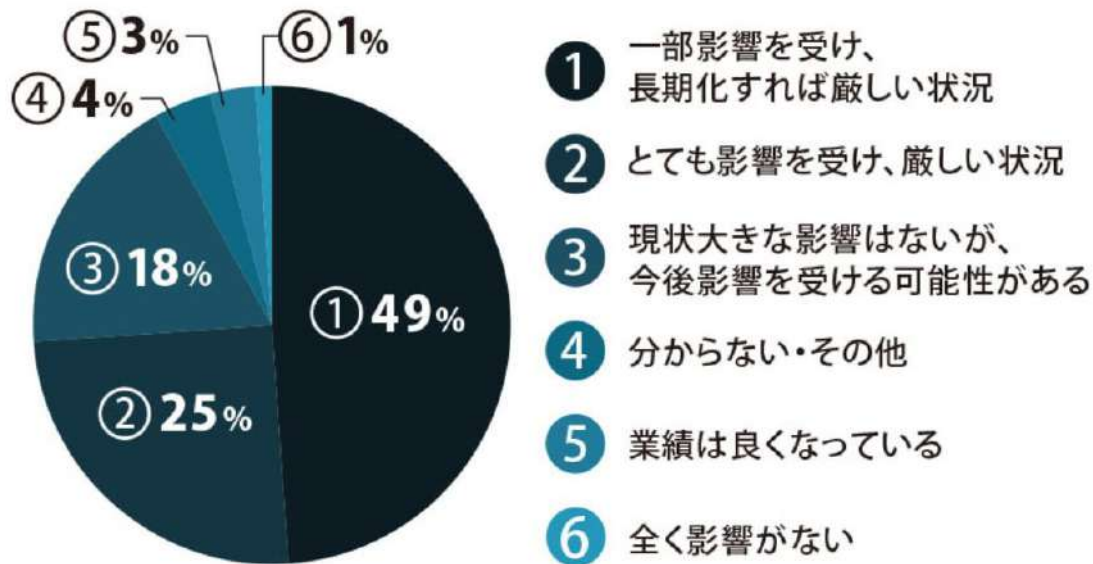


中釜 由起子(なかがま・ゆきこ)

鹿児島県出身。大手新聞社で営業、マーケティング、Webメディア立ち上げをはじめとした事業開発を経験後、ジーニーに入社。ストーリーマーケティングを得意とし、お客様の課題解決に即したマーケティング戦略や価値提案を行っている。インサイドセールス機能も一部担当。
特技は、はちみつの蜜源植物を当てること。

日本の企業が困っていること＝業績が上がらない

コロナ禍で中小企業の74%が業績悪化を懸念



出典元: 株式会社リアルゲイト [入居企業へのアンケート](#)

業績を伸ばし続けるためにまずやるべきは

営業活動の属人化 をやめる

業績を伸ばし続けるためにまずやるべきは

営業活動の属人化 をやめる

→ 組織として案件管理ができておらず、
正しい営業戦略が立てられない

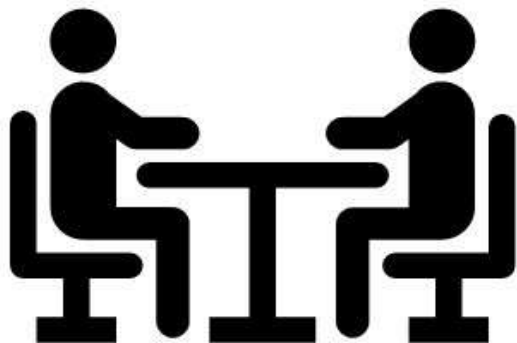
本日も話すること

- コロナ禍でも業績を上げる2つのポイント
- 「商談創出」「受注率の向上」は『営業管理』で実現！
- 営業管理を成功させる2ステップ
- 営業管理を実現させる方法(=新しい営業様式の実現方法)

コロナの今、業績を上げるための
たった2つのポイント

コロナ禍でも業績を向上させる2つのポイント

商談創出



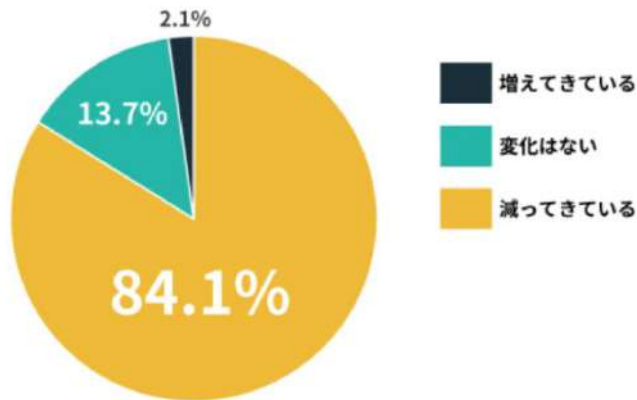
受注率の向上



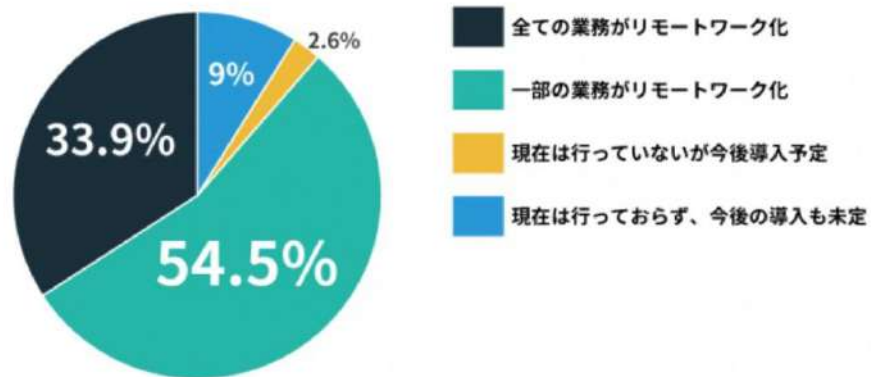
コロナの影響でビジネスはどう変化したか？

商談数が減っている企業が8割

Q コロナウイルス対策開始後、商談機会の数は以前と比べてどう変化しましたか？



Q あなたの所属する組織では、現在営業活動にどの程度リモートワークを導入していますか？



出典元：株式会社マツリカ [営業活動のリモートワーク調査](#)

- コロナ禍でも業績を上げる2つのポイント
- 「商談創出」「受注率の向上」は『営業管理』で実現！
- 営業管理を成功させる2ステップ
- 営業管理を実現させる方法

では、どうやって商談数を増やすか

●コロナ禍でも業績を上げる2つのポイント

●「商談創出」「受注率の向上」は『営業管理』で実現！

●営業管理を成功させる2ステップ

●営業管理を実現させる方法

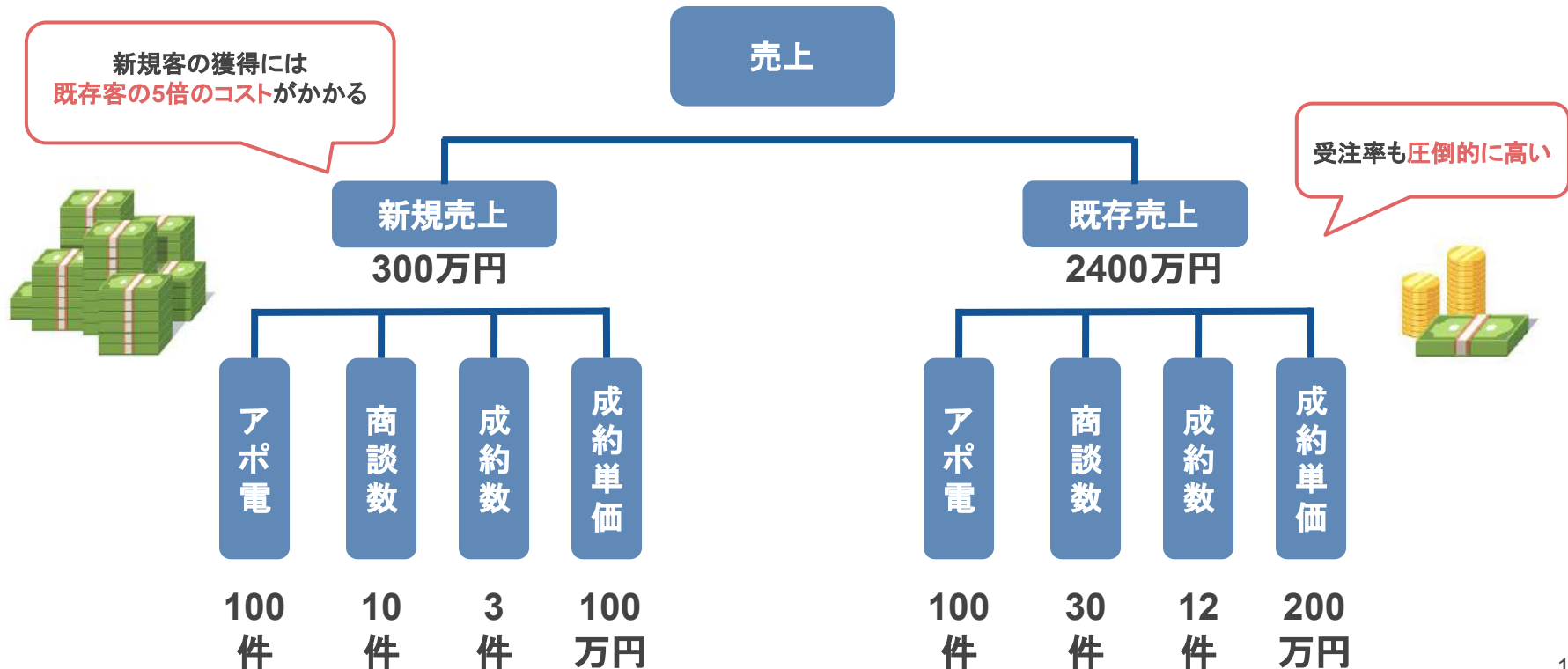
コロナ禍では

既存顧客・休眠顧客

から、「商談創出」「受注率の向上」を実現する

- コロナ禍でも業績を上げる2つのポイント
- 「商談創出」「受注率の向上」は『営業管理』で実現！
- 営業管理を成功させる2ステップ
- 営業管理を実現させる方法

既存・休眠顧客からの売上創出に注力



**「商談創出」「受注率の向上」を
実現するために必要なこと**

みなさんに質問です！

アプローチできる既存顧客・休眠顧客は何社ありますか？

受注率を向上するために必要なアクションは何ですか？

みなさんに質問です！

アプローチできる既存顧客・休眠顧客は何社いますか？

回答できない企業様が多い

受注率を向上するために必要なアクションは何ですか？

→営業活動の可視化ができていないから

- コロナ禍でも業績を上げる2つのポイント
- 「商談創出」「受注率の向上」は『営業管理』で実現！
- 営業管理を成功させる2ステップ
- 営業管理を実現させる方法

「商談創出」「受注率の向上」を実現するために必要なこと

営業活動の可視化

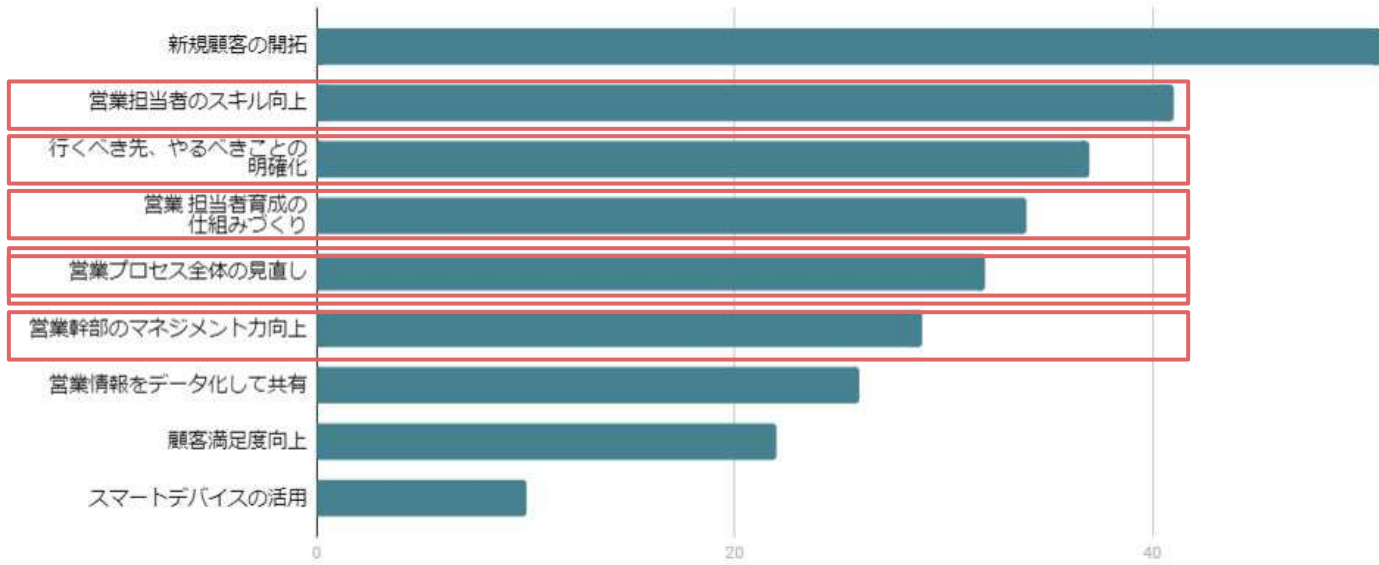
営業 プロセス	ターゲット リストの抽出	アポイント 獲得	商談 課題・予算確認	提案 (課題解決)	クロージング 受注
数値	1,000件	30件	20件	15件	10件
ヒアリング	—	課題やニーズ の確認	予算・課題詳細の ヒアリング	決裁フロー 懸念点（ネック） の確認	見積・提案書の 提出

プロセス毎の数値・ヒアリング項目を設定し、受注に必要な事実を積み重ねる

→ボトルネックの発見や、とるべきアクション(打ち手)がわかる

- コロナ禍でも業績を上げる2つのポイント
- 「商談創出」「受注率の向上」は『営業管理』で実現！
- 営業管理を成功させる2ステップ
- 営業管理を実現させる方法

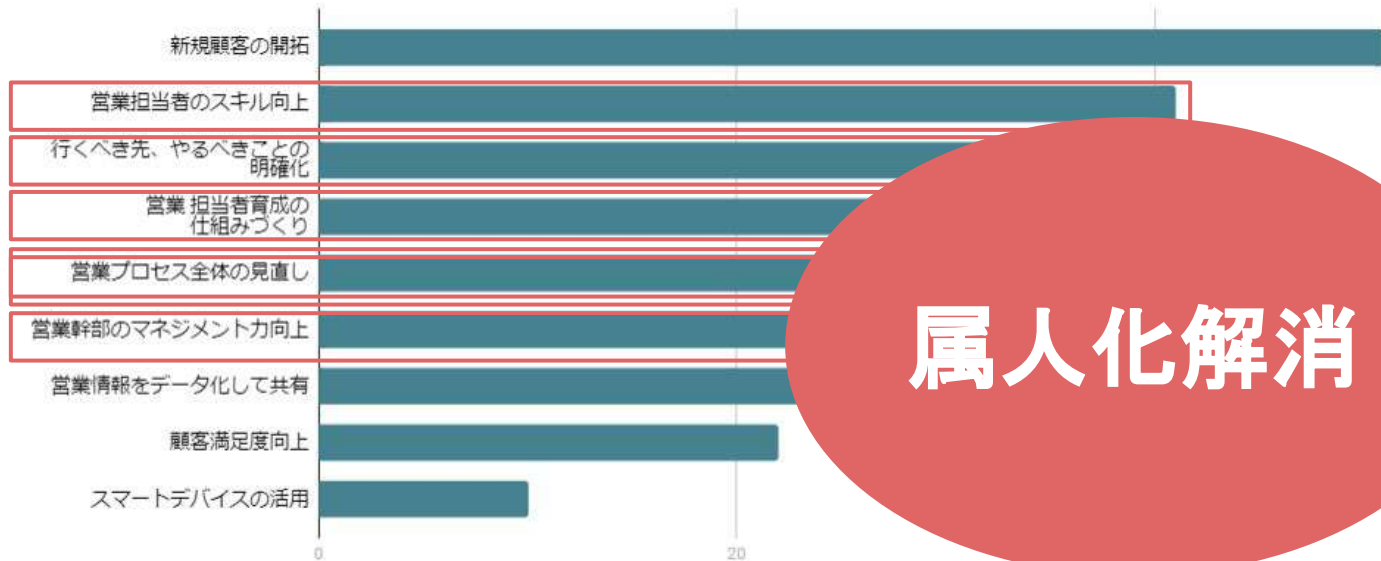
現状、営業担当者が抱えている問題



- コロナ禍でも業績を上げる2つのポイント
- 「商談創出」「受注率の向上」は『営業管理』で実現！
- 営業管理を成功させる2ステップ
- 営業管理を実現させる方法

営業活動の可視化で売上アップの土台を作る

ビジネスパーソンが抱える営業課題



属人化解消

営業管理を成功させる2つのステップ

営業管理を成功するための2ステップ

ステップ1

営業プロセスの言語化

- ・営業フローを整理
- ・フェーズの定義を明確



ステップ2

営業活動の共有

- ・共有しやすい仕組みづくり
- ・データに基づいたマネジメント



営業管理を成功するための2ステップ

ステップ1

営業プロセスの言語化

- ・営業フローを整理
- ・フェーズの定義を明確



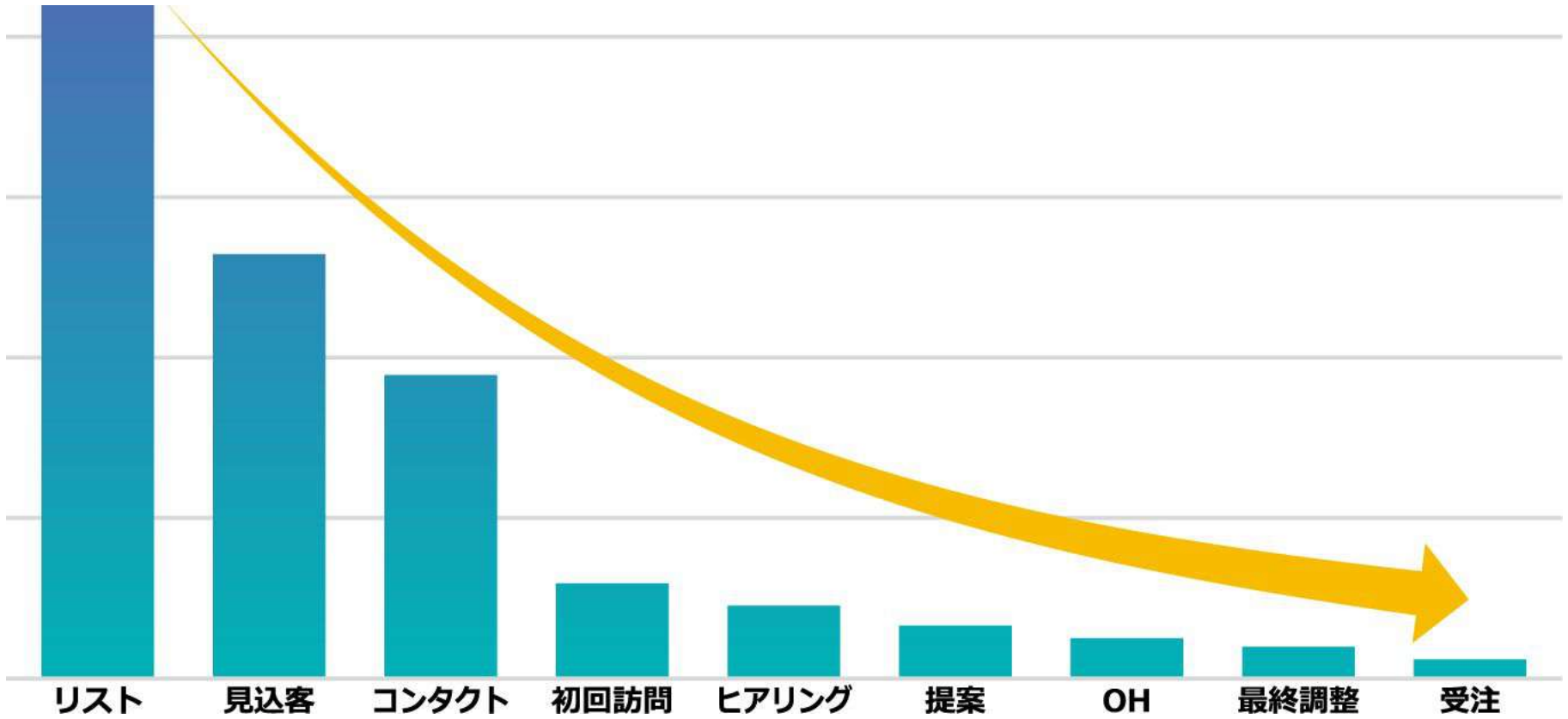
ステップ2

営業活動の共有

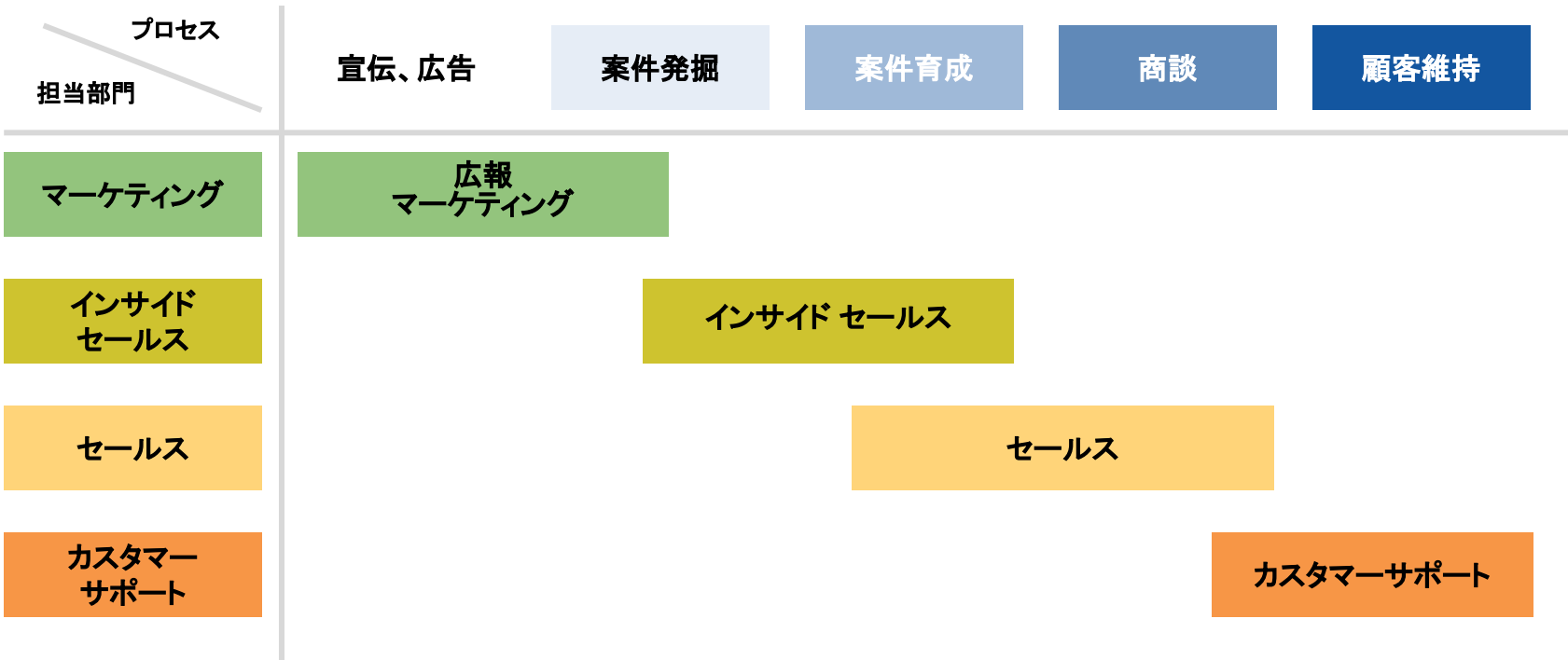
- ・共有しやすい仕組みづくり
- ・データに基づいたマネジメント



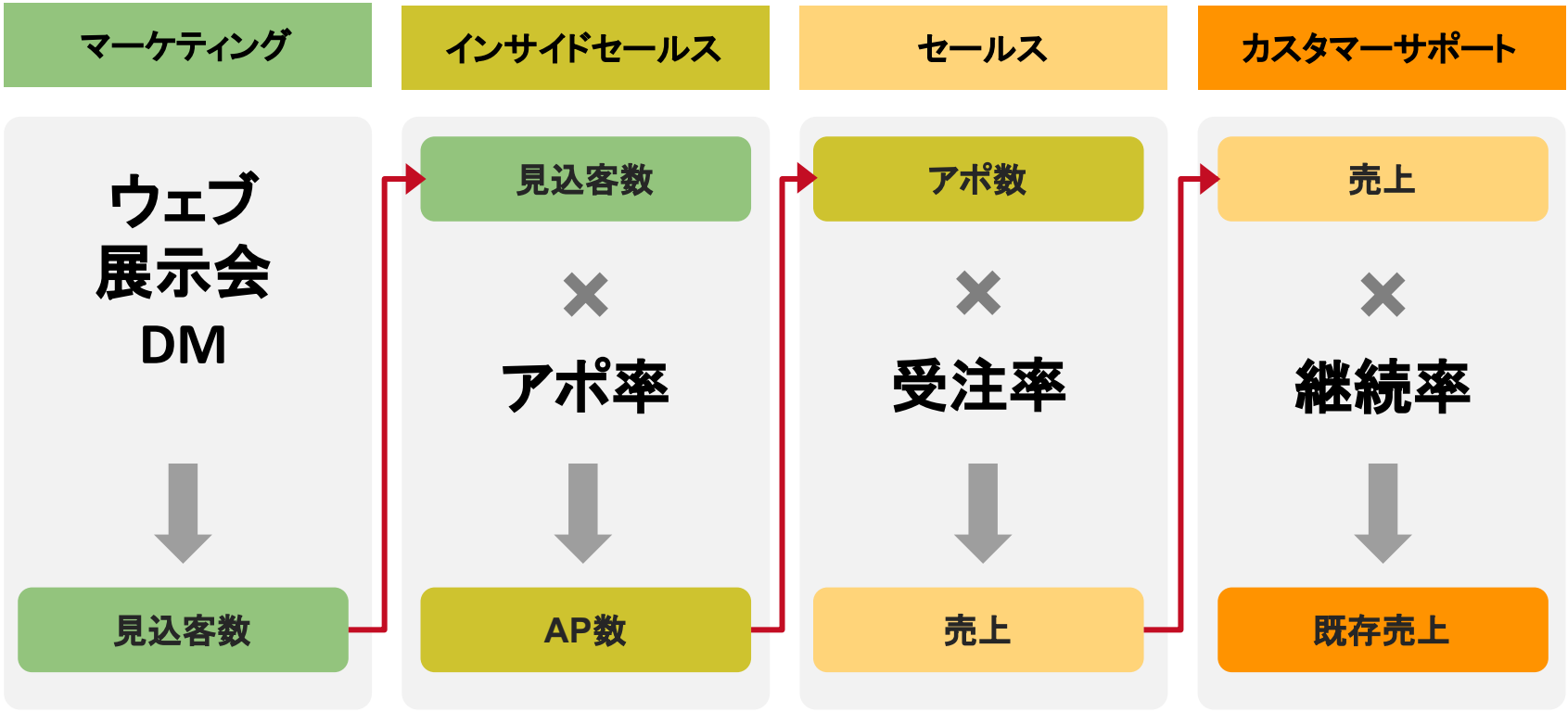
一般的な営業のフロー



一般的な営業のフロー



売上の方程式



よくあるフェーズ定義

S	・契約書を回収
A	・先方の稟議決裁が完了している
B	・価格と契約スケジュールの合意を得ている
C80	・提案内容についてキーマンの合意を得ている
C40	・競合他社の見積/提案を入手し、優位な状況
C20	・提案
D	・ヒアリングし、課題を特定
E	・アポイント獲得

定義があいまいなので、属人化しやすい

フェーズの定義を明確にする



S	・契約管理申請承認、redmine申請済
A	・必要な各種書類を受領済
B	・C80に対してスケジュール合意の返信メールが来ている
C80	・受領予定日を明確にして申込書をメールにて送付している
C60	・意思決定者へ価値提案 ・意思決裁者の選定理由を明確にする ・初期設定内容の認識合わせ ・契約、オンボーディング、プレ運用、運用開始までのスケジュール提示 ・法務チェック、セキュリティチェックが完了している ・割引の場合、ボード会にて承認済
C40	・カスタマイズデモ実施(ちきゅう) ・見積もり提示 ・二次提案書提示済 ・標準機能で提案不可の場合、R&Dに共有し提案合意済
C20	・訪問済 ・標準デモ実施済 ・現状管理シートを受領する(ちきゅう) ・課題、問題が明確で、解決することに合意している
D	・(訪問前)アポ確定
Z	・提案不可

フェーズを上げるためのトリガーを明確し、一度フェーズが前進した商談は後退しない定義にする

ステップ1

営業プロセスの言語化

- ・営業フローを整理
- ・フェーズの定義を明確



ステップ2

営業活動の共有

- ・共有しやすい仕組みづくり
- ・データに基づいたマネジメント



よくある営業管理≡エクセル管理

情報が散乱し、膨大な管理コストがかかる



展示会来場名刺



ターゲットリスト



アポ獲得済



顧客リスト



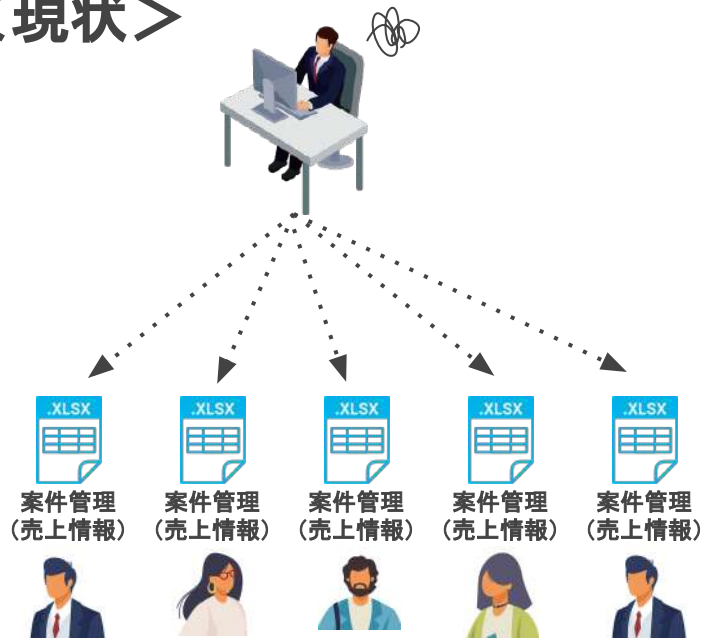
商談管理



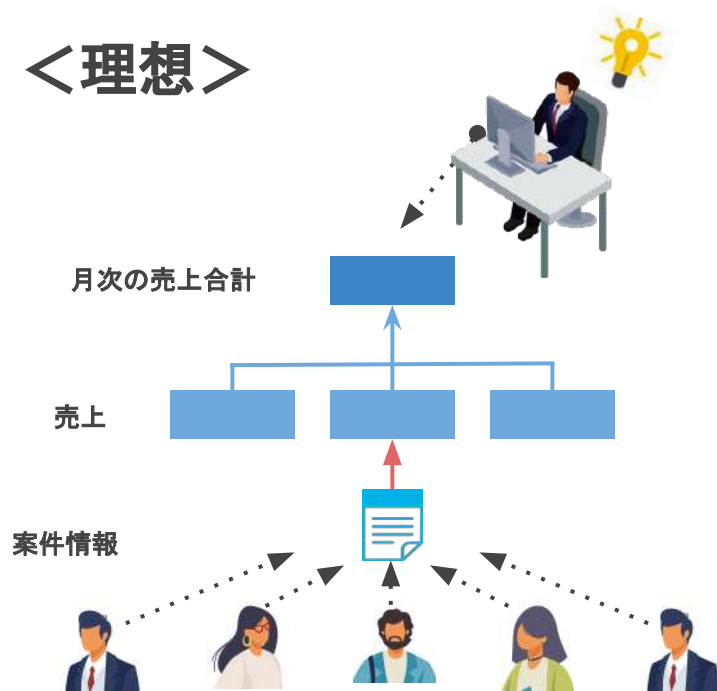
予実管理

営業活動の可視化＝案件管理で実現

<現状>

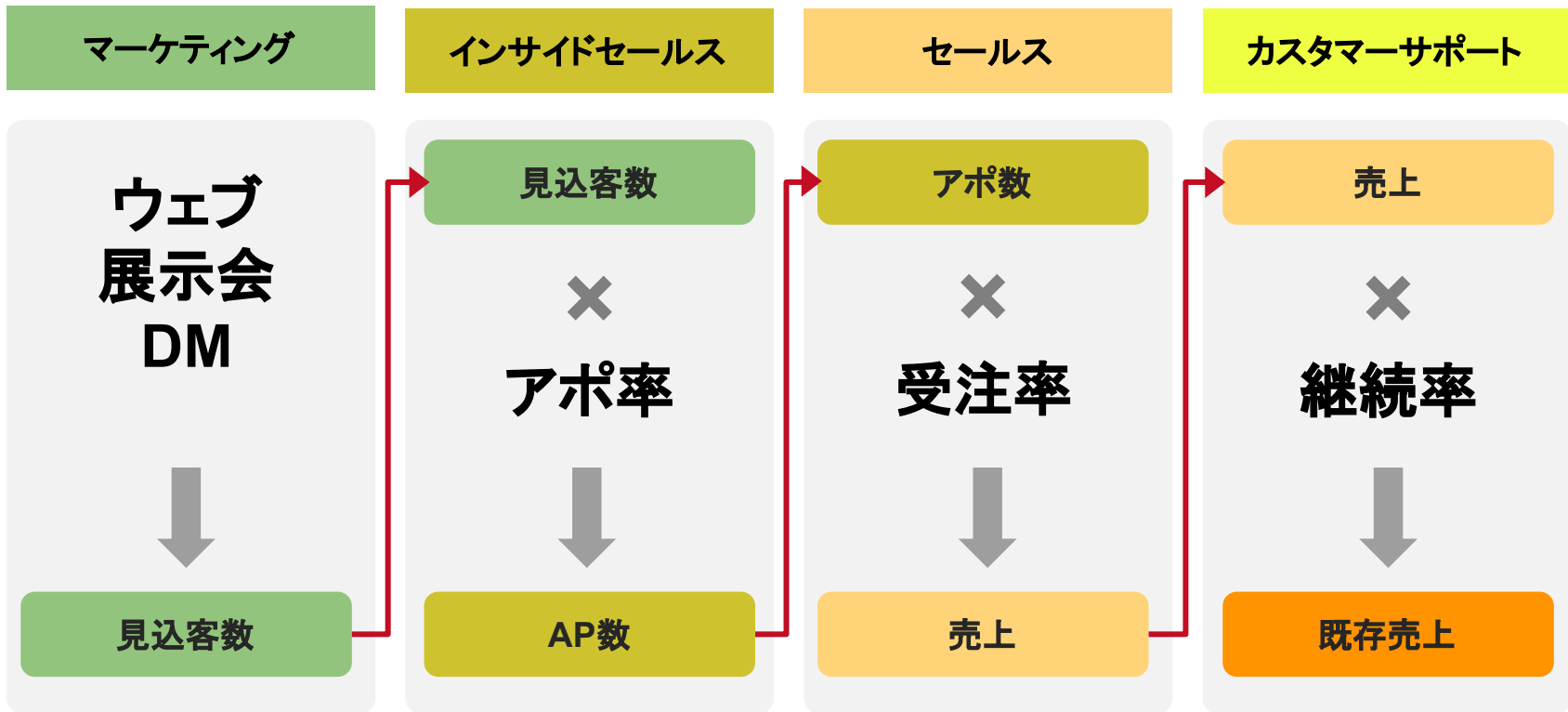


<理想>



→業績向上だけではなく**生産性の向上**にもつながる

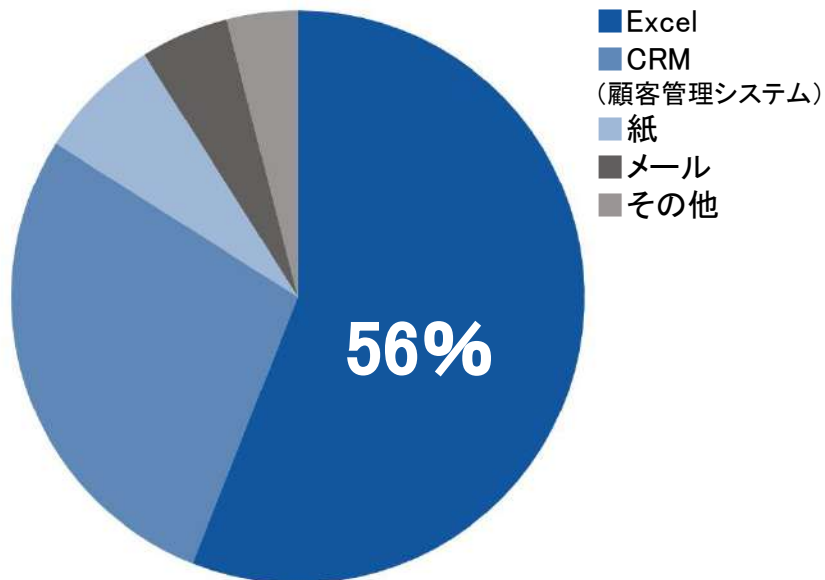
ボトルネックが早期に発見できる



営業管理を実現させる方法 ～新しい営業様式を実現する方法～

エクセルは情報一元化には不向き、分析に時間がかかる

どのような方法で顧客管理をしていますか？



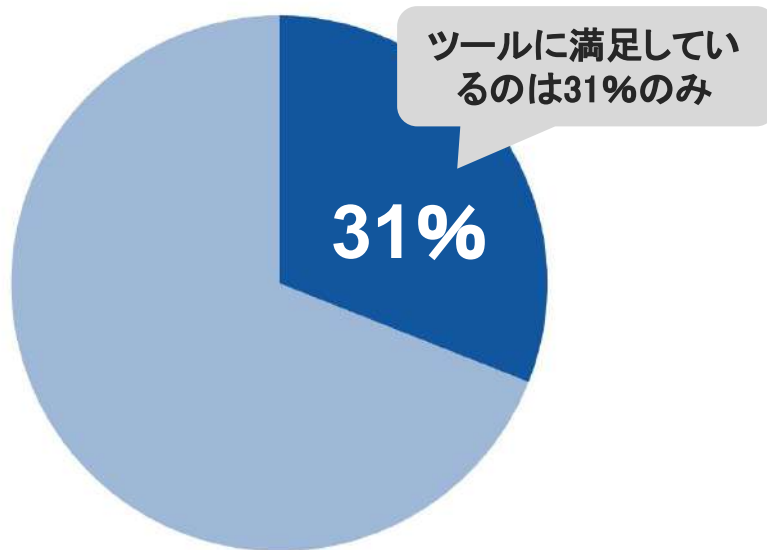
エクセル管理の課題

- ☒ 数式が壊れる
- ☒ リアルタイムで共有できない
- ☒ PCからしかアクセスできない
- ☒ 情報がファイルごとに散乱する
- ☒ 更新されない

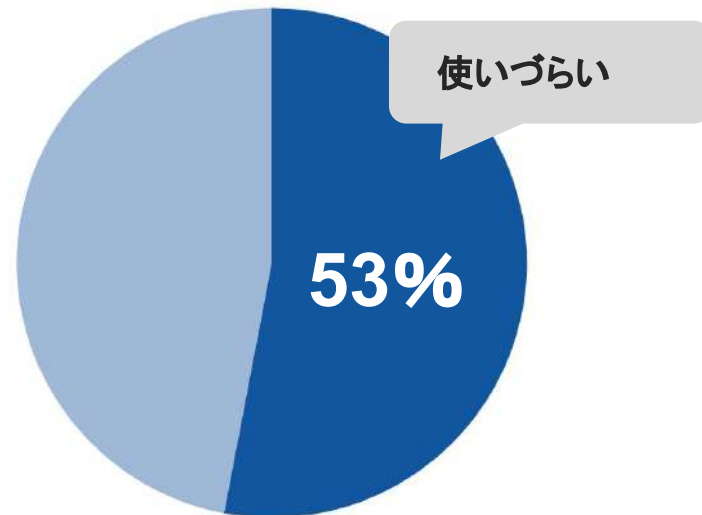
参考: <https://orenocloud.tokyo/cloudinfo/useful/CRMforSalesActivity.html>

不満の理由の大半が「使いづらい」

ツール導入後の満足度調査



ツール利用を継続利用したくない理由



参考: https://special.nikkeibp.co.jp/atcl/NBO/17/ms1110_01/

専用ツール(SFA/CRM)導入企業の約70%が不満

SFAツール導入のポイント＝定着しやすさ

入力しやすい

入力の負担を少なくすることで
現場に定着するポイント

カスタマイズ性

戦略の変更に合わせて
すぐに項目変更ができる

直感的に分析できる

戦略立案に必要な項目が
直感的に分析できる

SFA/CRM「ちきゅう」の特長

入力しやすい画面
PC・スマホ対応

営業マンの負担にならない入力し
やすい画面

スマホ対応しているので、情報入
力のために帰社する必要はなし。
リモートワークにも最適



簡単だから
誰でも使える

操作に難しい知識はいらない

管理項目もドラック&ドロップで簡単
に設定・操作。どんなITリテラシーの
方でも使いこなせる



商談を直感的に
管理／分析

商談ステータスの変更はドラッグ＆
ドロップだけ

進捗ごとの商談を図で一覧化。ど
のフェーズの案件に注力すべきか
が一目でわかる

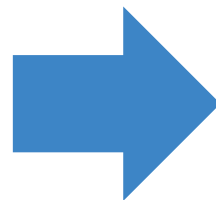


営業管理ツール「ちきゅう」導入事例 機械製造 K社様

【営業管理方法】
エクセル

【課題】

- ・リアルタイムに把握できない
- ・進捗管理の精度が低い
- ・平均年齢が高くITアレルギー



【営業管理方法】
ちきゅう

【成果】

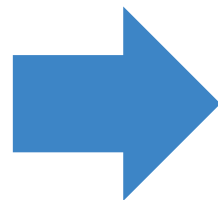
- ・楽に、すぐに現状把握できる
- ・的確なマネジメントが可能に
- ・70代でも使いこなす

業務の無駄を25%削減し、経営改善を実現

営業管理ツール「ちきゅう」導入事例
Webマーケティング・制作会社 N社様

【営業管理方法】

エクセル・メモ用紙



【営業管理方法】

ちきゅう

【課題】

- ・情報収集が困難
- ・証憑作成時に抜け漏れが発生
- ・リアルタイムに案件が把握できず
マネジメントができない

【成果】

- ・情報の一元化
- ・帳票漏れのリスクが0に
- ・リアルタイムに放置商談の
マネジメントを実行

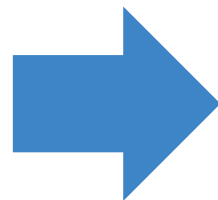
帳票の照合作業が2営業日→0日に、売上が2倍に

営業管理ツール「ちきゅう」導入事例 人材派遣 C社さま

【営業管理方法】
エクセル

【課題】

- ・社内VPN接続が必要で非効率
- ・情報共有にタイムラグが発生
- ・感覚的なマネジメント



【営業管理方法】
ちきゅう

【成果】

- ・どこでも入力が可能に
- ・チャットツールと連携し
リアルタイムな情報共有
- ・全案件の予実を正確に把握

業務工数を約40%削減、商談数2.5倍を実現

本日のまとめ

コロナ禍でも業績を上げるには、

- 既存・休眠顧客からの「商談創出」「受注率の向上」を行う
- 『営業管理』を成功させるには、
「営業プロセスの言語化」「営業活動の共有」がポイント
- エクセルではなく営業管理ツールを活用することがベスト
＝新しい営業様式の実現方法

ご清聴ありがとうございました 株式会社ジーニー

本セミナー資料をご希望の方は、
アンケート内「**資料希望**」に☒を入れてください

SFAについて詳しく知りたい方向けセミナー

初級編 9/24 (木) ウェビナー 15:00~16:00

今こそ営業改革！

営業管理を制するものは
売り上げを制する

こんな人におすすめ

- 営業プロセスが言語化されていない
- 情報が個人に依存しており、案件状況が組織内で共有されていない
- 営業の組織体制が整っていない、効率化できていない
- 獲得した見込顧客が商談につながらない

中級編 9/29 (火) ウェビナー 15:00~16:00

SFA導入検討中の方必見！

失敗から学ぶSFA導入の
ポイントと選び方のコツ

こんな人におすすめ

- SFAの導入を検討しているが、何を重視して選べばいいのかわからない
- SFA導入を絶対に成功させたい
- 展示会で各社の資料をもらったが、結局どのツールを選べばいいのかわからない

上級編 10/9 (金) オフライン/オンライン
同時開催 16:00~17:50

CEREBRIX × ジーニー共催セミナー

シン・セールス理論を実現する
SFA活用セミナー

こんな人におすすめ

- 今までの営業では通用しないと感じており、営業現場を変えたいと思っている
- 新しい時代に求められる最新のセールス手法を知りたい
- シン・セールス理論をどうやって実現すればいいのかわからない

こちらからお申込みください



お問い合わせ

マーケティングテクノロジー事業本部

電話: 03-5909-8174

メール: mkt@geniee.co.jp

無料相談会お申込

