

新規開拓通信

株式会社アイランド・ブレイン
2014年3月10日発行
VOL.26

こんにちは。株式会社アイランド・ブレインです。

2014年がスタートして少し経ちました。皆さまの業況はいかがでしょうか？今年は消費税増税やTPPなど大きな動きがありますが、変化に対応できるよう取り組んでいきたいですね。今回の新規開拓通信は、新規の営業活動を内製することとアウトソーシング(外注)することのメリットとデメリットについて触れていくたいと思います。

新規の営業活動の各段階について

新規の営業活動の目的は文字通り新しいお客様の獲得となります。その活動を大きく分けると3つの段階があります。それは、アプローチ・商談・契約の3つです(図1)。アプローチとは、商談の場に着いていただけた企業を探す活動で、電話をしたりダイレクトメールを活用したり、広告を使ったりお客様や知り合いに紹介依頼をしたりという活動です。そして話を聞いてみたいという企業と商談をして契約に結びつけていきます。

どのような会社でも形は違っても間違いないこの3つの段階が存在します。すべて自社内製で営業活動をすることも1つの有力な選択肢です。しかし、ノウハウ不足や人材不足、時間が足りないなどの状況があると、新規の営業活動の全部もしくは一部をアウトソーシング(外注)することが選択肢としてあがることになります。



図1

新規の営業活動のアウトソーシングの種類

一口に「新規の営業活動をアウトソーシングする」と言っても、その形は大きく分けて3つに分類されます。1つ目は、アプローチから契約まですべてアウトソーシングする形。2つ目は、アプローチと商談をアウトソーシングし、契約は自社で行う形。3つ目は、アプローチのみをアウトソーシングする形です(図2)。組み合わせ的には他にも考えられるのですが(例えば商談のみのアウトソーシング等)、前述の3つ以外は現実的なアウトソーシングの形ではありません。

①の形は一般的によく知られている形であり、「代理店」と呼ばれる体系はこの形に当てはまります。アウトソーシングされた企業は自社のノウハウや経費を活用し、依頼元の商品・サービスのアプローチから契約までを行います。

次に一般的な形は③です。アプローチの段階をその専門家にアウトソーシングをしますが、最も頻繁に実

施をされている形は、自社のWebサイトを専門業者に制作を依頼することです。Webサイトや検索エンジンを活用し見込み客からの問い合わせを獲得し商談に結び付けます。Web制作が本業である方を別にして、一部のインターネットが得意な方が自社でWebサイト制作を内製している方もいますが、専門業者にアウトソーシングをすることが一般的でしょう。

②も形でアウトソーシングを受ける会社もあるようですが、実際には商談からは依頼元との共同の仕事となるようですので、実際には③に近い形ではないかと考えられます。

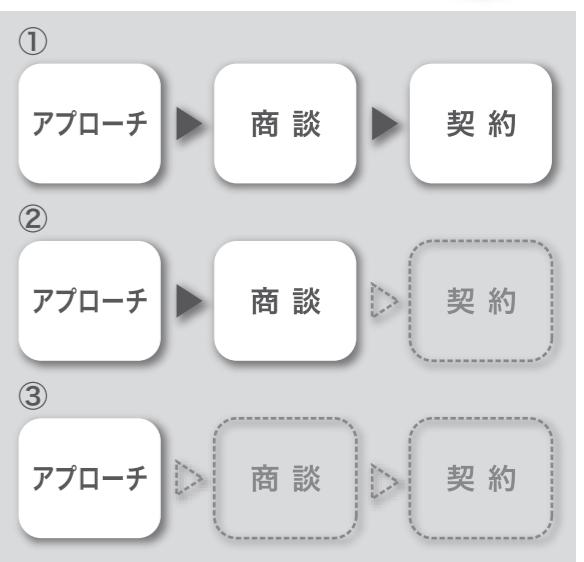


図2

どの形が最適なアウトソーシングなのか

前述の①～③の形式は、どの形式が合っているや間違っているというものではありません。依頼元の企業の状況により、すべて内製するのか、アウトソーシングをするのであればどの形式でアウトソーシングをするのかを、その時々により選択する必要があります。

仮に、①の代理店という形式を取るのであれば、その商品・サービスが市場に対して魅力的であり、かつその形が確立されている必要があります。依頼をされる企業が自社のリソースを投資してでも活動したいと思ってもらう必要があり、そのためにはある程度の報酬も必要になります。

③の形式は、Webサイト・商談獲得のための電話・ダイレクトメール制作などアウトソーシングをする候補も様々なものがあります。③の形式を選択する場合の最も大切なことは、あくまでも主導権は依頼元が持つ必要があり、アウトソーシング先には主導権はないということです。一部をアウトソーシングしても大部分は依頼元が実施するため、あくまでもアウトソーシング先は自社の構想を実現するためのツールであるという認識が必要です。そして、各分野に特化して仕事をしているアウトソーシング先はそれぞれの分野のノウハウやスキルを保有していますので、そのノウハウやスキルを上手に活用しながら、自らが新規の営業活動全体をデザインすると、成果に繋がる可能性が高くなります。

営業代行のご相談は下記までご連絡下さい。

株式会社アイランド・ブレイン

Mail: info@islandbrain.co.jp URL: http://www.islandbrain.co.jp
Tel: 052-950-2320 Fax: 052-950-2321
〒460-0003 名古屋市中区錦3-4-6 桜通大津第一生命ビル3F

