



EXECUTIVE

株式会社 エグゼクティブ

EXECUTIVE

1 テレワーク下でも、
営業部門をチームとして機能させる方法

2 オンライン商談を成功させる方法



株式会社エグゼクティブ
EXECUTIVE inc.

会社概要



会社名 | 株式会社エグゼクティブ

設立 | 2002年1月28日

所在地 | 東京都中央区日本橋堀留町 1-6-5
丸彦ビル 4F

資本金 | 10,000,000 円

代表者 | 内山 隆

事業内容 | 営業アウトソーシング
カスタマーサクセス代行
インサイドセールス導入支援

営業請負実績 | 累計 1,000 社超
(B2B 商材 / 技術力のある優良企業)

営業部門は在宅勤務でも機能するの？
機能させるためにはどうすれば良いか？

当社のテレワーク導入時期

2020年3月～2020年6月

出勤＋テレワークのMIX勤務



2020年7月～現在

完全テレワーク導入



完全在宅勤務で、チームでの新規営業はできるのか？
生産性は維持できるのか、という部分に着目しています。

問題点

このコロナの状況を差し引けば、生産性は出勤でも完全在宅勤務でも“変わらない”という事が実感です。

ただし、営業担当には下記2つのタイプがいます。

(1) 課題を自己解決できるタイプ

(2) 課題を自己解決できないタイプ

→ (2) の場合、管理側からの目が届きにくく、本人からヘルプの声も上がらないために、成果が上がらないまま沈んでいきます。

解決方法 1

Slack（ビジネスチャット）を使い、オフィスにいた頃と同じように、リーダーが声をかけ、目標を再確認し、時には時間を決めて、同じ時間に業務を進めます。

リーダーからメンバーへの宣言

これから、下記方針で進めさせていただきます。
 ☆毎日の架電時間を決める。例えば13:00-14:30は〇〇タイム！など。
 参加できない人もいると思いますが、基本毎日その時間はメンバーは架電タイムとします。
 毎朝、お声がけするので、出来る方はスタンプ押してね！
 たまーに、一斉架電とかもしましょう😊

メンバーが多いので管理しやすくしたいのもあるのですが、主な目的は、チームで盛り上げて目標達成するためです🎉
 「〇〇さん、頑張ってるから私も頑張ろう！」
 「アポおめでとう🎉とかスタンプ押して喜び共有）」
 「うっ！悔しい・・・私も頑張ろう💪」
 などなど、自分の数値、全体の数値を見える化して常に意識する事もできますよね👍

⋮

早速！！本日13:00~14:30に実行します。基本全員参加ですが、架電できる方は👉をお願いします。
 商談・会議、shipの面談の都合上、参加できない場合は理由としてお知らせください。
 途中参加が可能な場合も同じくお知らせください。
 では、よろしくお願いいたします！

リーダーからの声かけ

10:04
 みなさん📢〇〇タイムのお時間です！
 🍎全体進捗（13/27）

未獲得：😞
 奮闘中：😓
 コンブにリーチ：😄
 コンブ：👑

😞 〇〇 〇〇 1/3
 👑 〇〇 〇〇 4/4 🍎
 👑 〇〇 〇〇 3/3
 😞 〇〇 〇〇 5/8
 😞 〇〇 〇〇 0/6
 😞 〇〇 〇〇 0/3

今週に入り、諸事情でエアコンのないところでもって仕事をしています。
 首に巻くアイスノンがめっちゃくちゃ気持ちいいですが、1時間ほどで全部溶けてしまうのが残念です・・・
 何かいい暑さ対策があれば是非教えてください👉
 それでは本日もよろしくお願いいたします💪

プロジェクトリーダーが毎日、同じ時間に声をかける。

目標と進捗を共有し、チームが一丸となってますむ。

一目で目標と進捗が分かるように工夫。

楽しく仕事できるよう、雑談も交える。

解決方法
2

zoomのようなオンライン会議ツールで常時接続、ただし、常時見られているのは窮屈に感じてしまいますので、頭だけを映します。在席していることは分かるため、声がかかりやすくなります。

zoom



Slack チャットや zoom の映像 / 音声でつながることで、まるでオフィスと一緒に仕事をしているかのようにコミュニケーションを取ることができます。

オンライン商談のみで一度も会わずに受注できるのか？
対面営業との効果の違いは？

合計 500 回以上の オンライン商談実績からの結論



売るものによって違いはあると思いますが、結論としましては、オンライン商談のみで一度も会わずに受注することはできます。対面と比較して、受注率は変わりません。ただし、対面と同じ受注率を実現するための留意事項があります。

問題点

オンライン商談でも商談は可能ですが、オンライン商談では、対面営業と比較して十分にできないことがあります。

- ・ 営業担当者の雰囲気や熱意を十分に伝えること
- ・ 十分に時間をとって、ヒアリングやサービス説明をすること



解決方法

オンライン商談の前に、対面営業と比べて足りなくなった部分を補完します。事前に会社・サービス概要を理解してもらい、当日の商談は、ヒアリングと信頼関係構築に集中すべきです。

1. 紙芝居型資料の送付

EXECUTIVE

読むだけで、エグゼクティブの「営業アウトソーシング」が

75%

分かる資料!

でも、これらを自社で全て揃えるのは大変です。営業系の人材の採用・教育、ジャンルの異なるWeb系の人材、営業管理システムまで。育ったところで、退職となったりも、とても残念ですよね。

そこで当社では、

各分野の専門家。この28年間で、二人一人採用し、教育し、育ててきました。48名全員が正社員です。営業経験はシステムも、自社に採り入れ、実山の経験をもとに自社で制作しています。

2. 熱意が伝わるサービス説明ビデオ

EXECUTIVE

株式会社エグゼクティブについて

会社名: 株式会社エグゼクティブ
<https://www.executive.jp/>

設立年月日: 2002年1月28日

代表取締役: 内山 隆

従業員数: 48名

事業内容: 営業アウトソーシング
 インサイドセールス導入支援

EXECUTIVE

フルアウトソーシングについて
 法人向け新規開拓営業

EXECUTIVE

特徴

システムが得意
 商談が得意

3. 当日説明しやすい1枚型説明資料

EXECUTIVE

当社エグゼクティブが提供できる営業活動の範囲

1 営業範囲を広げる

2 営業範囲を絞り込む

3 営業活動(オンライン)

4 ニーズが発生するまでフォローする

5 ニーズが発生するまでフォローする

6 ニーズが発生するまでフォローする

Web広告での施策

サービス案内資料改善

動画制作

オンライン商談時に使用します。

オンライン商談前にメールにて送付しておきます。

1. 紙芝居型資料の送付

新規営業にはたくさんの人材が必要です。



ターゲット企業を決めたり
セールストークを作る

**営業戦略を
立案する人**

営業を管理したり
営業担当を教育する

**営業部長の
役割の人**

電話や
商談を行う

**営業
実行部隊**

HP を制作 / 改善したり
Web を広告する

Webチーム

訪問済みの企業を
フォローする

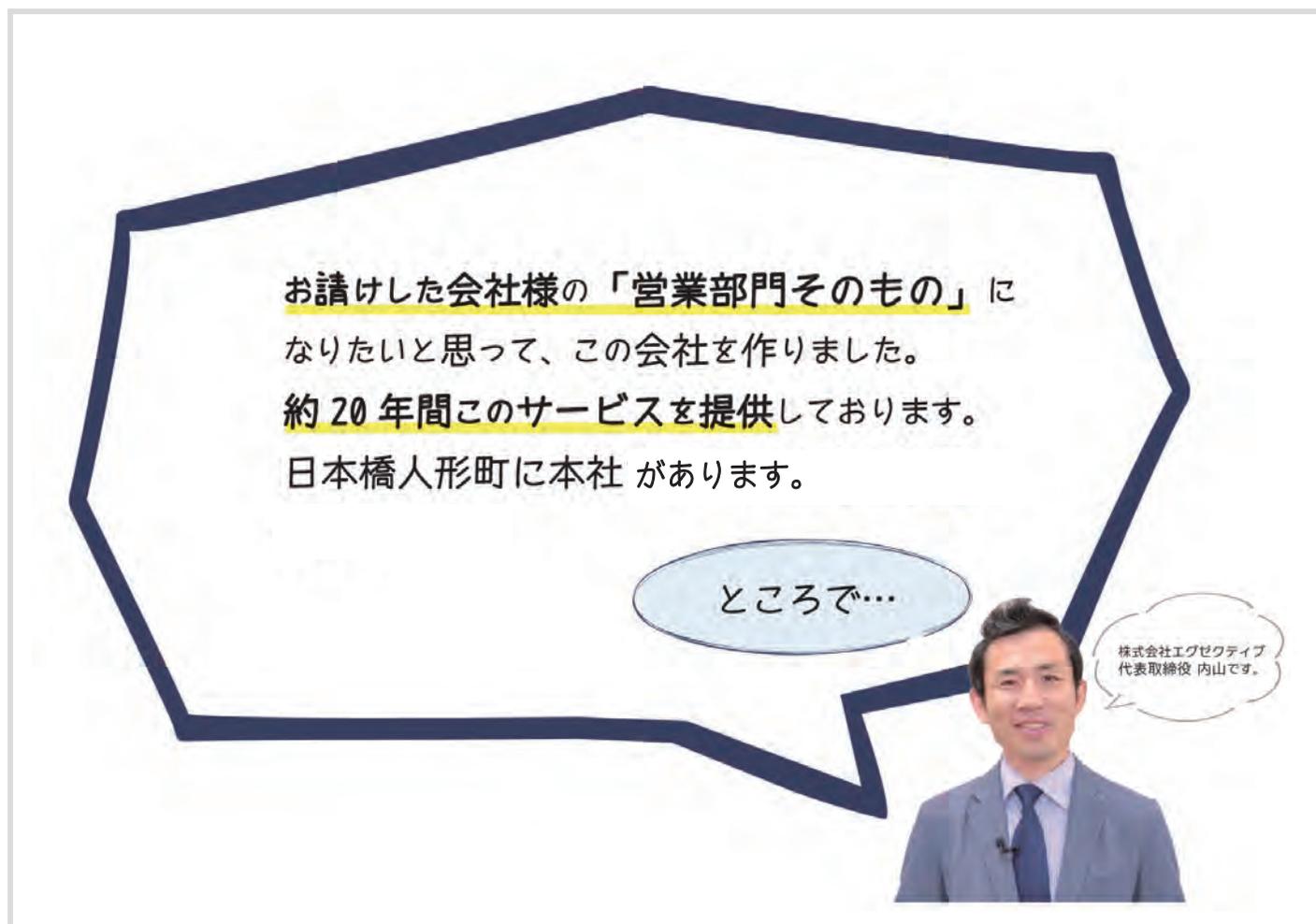
インサイドセールス

サービスの導入を成功させる
カスタマーサクセス

本来、営業担当が補足する言葉を資料に差し込む。

1. 紙芝居型資料の送付

本来なら営業担当者が商談で話すことを、資料の中に補足として入れておきます。



1. 紙芝居型資料の送付

各分野の専門家を、この20年間で、一人一人採用し、教育し、育てて参りました。40名全員が正社員です。

営業管理システムも、自社にSEを雇い、沢山の投資をして自社で制作しています。

この40名の部隊全てを御社の営業部員として使ってもらいたいと考えています。



4

本来、営業担当が補足する言葉を資料に差し込む。

1. 紙芝居型資料の送付

本来なら営業担当者が商談で話すことを、資料の中に補足として入れておきます。

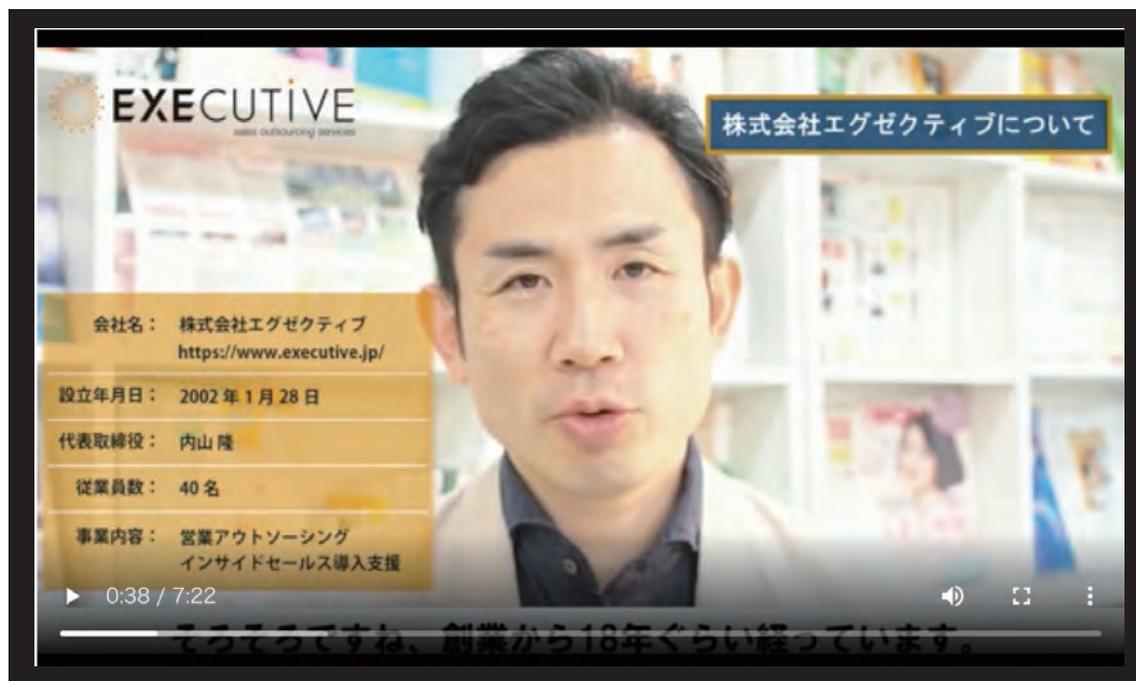
でも、これらを自社で全て揃えるのは大変です。
営業系の人材の採用・教育、ジャンルの異なる
Web系の人材、営業管理システムまで。
育ったところで、退職となったらもう、とても
残念ですよね…。

そこで当社では、



2. 熱意が伝わるサービス説明ビデオ

あらかじめ、会社概要・サービス概要をビデオで説明します。
オンライン商談前に、営業担当がどんな人物なのか、商品に対する思いや、何を支援したいのか、ということをお伝えします。



3. 当日説明しやすい 1 枚型説明資料

今までは、複数ページにわたる説明資料が多かったと思います。
 ただし、オンライン商談ではページをめくりながらでは集中できません。
 1 ページを画面に表示した状態で商談を進めることで、話に集中することができます。

説明資料を 1 枚で作り、
画面にずっと表示しておく。

EXECUTIVE
 (株)エグセクティブが提供できる
営業活動の範囲

● 既存顧客対応
 CCUレーション
 契約状況の確認
 クレーム対応
 定期的フォロー
 顧客満足、再販意
 への促進、フォロー
 継続的、スムーズ

● 真つ先に声がかかるようにする
 CCUレーションEX
 フォロー電話
 フォローメール
 顧客へのフォロー
 顧客へのフォロー
 ミニタリングの活用

● 既存顧客対応
 CCUレーション
 アップセル・
 クロスセル
 既存顧客への追加
 フォローで、アップ
 セル・クロスセル

● キーマンに情報を伝える
 CCUユーザー
 アポイント獲得
 本業の得意先
 キーマンにアプローチ
 情報

● アポイント・
 Web 集客
 集客・Web 集客
 アポイント獲得の
 促進

● 営業戦略を立案する
1 営業戦略
 ・商品/サービス内容の把握
 ・アポイント獲得の条件決定
 ・ターゲット企業決定
 ・セールストーク作成
 ・営業管理システム設定
 ・商談方針決定
 ・Web・広告方針決定

2 Push型営業
 アポイント獲得
 適切なキーマンに
 情報を伝える

3 商談実施 (オンライン)

**4 ニーズが発生するまで
 フォローする
 “隣にいる営業”**

5 カスタマーサクセス
 未永く
 契約してもら
 ためのフォロー

6 アップセル/クロスセル
 モット買ってもらう
 ためのフォロー

● E-Tools (デジタル営業推進部隊)
 集客できる HP
 への改善
 WEB 広告での
 集客
 サービス案内
 資料改善
 動画制作
 強みを形にする
 「特許・商標取得」

デジタルな営業力を ON
 WEB 集客
 営業ツール制作の力が
 御社の営業部隊に
 参画します。

本日お話をさせていただいた内容

1 テレワーク下でも、 営業部門をチームとして機能させる方法

- 
- ・ オフィスにいた頃と同じようにチームリーダーが声を掛け、同じ時間に業務を進めること。
 - ・ Zoom には常に映っているが、窮屈にならないようにすること。

2 オンライン商談を成功させる方法

- 
- ・ 商談は事前資料を作って、不足部分を補うこと。
 - ・ 当日の商談資料は 1 枚に納めること。