

いまさら聞けない！
インサイドセールスと
RPA徹底解剖



はじめに

日本は現在未曾有の人材不足にあえいでいます。
どれだけ実施したい施策があったとしても人がいなければどうしようもありません。

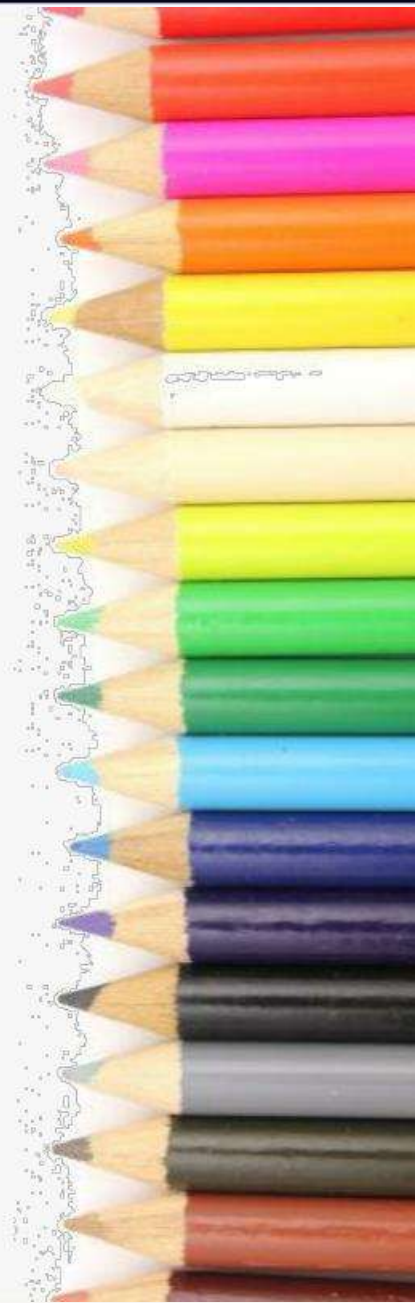
一方、コスト削減をせまられて、雇いたくても雇えない、
という状況に置かれている企業もあるかと思います。

つまり、すぐに取り掛かることができることと言えば、
既にあるリソースを最大限活用することに他ないと言えるでしょう。

本資料でご紹介するインサイドセールス、RPAは
人材不足、あるいは立ち上げ時など少ない人員で成果をださなければならない、
といった課題を解決するための有効な手段です。

名前は聞いたことがあるけれど中身はイマイチ…
今さら誰かに質問するのも恥ずかしい…
簡潔に説明してくれているものが見つからない…

という方はぜひご一読の上、貴社の営業活動にお役立てください。



インサイドセールスとは

インサイドセールスを直訳すると「内側での営業」、つまり室内にしながら営業を行うことを指します。フィールドセールスと呼ばれる、従来の「客先訪問を起点にした営業」に対し、新たな営業手法として近年日本でもBtoB・BtoC問わず多くの企業が導入を始めています。

実は、インサイドセールス自体は全く新しい手法というわけではありません。1950年代からアメリカではテレマーケティングと呼ばれる電話による営業活動が行われていました。

広いですからね、国土。

室内から電話をかけるという観点で見れば、これもインサイドセールスに相当します。もっとも、当時は台本を読み上げ、比較的安価な商品を扱っていました。



インサイドセールスとは

しかし現在では、従来のフィールドセールスと同様に、様々な商材をオフィス内にいながら売り込むことが増えてきています。ウェブの進化や多様なツールの登場を背景に、相手方との物理的距離がなくなったからです。インサイドセールスであれば、今まで出張費、交通費、そして時間をかけていた訪問のプロセスが削減され、多くの見込み顧客にアプローチ可能になります。当然1日あたりの商談数も大幅に増やすことができるので、PDCAサイクルを高速で回すこともできます。

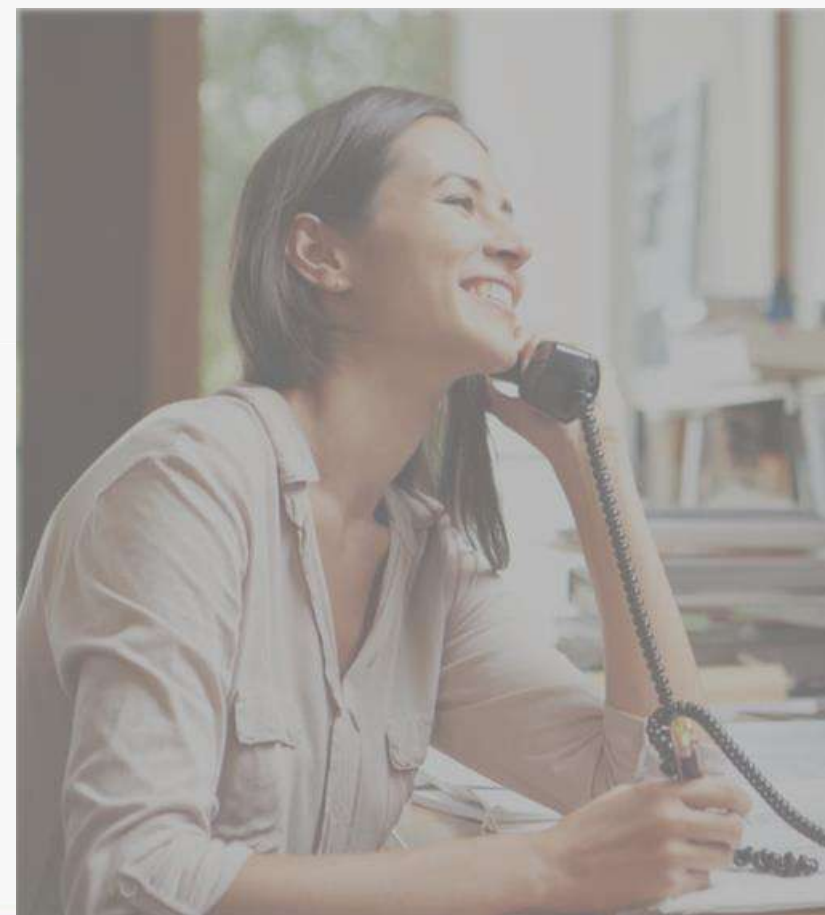
そうは言っても

「相手を訪問するのが筋なんじゃないか」

「新たにコストをかけてまで導入するメリットが思い浮かばない」

「そもそもそんなに儲かるの？」

と思うかもしれません。



インサイドセールス本当の目的

ここまではインサイドセールス導入による移動時間の削減に主眼を置いてきました。しかしその本質は、短縮によって捻出した時間を、商談数の増加だけでなく、商談の質をあげるためのシナリオ設計や準備の時間に充てることで商談のみならず、契約件数の最大化が実現できるという点にあります。

アポイント取得をマーケターが行い、セールsteamは商談に専念することでより多くの契約につなげることが可能です。

また商談数を増やすことでPDCA検証を加速させやすくなります。KPI・KGI値と実施施策及びその結果とを常に照らし合わせながら、事業の継続的な成長を促すことができます。

従来まで属人的になりがちだったセールストークやテクニックの共有も容易になります。オフィス内の隣同士で互いの商談を耳にすることで、模倣や不足点の指摘を通じたセールsteam全体の成長を促進できます。もちろんツールの機能などを用いた履歴の参照も可能です。

インサイドセールスのお仕事

インサイドセールスはオフィス内で様々なツールを駆使して営業活動を行います。
主に下の図の範囲内で役割分担するのが代表的です。
契約に至るまでの営業活動の中で、インサイドセールス部隊がどこの範囲を担当するかは三者三様です。
そのため担当する範囲によって利用するツールも異なってきます。
自社サービスや既存の営業部隊の構造を理解し、最も効果的な範囲設定とツール選びをする必要があります。

インサイドセールスの担当範囲



インサイドセールス担当範囲例

分業型

主にヒアリングの前段までを行い
そこでフィールドセールスにボタンタッチ
訪問→クロージングを行う



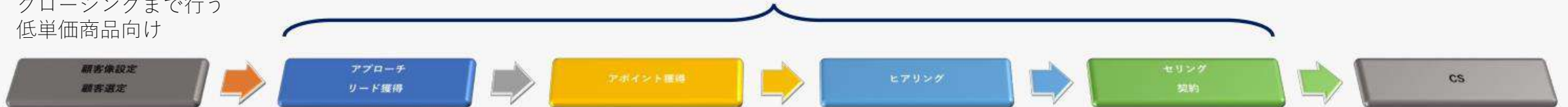
協業型

主な範囲は分業と一緒だが、場合によっては
クロージングまで行う



独立型

クロージングまで行う
低単価商品向け



RPAとは

RPAはインサイドセールスを加速するツールの1つです

RPAとは「Robotic Process Automation / ロボティック・プロセス・オートメーション」の略語であり、「ロボットによる業務工程の自動化」を意味します。

ロボットによる業務工程の自動化、と聞くとつい生産工場などの物理的なロボットを想像してしまいがちですが、ここでいう業務とは、ホワイトカラーのデスクワークを指し、ロボットも目の前に形として存在するわけではありません。

知的な精神労働であることが特徴として挙げられるホワイトカラーの業務。この様なホワイトカラーの仕事は、将来AIに代替される可能性が高いと言われていますが、今までのところ、まだ完全な代替は起きていません。

その代わりに、少なくともいくつかの業務は機械による自動化が実現しています。その自動化の一部分を担っているのがRPAということになります。

RPAとはつまり、人がパソコンで行う手作業の業務を、仮想ロボットが人間の手動では不可能な速さで自動化するソフトウェアの事です。

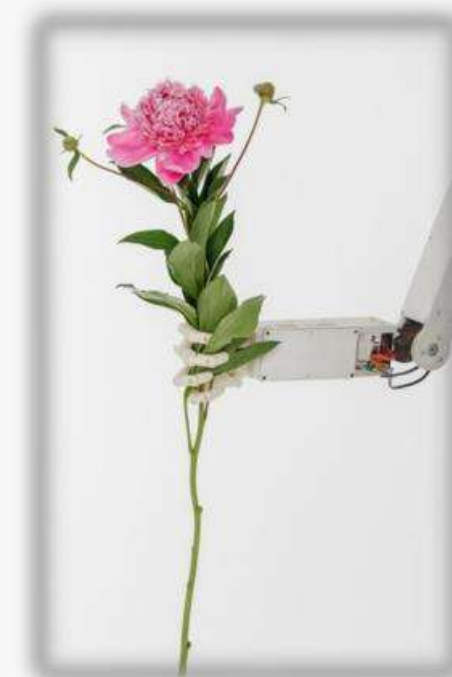


RPAが解決する課題

RPAが業務プロセスの自動化を担うことは前頁で確認した通りですが、導入によって解決され得る課題は以下のようなものになります。

- ・ 事務作業が単純作業で飽きてしまう。疲れてしまう。
- ・ 生産性を感じない。
- ・ 簡単な作業なのにケアレスミスをしてしまう。
- ・ 他の人への引継ぎ時、時間を要する。
- ・ 人によって精度や作業スピードが変わる。
- ・ 他の業務に追われて後回しになっている作業がある
- ・ 処理しなくてはいけない量が多すぎて手をつけられないデータがある

まさにこんな悩みを解決するのがRPAであり、人手不足の世の中の救世主となりあなたの会社を助けてくれるのです。



RPA導入のメリット

RPA導入のメリット

- ・ 24時間365日稼働可能で、疲れもないためミスが少ない
- ・ 大量のデータを、時間を選ばず処理可能
- ・ ITリテラシーの向上につながり、かつ低コスト



RPAは文字通りロボットです。

そのため指定されたプログラムを遂行する上で人間のようなミスはせず、その日のコンディションや各人のスキルによって作業スピードが変わる、ということもありません。

大量のデータの処理も人間とは比べられない速度で処理できます。極端に言えばロボットですから、休憩や休暇を取らせる必要もありません。24時間365日、言ってしまえばユーザーが寝ているうちに必要な作業を終わらせておいてくれるわけです。

RPAは基本的にクラウド上で動作するものが多いため、それを利用する社員のITリテラシーは自ずと向上します。多くのサービスは月額制を採用しているため、導入コストも新たに人を雇うより大幅に抑えることができます。

新規開拓を支援するRPA

人工知能搭載営業支援ツール『GeAIne』

GeAIne(ジーン)とは
エッジコンサルティング株式会社が提供する営業支援ツールです。



特に中小企業やベンチャー企業の場合、
お問い合わせフォームに届くメッセージは経営層を始め、
決裁者が目を通してることが多く、
「お問い合わせフォーム営業」は新規開拓をする上で有効な手段です。
また、相手が実際にメッセージを読み、
興味を持った状態でのアポイントになるため、
「とりあえず会ってみよう」のテレアポなどと比較し、
“質のいいアポイント”を獲得できることで知られています。

しかしお問い合わせフォームは入力事項が多く、
その入力作業は「めんどくさい・つまらない・時間がかかる」の
三拍子が揃い踏み。

GeAIneはこの「お問い合わせフォームへの入力」を自動化してくれるRPAです。

お問い合わせ



<https://the.geaine2.jp/>



03-6435-8563



geaine-sales@edge-tech.co.jp