

3分で読める！インサイドセールス紙面講座



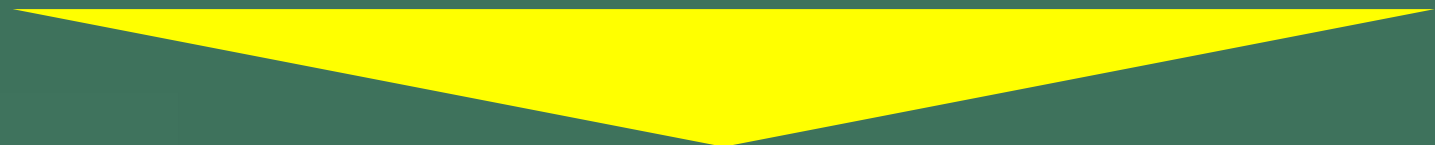
インサイドセールス・MA導入にみる 企業の人材活用メリット

インサイドセールス・MA運用に求められる人材定義

インサイドセールスとは？

インサイドセールスは内勤営業という単なる勤務形態や営業スタイルの話ではなく、商談前からのメールやweb、MAによる分析、電話など、一連の営業プロセスを分割し、とりわけ初期の営業プロセスを担い、継続的な顧客フォローによって顧客を醸成していく(商談化や顧客維持)営業手法です。

これに対し、営業(フィールドセールス)が最終的なクロージングやアフターフォローを担い、双方が営業プロセスを分業する関係なので、それぞれが連携し合っこそ効果がでます。

- 
1. 専門的な知識はそれほど必要ではない
 2. 営業経験不問 (営業スキルもそれほど重要ではない)
 3. 顧客対応を担当制としない (非属人化)



インサイドセールス・MA運用による人員配置や体制のメリット

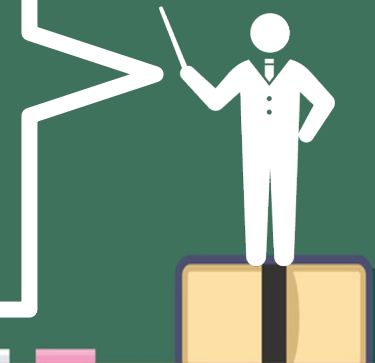
- ・ 専門知識不要
- ・ 営業経験不問
- ・ 非属人化

どんな人が
働ける？

- ・ 非社員
- ・ 時短
- ・ 産休後などの柔軟な勤怠が必要となる者

- ・ 人件費の抑制
- ・ 人員補助の対応が容易
- ・ 退職率の低下

などに繋がります！



インサイドセールス・MA運用で属人化せずに成果を挙げるポイント

専門知識や営業経験・・・

なぜ営業で必要と思われるこれらに拘らなくても成果が出るのかといえば、その秘訣は企画とマネジメントにあります。

インサイドセールスは営業プロセスを分割し、分業するという基本構造の結果、その実務を小さなJOB（ジョブ）というプロモーションを組み合わせと継続で醸成していきます。

このJOBの企画が重要で、ここに目的や対象顧客の状況を踏まえた醸成ストーリーを組み込んでいきます。これがうまく設計されていないと、良い結果は出ません。

インサイドセールス・MA運用をシステムチックに仕組み化させた上で成果を上げるには、PJの全体の”企画”と”マネジメント”が大切です。



【作成者】
アイセールス株式会社
TEL 03-4405-6609
BtoBインサイドセールス、MA運用なら