

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運用の本質は
カスタマーセントリックにある

カスタマーセントリック（顧客至上主義）とは？

顧客の声にこそ真実があり、その顧客の声に真摯に耳を傾け
その中にある様々なヒントをきちんと経営や営業現場に活かすこと

ごくごく当たり前のことのようにですが、本当に実践できている
会社がどれだけあるのでしょうか？



いつの間にか自社都合に走ってしまうジレンマ

こんな会社・営業チームを見たことはありませんか？

営業の達成目標に追われ、自社都合で営業を行い、顧客の声よりも自分たちに都合のいい部分しか組み取れていない……。そんな体質が知らず知らずのうちに蔓延し、営業社員はもちろん、直接顧客に出向かない社員までも顧客の声に答えることを後回しになっている



営業とは本来、商品やサービスを通じて、お客様の課題解決や要望を実現するためのお手伝いをするお仕事です。

これらは決してきれい事ではなく、この基本原則を見失ってしまうと顧客は徐々に離れていきます。



インサイドセールス・MA運用の本質は、カスタマーセントリック

インサイドセールス・MA運用の極意は

とにかく聞くこと・知ること

これに尽きます。お客様から尋ねられない限り商品の説明などは行いません。

競争が激化し、商品やサービスそのものに違いがなくなってきました。だからこそ、社員の対応などのソフト面をどうするかが今後、重要になってきます。そして、一見簡単そうでできないこのソフト面の改善ができたなら他社との差別化を図ることができ、将来的な売上に結びついてくるのではないのでしょうか。

カスタマーセントリックを基本原則とすれば、自ずと他社との差別化に繋がるよ！



【作成者】
アイセールス株式会社
TEL 03-4405-6609

