

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を導入するには
営業の本質を理解する必要あり

営業は必要無くなるのか

最近では多くの企業が営業改革に乗り出しています。

昨今のインターネットの普及から、いわゆる人を介さない営業・マーケティングで成果を出している企業も多く、こうした取り組みはかなり存在感を強くしてきました。

現に弊社もインサイドセールス・MAの運用からお仕事をいただく機会が多いです。

とはいえ、商談での細かい打ち合わせや、確固たる信頼関係の構築には、やはりフェイス・トゥ・フェイスにかなうものはないです。

直接お客様とコミュニケーションを図り、人としてのつながりを持てる営業のはとても重要な存在です。

最近、インサイドセールス・マーケティングが主体になってきていると思うけど、営業ってこれからの時代は無くなるの〜？



そんなことはありません！



営業の本質を理解してこそインサイドセールス成功に近づく

え？じゃあ逆にインサイドセールスなんて不要なんじゃないの？



「直接お客様とコミュニケーションを図り、人としてのつながりを持てる営業の存在はとても重要な存在です」と前項で述べました。

「じゃあインサイドセールスって必要なの？」

「結局フェイス・トゥ・フェイスならいらなくない？」

そのような質問してくる方が稀にいますが、必要・不必要の話ではないのです。

営業としての価値が最も効果的に作用するシチュエーションまでは、別の媒体や手法で行った方が単純に良いのでは？

という話なのです。

この考えに多くの経営者や現場営業スタッフの方が賛同しているからこそ、インサイドセールスという手法が話題に上がってきているんですね。

そもそも
必要・不要という話ではないんです！



最終的には営業が要で、途中工程を分業すればいい

「インサイドセールスは、案件になったお客様だけを営業に渡してくれるんだよね」

よく聞かれますが、これは違います。

インサイドセールスでは、案件＝商談のきっかけになるような”働きかけ”は行いますが、最終的にそれを商談化させるのは、営業の役目です。

直接営業自らがそのアプローチを行うかどうかは別で、商談化する、受注する、お客様を作るということにおいて、結局は営業に最終責任があることに何ら変わりありません。

描いた営業ストーリーを共有し、実行してもらうことは、場面、場面でインサイドセールスに分業しても良いということなのです。

結局、インサイドセールスは営業活動の一部を効率化するために分業してるだけなんだ。

そのためには営業の本質を理解するところからだね！



【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