



ウェルリンク株式会社

法人向けメンタルヘルスケア
サービス

<http://www.welllink.co.jp/>

■ 導入目的

新しい営業体制構築のため
の土台を整備

■ 課題

・大量の顧客データの管理

■ 効果

- ・ PUSH 型営業の基盤となる
顧客データベースの構築
- ・ 営業の進捗情報の共有が
効率化
- ・ 顧客訪問の効率化

Link Knowledge

名刺を活用して見込み客から受注を引き出す営業支援・顧客管理サービス。
ベンチャー企業から一部上場企業まで、
業種業態問わず多数の企業が導入。

ウェルリンク株式会社 様

営業の情報交換が効率化！

知りたい商談記録をすぐに調べられるすごい仕組みとは？

新たな営業体制の基盤として活躍

メンタルヘルスケア業界のパイオニア、ウェルリンク株式会社。主に企業向けに、健康情報サービスやカウンセリングサービス、研修サービス等を提供している。

10 年目に入り、会社として次のフェーズに進むために PUSH 型営業の開始を検討する同社では、営業の人数を倍に増やすとともに、営業管理システムを探していた。PUSH 型営業を行うとなると数多くの営業先情報を整理してバッティングを防ぐ方法が必要になるからだ。

そんな時出会ったのが Link Knowledge (リンクナレッジ、以下 LK)だ。

「名刺をスキャンするだけで、大量の顧客情報をデータベースにして一元管理できるというところに魅力を感じました。これならスムーズに PUSH 型営業を始められると判断しました。」(営業部営業第一グループ グループマネージャー佐藤様)

また、人数の増加により営業スタイルも多用化する中、共通の営業情報基盤という側面でも重宝している。

「社歴・経歴などの違いにより、それぞれの文化が混ざり合っている状態ですが、LK が共通言語の役割を果たしているおかげで統制が取れています。」(佐藤様)

過去の営業情報を容易に確認できるため、新しく入った営業担当者がすぐに周囲に追いつけるというメリットもある。

営業活動記録の定着により、業務効率が大きく改善！

LK の機能の中でも、情報共有に特に活用されているのが名刺 CRM 機能である。名刺に紐付けて商談内容などを記録し、社内でも共有する機能だ。その日の商談内容記録が翌朝まとめてメールでメンバーに送信され、いわゆる“日報”の役割を果たしている。この機能を使うことで、営業活動における認識が変わったという。

営業活動・記録について、LK 導入前にはどのように捉えていたのだろうか。

【営業活動の記録に関する認識の変化】

	導入前	導入後	効果
商談内容の記録	個人任せ	記録が習慣化	ナレッジの蓄積
営業先の情報	個人が抱え込む	社内で共有する	人脈の活用
営業状況の確認	担当者に直接聞く	LK を見て個人で確認する	情報共有の効率化



阪口様(左)、佐藤様(中央)、霞様(右)

「商談内容を記録に残すことは重要ですが、習慣化することが難しいと思っていましたね。」(営業部第一営業グループ 阪口様)

「営業は個人が情報を抱え込むのが当然だと認識していました。」(営業部第一営業グループ 霞様)

「営業活動について、社内で情報収集することはストレスのかかることでした。ある企業に対してこれまでどのような営業をしてきたのか、最近一番訪問しているのは誰なのかなどを調べるには、知っていそうな営業担当者に直接話を聞かなければいけません。しかし外を飛び回っている営業担当者をつかまえるのはなかなか大変なことです。しかも、一旦話し始めたら話が広がって、かなり時間を取られることがあり、無駄も多かったと思います。」(佐藤様)

LKを導入し、これらの認識が一変した。

商談内容の記録をオープンにすることのメリットを実感

まず、難しいと思っていた商談内容の記録が、すんなり定着した。

「名刺をスキャンしたらもうデータとして使えるので、いちいち顧客情報を入力する手間がいらないことが良かったと思います」(阪口様)

この定着により、顧客情報や商談内容を共有することが当たり前になった。情報をオープンにしておくことによる営業業務の効率化の效果を実感しているという。



顧客とのコンタクト情報共有画面

「ある営業先に対して社内の誰がどんなアプローチをしてきたか、情報を集めることが楽になりましたね。」(佐藤様)

営業先の社名や氏名でLKを検索すれば、これまでの接触情報が全て検索結果に出てくるのである。もう忙しい営業担当者をつかまえて苦勞して情報収集する必要はない。

さらに、会議の効率も向上した。

「細かい商談内容も日報で確認してもらえるので、口頭での報告にかける時間が減少しました。

その分営業会議でも、論点が絞れてより有意義な内容になっています。」(霞様)

LKが営業業務全体に与える効率化の效果は想定以上だったようだ。



営業部 第一営業グループ グループマネージャー: 佐藤様

モバイル機能の活用で、現在地近くの顧客を調べて一気に訪問

LKは外出先でも多用されている。どのような場面で役立つのだろうか。

「当社の商材はリードタイムが長く、受注まで1年以上かかることもあります。

ですから、お客様が求めている情報を提供したり定期的に顔を出したりして、見込み顧客との関係を維持していくことが大切です。」(佐藤様)
ただ、多くの見込み顧客を抱えていると1社1社に割ける時間が限られている。案件や用事があるから訪問するという方法ではあちこちに訪問することになり、訪問できるのは1日5、6社が限界だという。

ここで、最近今日強化されたLKのモバイル機能が活躍する。モバイル端末から訪問先の近くにある見込み顧客の企業を訪問できるのである。

「これで訪問できる社数が一気に増やせます！」(阪口様)

と、営業成果への貢献に期待を寄せられている。

今後は見込み顧客との関係をつなぎ続けニーズを高め、予算が下りやすい春・秋、これまで温めていた受注を獲得していく。

ウエルリンクの今後の成果が楽しみだ