



経営者向けメディア「経営者通信」、ベンチャー企業向けメディア「ベンチャー通信」、他ウェブメディアの運営

■ 導入目的

- ・見込み顧客の掘り起こし
- ・“社長名刺”のデータ蓄積

■ 課題

見込み顧客を管理・共有し、受注につなげたい

■ 効果

- ・営業バッティングの解消
- ・集客メール配信の効率化
- ・見込み顧客から300万円の受注

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。

株式会社幕末 様

眠っていた名刺から300万円の受注を獲得！
営業を強力に後押しする営業支援サービス

営業先バッティングを解消し、見込み顧客との信頼関係を構築

“企業広告”を“記事”に「情報加工」し、フリーペーパーや web 上のメディアなどで広く発信する幕末。発行するフリーペーパーの「経営者通信」は関東を中心に経営者 44,000 名に配布、「ベンチャー通信」は、全国 1000 箇所・6 万部の発刊数を誇る。

業績を順調に伸ばす同社は、新規開拓営業の戦力として一昨年 4 月に新卒 1 期生 5 名を採用。去年にも 4 名、今年の 4 月には 6 名を採用し、営業力を拡大させている。

その営業の成果をさらに伸ばす方法について、代表取締役社長の金様は次のように考えていた。

「当社の営業サイクルは、初回のコンタクトから受注まで1年程かかる場合が多いです。このため、一度訪問済みで受注まで至っていない“見込み顧客”の数が非常に多い。この見込み顧客を企業の財産として活かしていきたいと考えていました。」(金様)

このような背景から営業支援サービスの導入が検討され、その中でも見込み顧客の管理に最適なサービスとして Link Knowledge(リンクナレッジ)が選ばれたのである。

幕末には、見込み顧客管理を行う2つの目的があった。

1つは営業活動における**アプローチ履歴の共有**だ。誰がどの企業に接触したことがあるか、そのときどのような話をしたかの記録である。これまではアプローチ履歴が共有されていなかったために、既にアプローチしている企業にも別の営業担当者が知らずに架電してしまうことがあった。

「せっかく時間をかけて信頼を構築し受注につなげようとしているのに、このようなバッティングがあるとその信頼が崩れてしまいかねません。絶対に防ぎたいと思っていました。」(金様)

履歴が共有できれば、社員と相手のつながりがよく分かる。過去のアプローチ内容を電話やメールでの話題に活かし、商談をスムーズに進めることに役立つのである。

2つめは**人脈情報の一元管理**だ。10年以上のビジネス経験から、役員陣は合計4,000枚以上の社長名刺を保有しており、これらが個人のもとでばらばらに管理されていた。

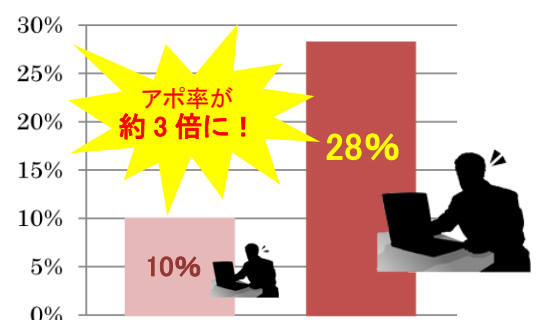
「会社の資産である“人脈”が1箇所にまとまったのはとてもいいですね。

それぞれの**社員の人脈を全社で活用できる**ようになったということですから。」(金様)

実際、共有した名刺を対象に企画した「名刺掘り起こしプロジェクト」において、大きな成果を挙げたのだという。



(左)代表取締役社長金様
(右)営業2グループマネージャー: 吉田様



【「名刺掘り起こしプロジェクト」によるアポイント獲得率の変化】

名刺掘り起こしプロジェクトで 300 万円の受注を発掘！

このプロジェクトでは、過去接点を持ったことがあるが最近連絡を取っていない企業の名刺 300 枚を対象にし、電話やメールでアプローチした。

営業担当者4人がアプローチした結果、265 枚の名刺から **74 件のアポイントを獲得**したのだという。

通常、電話での営業の場合アポ率は約 10%だが、このプロジェクトではその約 3 倍の 28%という結果が出た。そして、そのアポイントから **約 300 万円の受注を獲得**した。

「まさに眠っていた名刺を掘り起こしたイメージですね。全く接触したことのない相手にアプローチするよりはるかに効率がいいですし、人脈という資産が有効に活用できる。LK の活用が営業成果に直結していると思います。」と金様は語る。今回の結果を受け、新たに 700 枚の名刺に対して同様のアプローチを行うそうだ。

「LK がなければできなかったことです。案件化した会社の情報は共有する機会があっても、案件になる前の見込み顧客は管理されずに埋もれてしまいがちです。これらの**名刺から売上を上げられる**、非常に有用なサービスですね。」(金様)

メール一括配信機能でパーティー集客の効率が格段に向上

見込み顧客の掘り起こし以外でも、LK が特に活躍した場面があった。パーティーの集客業務である。

「毎年主催している経営者を対象にしたパーティーにおいて、主にメールで案内を出して出席者を募っています。昨年からの案内に LK の一括メール配信機能を利用しはじめました。以前と比べ、集客業務が非常に楽になりましたね。」(営業2グループマネージャー 吉田様)

以前は 2-3 か月ほど集客業務に時間を割き、一人一人がそれぞれお客様にお誘いのメールを出していた。しかしそれには手間がかかり、他の業務が滞りがちだったという。そこで、今回からは LK を使って一括で招待メールを送信した。

「パーティーの規模が大きくなっていますし、1件1件お客様にお声をお掛けするフェーズではありません。人数が読みやすい形で効率的に集客していきたいと考えていたので、LK でそれが実現できて助かりました。」(吉田様)

LK なら人脈データベースから直接メールを一括送信できる。わざわざメール配信ソフトなどを使う必要もない。

「LK は顧客管理の基盤となるデータベースとなっていますので、招待したい相手の情報は必ず入っています。名刺交換した人ならほぼ 100% アドレスが登録されていますから。非常に便利で、もう以前のやり方には戻れませんね」(吉田様)

集客にかかる時間を大幅に削減でき、しかも集客人数は増えてパーティーは大盛況だったそうだ。



吉田様(左)、金様(右)

LK 上で、案件の進捗管理も検討

今後は案件の進捗状況管理も LK で行うことを検討している。

「現在、案件の進捗状況はエクセルとホワイトボードで管理しています。しかし、若手の営業担当者が早く立ち上がってくるおかげで案件が増えてきていて、近いうちに管理しきれなくなるかもしれません。新しく追加された LK の**案件管理機能**に興味を持っています。」(金様)

名刺掘り起こしプロジェクトでは売上アップの成果を挙げ、パーティー案内の一括メール配信では業務の効率化により大幅に作業時間を削減、コストダウンの大きな効果を出した LK。今後も同社の収益最大化に貢献していこう。