



Web ソリューション

■ 導入目的

営業強化による売上向上

■ 課題

見込み顧客フォローの強化

■ 効果

- ・失注ランクの顧客から 7 件の受注を獲得

- ・メール一括配信機能により見込み顧客のフォロー強化

- ・受注までの仕組みを構築

株式会社オールプレジデント

失注リストから7件の受注を獲得！
リンクナレッジで机の中に眠っていた名刺が収益に変わる

株式会社オールプレジデントは、東京・名古屋・大阪・仙台を拠点に、18,000社に上る『NCネットワーク』(製造業の方々が効率的にインターネットを利用し、営業活動をスムーズに行うことを目的に立ち上げたビジネスマッチングサイト)の会員企業に対して、製造業に特化した「ホームページ制作」「技術動画の活用」や、モノづくりの専門家が的確なPR方法をアドバイスする営業支援などをサポートメニューとして事業展開をしている。



代表取締役:徳山様

3月に発生した震災後は、全国の会員企業から仙台で事業を展開する製造業に対して物品提供などの申し出が多数あったという。サイト内交流の深さを物語るとともに、株式会社オールプレジデントでは社員総出で会員間の交流の懸け橋となってのボランティアを続けた。

今回は、Link Knowledge(以下、リンクナレッジ)を導入した経緯と、導入した効果について代表取締役である徳山正康氏に話を伺った。

管理・分析ではなく売上拡大へつながるリンクナレッジの導入へ

リンクナレッジのことは、「**名刺をスキャンするだけで営業を強化し・売上を向上させる**」ことができると聞き、興味を持ちました。他のSFAやCRMに関しても情報収集していたので、リンクナレッジのような営業管理・顧客管理システムの概要は知っていましたが、創立して1年半の我々には、営業の管理や分析といった部分ではなく、営業強化から売上に直結することが重要でした。そのような背景の中で、リンクナレッジは他のシステムに比べ、導入によって売上拡大できるイメージが湧いたこと、またデモなどを見て、三三の**サポート体制への信頼、会社自体への安心感**が伝わりましたので、あまり躊躇せずに導入に踏み切りました。

もちろん名刺管理や顧客管理の部分も弊社には必要でしたが、一番興味があったのは、メール一斉送信機能による**「案件掘り起こし」**です。数多くのお客様に対し7名で営業を行っており、マンパワーにも限度がありました。そのため、きめ細やかなフォローが出来ていなかったのも事実です。その改善の意味も込め、リンクナレッジを導入し、今まで行ってこなかったメールでのコミュニケーションを行っていこうと考えました。

失注ランクのお客様からの反応、そして 7 件の受注へ

リンクナレッジを導入後しばらくは、基本機能である名刺管理機能を活用していました。各営業にも定着してきた段階で、案件掘り起こしのテストケースとして、過去に訪問し失注した、またはその後フォローを行っていないお客様419件に対して、メール一斉送信を行いました。

送信者名を営業担当者名に指定し、宛先にはご担当者名を入れ、個人対個人で送信しているようにし、再訪依頼の内容でメール配信を行いました。今までメールでの営業展開を行っていなかった事もありますが、

Link Knowledge

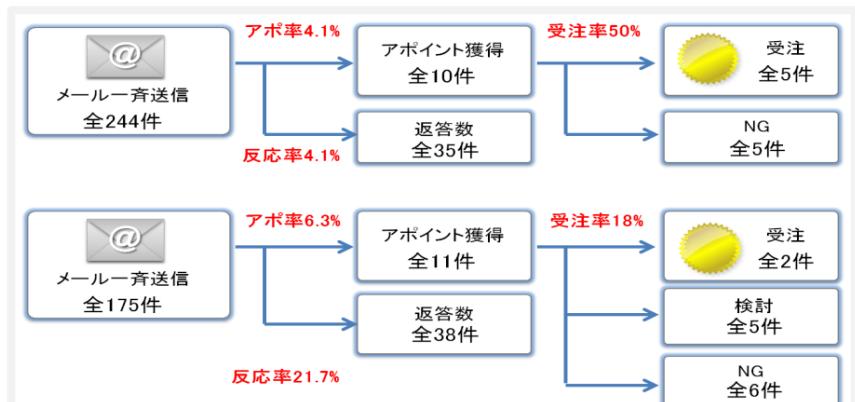
名刺を活用して見込み客から受注を引き出す営業支援・顧客管理サービス。
ベンチャー企業から一部上場企業まで、業種業態問わず多数の企業が導入。

反応に関しては懐疑的な部分もあったと思います。しかし、メールの返信や連絡にて反応があったのが、419件中94件。今までの営業スタイルに比べると反応も満足できる結果ですし、営業が費やす時間が圧倒的に減り、**営業の効率化に非常に役立つ**ものと改めて実感しました。

94件の反応から絞りこみ、訪問に行った21件に対し、受注までたどり着いた件数は、なんと7件！**今までない受注率**でしたので、流石に興奮をおさえられませんでした(笑)

メールによって受注に結び付くことがあることに、リンクナレッジが気付かせてくれました。

今回送信した内容は漠然としたものでしたが、今後はリンクナレッジの名刺管理の特性でもある属性のタグ付けを行い、お客様をより明確に区分し、そのセグメントした属性に適した濃い内容のメールを送っていこうと思っています。そうすることによって、今までやりたくても出来なかった、お客様へのきめの細かいフォローができるのではないかと考えております。



失注客から受注 7 件！メール一斉配信からの案件掘り起こし

焼畑農業的な営業から、リンクナレッジ活用で受注までの仕組みを構築へ

営業が電話を掛け、訪問を1日4～5件行う。来る日も来る日もこのようない焼畑農業的な営業を続けていても、先を考えると何も無くなってしまうのではないかと思っておりました。失注したお客様、見込みの低いお客様をいかに育てていくのか、また受注に向けてのランクアップをさせる仕組み化を考えていかなくてはならない時期にも差し掛かっていました。メール一斉送信による「案件掘り起こし」の結果も踏まえ、今まで行ってきたことにプラスすることで、**受注までの確かな道のりが構築できてきた**と思います。

また、お客様が製造業という事もあり、所在地が点在しており移動時間が掛かってしまう点や、東京本社と3か所の営業所の電話やメールでのやり取りによる、非効率さも否めない課題がありました。しかし、リンクナレッジにより、営業は**外出中にでもモバイル等で、情報入手や入力を行える**ようになりました。本社にいる私もコンタクトの進捗状況をタイムリーに把握できますので、効率化という観点で、リンクナレッジは**今までとは違うワークスタイルを構築してくれた**と思っております。

今後もリンクナレッジが弊社の成長戦略の力強いパートナーになってくれる事を期待しています。



受注までの仕組み化に欠かせない存在になったリンクナレッジ



外出先でモバイルにてリンクナレッジを活用し、業務効率化