



Yamaichi Magazine Vol.9

営業職の働き方改革

目次

- 1 はじめに
- 2 働き方改革で残業時間削減が必須に…
- 3 なぜ営業職の業務効率化が大切なのか
- 4 働く時間の約2割はムダ
- 5 営業職の働き方改革が難しい理由
- 6 営業の生産性を向上させるには？
- 7 SFA導入で実現する働き方改革
- 8 ヤマイチテクノの営業生産性向上への取組
- 9 箸休め



はじめに

近年、働き方改革関連法案の施行によって、企業には生産性の向上や、業務の効率化が求められています。企業の売り上げを生み出す営業活動においても例外ではなく、非効率な長時間労働の改善や、事業競争力のさらなる強化が課題となっています。

「新規開拓したいのに時間がない……」「会議が長すぎる……」など日本の営業現場が非効率であることは各種調査でも指摘されている状況。おそらく、現在のムダな業務を50%削減するだけでも、かなり生産性は上がっていくのではないのでしょうか？そこで今回は、非効率でムダな業務を省き、営業業務を効率化するステップを解説していきます。



働き方改革で残業時間削減が必須に…

政府が「働き方改革」で掲げた項目のひとつ『時間外労働規制』のルールが、2020年4月から中小企業にも適用されています。

そのため、規定以内に収まるように残業削減を行わなければならなくなりました。具体的な内容は、以下の通りです。

✓ 施行前

- 行政指導として、ひと月45時間以内、かつ年間360時間以内におさめる
- 特別な事情がある場合は、それ以上の残業も可能

✓ 施行後

- 原則、ひと月45時間以内、かつ年間360時間以内におさめる
- ひと月に45時間を超えて残業ができる月は6ヶ月以内
- 1年に720時間を超えた残業は不可
- 休日労働を合わせて月100時間未満にすること
- 複数月の平均が80時間以内になるように調整すること



規定の残業時間を超えて従業員に残業をさせると、会社側は法律違反をしたとみなされ罰が科せられる可能性があります。

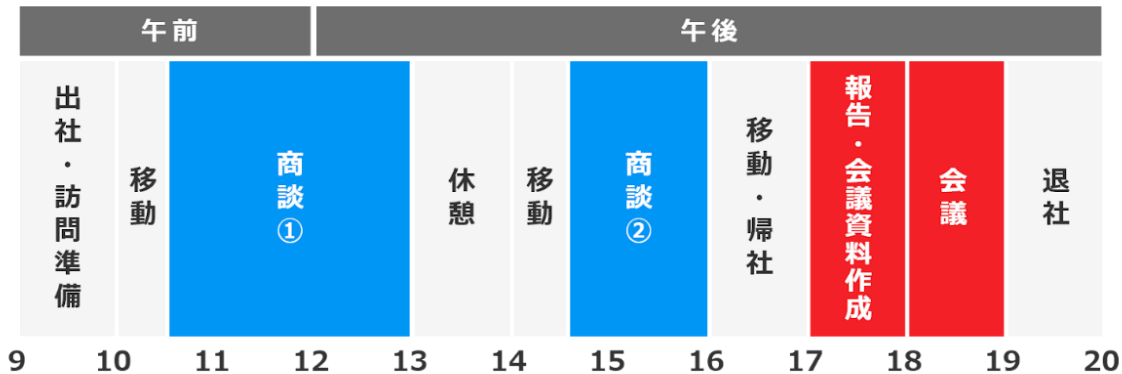
しかし、ただ労働時間を削減するだけだと売り上げが労働時間を削減した分落ちてしまいます。そのため、売り上げをキープするためにも、生産性をあげつつ、労働時間を削減する取り組みが必要になります。



なぜ営業職の業務効率化が大切なのか

営業マンの本来の仕事は、売上げを上げることであり、売上げを上げるためには少しでも多くお客様とコミュニケーションをとる時間を確保する必要があります。1日8時間の労働時間の中でいかに商談を増やし、それ以外の業務にかける時間を減らせるかが勝負です。

« ある営業マンの1日 »



しかし、上図の通り、営業で働く人の1日は「営業」だけでなく、準備・報告・会議・移動といった営業以外の業務にかかる時間が多くあります。このことにより、営業業務が非効率になっているのです。

営業以外の業務の中には、見直すことで労働生産性を向上できるヒントが数多く存在しています。

社内のルール作りや意識改革、社内業務の効率化を目指して取り組むことで、営業で働く人が働きやすい職場になるだけでなく、企業の発展に繋がる絶好の機会だとも考えられるでしょう。



働く時間の約2割はムダ

仕事中に「ムダだなあ」と感じる時間の割合は？

現在、法人営業を担当している人に聞いたところ、加重平均で「働く時間のうち25.5%」であることが、HubSpot Japanの調査で分かりました。この「ムダな時間」を金額換算すると、年間約6,650億円にもなります。

給与所得者の時給 × 1日の労働時間 × 1ヶ月の営業日数 × 年間換算 × 法人営業職就労人口 × 「ムダだ」と感じる時間

2,163円 × 9.76時間 × 21営業日 × 12ヶ月 × 62万人 × 20.2%

日本の法人営業の無駄 = 約6,650億円



営業職の働き方改革が難しい理由

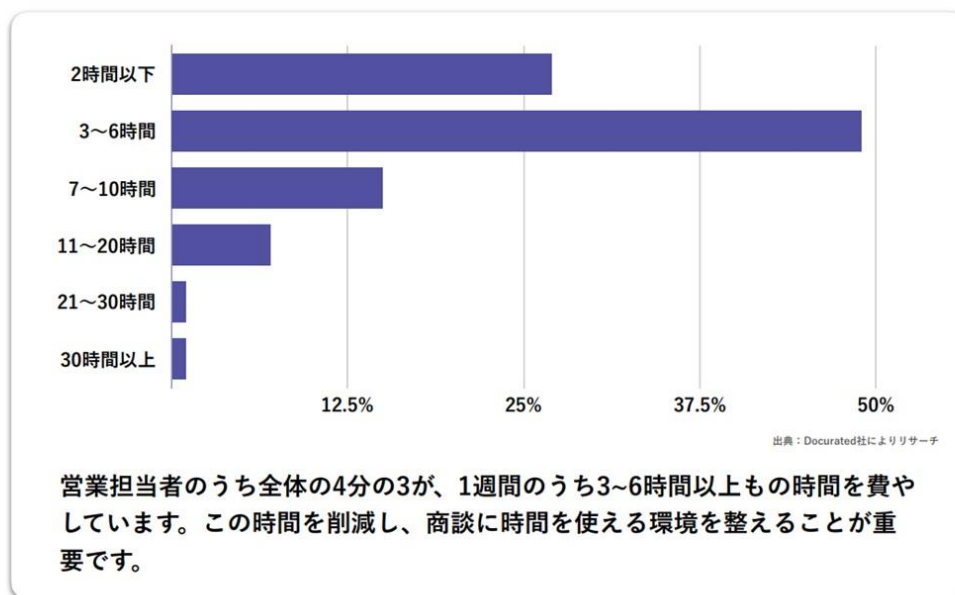
1 商談に伴う移動時間

訪問営業をされてる組織に多い理由です。客先まで移動しなければならず、その移動時間があるためどうしても労働時間が長くなります。特に日報や商談履歴の入力が会社でしかできない場合、商談が終わり帰社した後ようやく作業が開始できるので、残業が多くなりがちです。

2 提案資料や見積書などの書類作成が多い

意外とこうした雑務も労働時間に占める割合が多いです。特に提案資料を顧客毎に作成している組織は当てはまります。実際にDocurated社のリサーチでは、営業担当者が一週間で資料に3~6時間の時間をかけていると発表されています。

営業担当者が1週間で営業資料にかかる時間



3 社内会議や定例報告会に時間を取られる

定期的に営業会議をしているものの、「この会議は意味があるのか?」「会議の時間を減らせないだろうか?」と考えている方は多いのではないのでしょうか。営業会議は、目標の共有や営業活動の改善など様々な役割を担っています。営業会議の時間を減らしたいと感じている状況であれば、会議が充実していない可能性があるでしょう。営業会議の議題を話すにあたり、必要な準備ができていない場合は、ただの時間の浪費になります。会議の無駄を減らすには、会議の役割を確認し、事前準備をしておくことが大切です。

4 営業手法が属人化している

営業担当者は経験値が増えるほど、属人的な営業活動をしてしまう傾向があり、顧客のクセや言語化できていない要望、望ましいコミュニケーション方法は、記録として残っていないことが多いでしょう。しかし、これらの有益な情報を引き継げなければ、お客様は不信感を募らせ、結果として売上低下を招く場合もあります。また、前任者と後任者の間での情報共有だけではなく、営業部門内での情報共有も重要です。適切な情報共有がされていないことで、無駄な動きやアプローチが生まれてしまい効率化を妨げている部分もあるでしょう。

このように、営業の働き方改革がうまくいかない理由は多岐に渡り、企業によって内容は異なります。そのため、自社の課題を見極めてその課題に沿った適切な働き方改革の施策を実行することが重要になります。



営業の生産性を向上させるには？

営業の生産性を上げるために必要な施策は、いくつかあります。その中で有効な手立てをご紹介します。

オンライン営業

WEB会議ツールを利用してオンライン上で行う営業です。コロナの影響で対面営業からオンライン営業に移行する営業組織も増えてきています。期待できる効果としては、営業の移動時間の削減がメインになります。

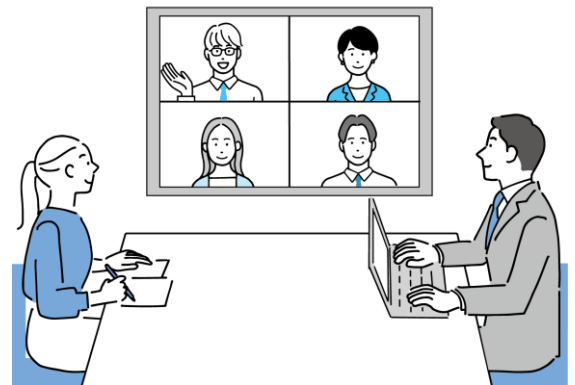


スケジュールの作成

生産性を上げるために、スケジュールを適切に管理することも必要です。スケジュールをきちんと組み立てることができればネクストアクションが明確になるため、やるべきことの優先順位が決まり、行動に迷いがなくなります。また、スケジュールをこまめに組み立てる習慣が付くと、仕事にもメリハリが生まれて効率よく仕事を行うことができます。

会議は必要最低限に

多くの企業では、午前中に会議や報告をし、1日のスケジュールや流れを決めることがあります。しかし、商談を控えている営業担当者にとっては、午前中には準備することが山積みです。そのため、会議は必要な従業員のみで行う、またテレビ会議を利用することも良いでしょう。



ICT化を進める

業務改善の一つとして挙げられるは、ICTの活用です。一口にICTといっても様々ありますが、文書や企画書の作成以外に、代表的な活用方法は以下になります。

- ①営業へのタブレット活用
- ②顧客リストや在庫の管理
- ③クラウドサービスの活用で、移動中でもパソコン作業が可能
- ④グループウェアの活用で、社外でも日程調整や情報共有が可能
- ⑤SFA／CRMなどで基幹システムに社外からアクセス可能



このように、これまでは社内に帰ってから情報共有や入力が必要だった業務も、このようなICTを活用することで手間と時間を大幅に削減することが期待されます。

中でも、SFAツール・CRMツールでは、営業での案件管理に役立てることが可能です。案件ごとに顧客・営業担当者・客先担当者・商品・代理店・見積・売上金額など必要な情報を紐づけて管理することができるため、マネジメントポイントが明確になるでしょう。上手く活用すれば、こうした良い影響をもたらすことができるので、一度検討することをおすすめします。

その他にも、名刺管理ツールやチャットツール、メールツールなど業務効率化や生産性向上に寄与するITツールはいくつかあります。まずは自社の問題点を洗い出して、課題にマッチしたツールを選定してみましょう。





SFA導入で実現する働き方改革

SFAとは、「Sales Force Automation」の頭文字を取った名称です。SFAとは、営業活動の記録、進捗状況、顧客情報の管理など、営業活動にかかる業務を支援するためのシステムです。自社の営業組織を強化するために導入するシステムのひとつで、ITシステムによる徹底した営業支援を行うことが目的となります。

それと同時に、営業部員の商談プロセスや営業プロジェクトの進捗状況を「見える化」して管理するのもSFAの役割です。営業活動の「見える化」により、営業部門の生産性や効率性を向上させることが可能となります。



Excelとの違いは、「情報共有のしやすさ」です。Excelはファイルごとに管理をするため同時編集や共有が難しいですが、SFAは共通したシステムを使って情報を管理するので、情報共有や報告業務が捗ります。

営業パーソンによって持っている情報やノウハウに差があると、営業活動が属人化してしまいます。そうした状況を改善するには、社内で情報やノウハウの共有できるSFAの導入が効果的といえるでしょう。営業部門全体をパフォーマンスアップするのもSFAの役割のひとつです。

SFAを導入するメリットは、最終的には営業活動が効率化されることで、売上の拡大・収益性の向上につながることです。

より具体的には、次のようなメリットがあります。

SFA 導入メリット



営業担当者が
コア業務に
集中できる



営業プロセスの
見える化



営業の再現性が
高まる



顧客リストや
タスクなどの
管理が容易に

営業担当者がコア業務に集中できるようになる

SFAツールには、商談リストや見積書の作成機能、スケジュール管理機能など、定型業務の効率化に役立つ機能がそろっています。営業プロセスが見える化されることで、上司やマネージャーからの確かなアドバイスをもらいやすくなるため、業務効率改善につながります。営業担当者は、より多くの時間を有望顧客へのアプローチや顧客との丁寧なコミュニケーションといった、コア業務に使えるようになります。

営業プロセスが分かりやすくなる

すべての営業社員の営業プロセスが明らかになることにより、戦略的に営業活動を行うことができます。過去の実績をもとに受注までの商談回数を見直す、あるいは上司の同行回数を増やすといった対策を素早く講じられるようになるでしょう。

営業の再現性が高まる

蓄積された案件情報や商談情報を分析し、成功確率の高いアプローチ方法を抽出することができますので、営業の再現性が高まります。社内でノウハウを共有することで、属人的な得意不得意感を減らし、営業担当者個人の勘や経験のみに頼らない営業が可能となります。



スムーズな顧客管理が可能になる

顧客データベースの構築により、異動や退職で営業担当者が変わった際にもスムーズに引き継ぎを行うことができます。営業情報も顧客データベースに紐づいているので、新しい担当者によるこれまでの商談履歴などの把握が容易となり、商談の機会損失を防いでくれるでしょう。

また、しばらく取引のない休眠顧客の掘り起こしなども、SFA履歴から抽出した上で具体的なアクションを行うことが可能になります。

SFAは各社で機能や使い勝手が異なります。機能が充実していればよいわけではありません。多機能すぎて操作が複雑になると、導入しても使われない恐れがあります。大事なのは、自社に合ったSFAを選ぶことです。営業活動が効率化するのであれば、必要最低限の機能だけでも問題ありません。一つの基準として、“現場での使いやすさ”を重視することもおすすめします。



ヤマイチテクノの営業生産性向上への取組

弊社においても営業の生産性向上は大きな課題です。時間の有効活用、営業ノウハウ・情報の共有、社会・市場のDXへの対応…やるべきことはたくさんあります。以下、弊社の営業生産性向上への取組みとして活用しているICTツールを紹介致します。

① グループウェア：desknet'sNeo

“メール”“スケジュール”“インフォメーション”“ワークフロー”…と多くの機能を使うことができます。会社全体の情報共有という点で大きな効果を出しています。

- ◆まだ使っていない機能もあり、さらに生産性向上の為に活用を拡大したい。
- ◆ワークフローにおいては、複雑な流れには対応できない面もあり、社内決裁ルートの再考、ワークフロー専用システムの検討も必要…？

② S F A：JUST.SFA

弊社では、“営業活動”“顧客情報”“案件情報”の管理・共有化にJUST.SFAを導入しています。営業マンが、データを外出先からも見ることができ、今後のデータ蓄積とデータ活用のアイデアでさらなる有効活用を期待します。

- ◆技術者がいなくてもシステム構築ができ、現場からの要望にすぐ対応できます。とは言え、システム構築・メンテナンスにはそれなりのパワーが必要です。
- ◆今後は、見積データから基幹システムへの連携、よりマネジメントに有効なデータ、名刺データの管理活用へと利用範囲の拡大を検討しています。

③ WEB会議：ZOOM

WEB会議ツールとしてZOOMを使っています。メーカー、お客様、社内会議と多くの場面でオンライン会議を行い、時間の有効活用に貢献しています。

- ◆弊社主催でのオンラインセミナー・展示会の開催に活用できないか検討しています。
- ◆オンライン商談については、まだまだ営業スタイルとして定着していません。お客様との接点を増やしていく為に、どのように営業プロセスに取り込むか？営業ツールとしては、“bellFace”にも注目しています。

④ ビジネスチャット：Slack・Chatwork・LINEWorks

社内の部門内、プロジェクト内のコミュニケーションツールとしてビジネスチャットを使い始めました。発言内容の即時性と発言の流れが理解しやすい点がメリットです。今後は、社外とのやりとり、セキュリティ等検討していきたいと考えています。

※各種ICTツールにご興味がありましたら
ヤマイチテクノにお声がけください。





箸休め

こんにちは。販売推進室の晒です！

長引く自粛モードですが、皆さんは最近ハマっている事や、趣味はありますか？最近の晒はというと、おうち時間が多いのでかなり運動不足に…ということでウォーキングを始めました！これがなかなかストレス発散、且つ、美味しそうなお店とかも発見できたりするので、結構楽しいです😊

さてさて、箸休めコーナーは前回に引き続き、テイクアウト特集となります！今回は、餃子大好物の晒がオススメする絶品餃子のお店を2つ紹介します♡

① 元祖 札幌や



弁天町の駅から徒歩約10分程。

ラーメン店にも関わらず、餃子が大人気のお店。1日に3000個も売れるとか🤯カリカリ、もちもちした大ぶりの餃子はニンニクもしっかり効いていて、抜群に美味しいです♪

テイクアウトはもちろん、冷凍餃子の発送も行っています！

🏠 店舗情報

住所：大阪府大阪市港区市岡1-4-23

営業時間：火～日 17:30～22:30（現在は時短営業中）

② 天平 北新地本店



食べログ百名店にも選ばれている、北新地の超有名店。

ひとくち餃子発祥のお店だそうです！

餃子は薄皮でパリッパリ😊ひとくちサイズなのでペロッと食べれちゃいます！

北新地本店のほかに、天満にもお店があります！

🏠 店舗情報

住所：大阪府大阪市北区曽根崎新地1-8-12

営業時間：月～土 17:00～翌2:00（現在は時短営業中）

Yamaichi magazine Vol,9
営業職の働き方改革

発行日	2021年09月02日
著者	晒 瑞季
発行者	販売推進室
HP	 ← 株式会社ヤマイチテクノ公式HP  ← yamaichi magazine バックナンバー

※無断転載、複製はご遠慮ください。