

三三株式会社



設立: 2007年6月

本社: 東京都千代田区九段南4-7-15 JPR市ヶ谷ビル6階

資本金等: 1億4360万円

従業員数: 約50名

事業内容: クラウド名刺管理サービス

「Link Knowledge(リンクナレッジ)」の開発・販売

三三株式会社といえば、名刺管理から企業の収益を最大化させるクラウドサービス「Link Knowledge(リンクナレッジ)」を開発・販売している、ITベンチャーである。過去にはCnet主催のTechVenture賞を受賞するなど、サービスの評価は非常に高い。リンクナレッジは、大手企業を中心にわずか4年ですでに約500社が導入しており、現在では8名の営業担当が全国の企業に対して積極的に営業を展開している。そんな、三三株式会社の営業を裏で支えているのが、営業ツールの企画制作会社であるスリーシーズ。三三株式会社が抱えていた営業の課題とは?そして、スリーシーズはそれをどう解決したのか?

営業ツールを充実させ、受注率の向上、営業力の強化を実現!

■スリーシーズに営業ツール制作を依頼した経緯を教えてください。

設立して4年。今までは、少数の営業担当で属人的に営業をしてきました。しかし、特に最近になって、顧客数も増えてきたため、営業担当を増やしております。その結果、営業担当によって、**売れている人・売れていない人のバラツキが目立ってきておりました。今後を見据え、営業の標準化を模索**しており、それをスリーシーズに相談したのがきっかけです。スリーシーズの提案は、「営業のフロー作り」と「売れている営業マンの営業手法を営業ツール化し、標準化する」ことでした。

■営業ツール制作を内制化ではなく、スリーシーズに外注したのはなぜですか?

1番の理由は、スリーシーズに法人営業と営業ツール制作に対する圧倒的なノウハウと経験があったからです。

社内には、マーケティング部も制作部もありますが、営業的な観点での制作という視点がなかなか無いのが現状でした。スリーシーズは、営業現場にも同行して、**受注に至る経緯を顧客目線から分析した設計書の作成など、売り手側では気付けないポイントで営業を最適化**できることを強みにされています。そのお話を聞きまして、自社では出来ないが、受注率を向上させるためには必要な要素ですので、スリーシーズさんにお任せすることにいたしました。



三三株式会社
取締役 Link Knowledge事業部長
富岡 圭氏



株式会社スリーシーズ
代表取締役 畑中 康彦

■「受注率を向上させる」以外で、営業ツールの効果について教えてください。

2つあるかと思います。1つ目は、営業担当に多くの気付きを与えられること。2つ目は、営業プロセスの改善が出来ることです。

「**営業担当に気付きを与えられる**」というのは、営業ツールを制作する上で、主力の営業マンが全員集まって、スリーシーズとミーティングを重ねていきます。そこで、スリーシーズから「この質問に対してはどのように答えますか?」「この部分の特徴を簡単に説明してください」などと質問が飛び交うわけです。すると、営業担当によって回答がバラバラで、それを全員の中から一番良い答えを探していくわけです。そこに参加した営業担当達は、営業ツールを制作する過程に参加するだけで、トップ営業のトークや考えが盗めてしまう訳です。

2つ目の「**営業のプロセスが改善**」というのは、スリーシーズは営業現場に同行し、どういう順番で商談を組み立てれば更に受注率が向上するかを見てくれるのです。気付けば、**受注率向上を実現する戦略的な「営業プロセス」というものが完成し、今では、それが、弊社の営業のバイブル的な存在**にもなっています。

アプローチブックで再訪問率が2倍へ!!

■アプローチブック制作を進めるにあたり苦労したことは何ですか？

完成まで3か月ほどかかりましたが、気づいたのは営業担当のキラートークがバラバラだったこと。「どう伝えるか」という最適なワーディングはもちろん、「どこから説明するか」というプロセスも見直すいい機会になりました。しかし必勝パターンを持った営業担当に「やり方を変えよう」と理解してもらうには苦労しました。

メンバー全員で『個のこだわり』と『チーム力』どっちが強くあるべきか?とたくさん議論し合いました。最終的には、**個人の工夫だけでは限界、知の共有が自分の営業成果に良い影響をもたらすことが、アプローチブックの制作過程で実感できたため、一致団結し積極的にアイデアを出し合っていました。**

■制作したアプローチブックを実際に使った効果はどうですか？

1つには、アプローチブック導入後、**新人の戦力化に大きな変化が起きたこと。**

2回の新人の受け入れをしましたが、アプローチブック自体がシナリオに沿っているので分かりやすいようです。最近では、「営業ロールプレイング⇒ビデオチェック⇒改善点の修正」という一連の流れができ、客観的に課題を見つけ本人に的確なフィードバックができるようになりました。

2つ目は、**再訪率の上昇です。初回訪問から2回目の商談へ再訪率がそれまでの1.5~2倍に向上しました。**お客さんからも「準備がいいね」とお褒めの言葉を頂戴したり、「話と資料が一致していて分かりやすい説明だった」と言われるようになりました。

営業の標準化もできて、営業力の底上げにも効果があり、メンバーみんなで創りあげた一体感がアプローチブックにはあります。これはもう劇的な変化ですね。



三三株式会社 Link Knowledge 事業部
営業部長 加藤 容輔 氏

■今後のアプローチブックの展開を教えてください。

常に情報鮮度を保つ仕組みを作っています。もっとアプローチブックを使いこなせるように、また、新機能の追加やマーケットの変化に対応できるよう毎週の定例MTG時に、アプローチブックに対するフィードバックを出し合っています。メンバーで話し合い、必要だと判断すればアプローチブックに反映させて、アップデートしています。というのも、「**アプローチブックは鮮度が命**」と畑中さんに言われていますから。将来的には、**ターゲット別や業界別のアプローチブックも作りたい**と考えています。その際は、またスリーシーズさんをお願いしたいと思っています。



アプローチブック 制作風景



アプローチブック コンテンツ一部抜粋



営業ツール制作に関するお問い合わせ

☎ 03-4530-9268 (平日10:00~18:00)

✉ info@3c-s.jp

🌐 <http://www.3c-s.jp>

社 名: 株式会社スリーシーズ

設 立: 2010年1月

本 社: 東京都渋谷区代々木1-30-15 天翔代々木ビル3階

代 表 者: 畑中 康彦

資本金等: 8,000,000円

事業内容: 営業ツール制作、営業コンサルティング、営業研修 等



営業ツール
ラインナップ



名刺



会社パンフレット



アプローチブック



事例集



企画書



小冊子



映像ツール



デジタルツール



サンキューレーター



営業マニュアル



ツール添削



ツール最適化プラン