

SAMPLE

特集レポート No. 081

デジタル営業最前線
(インサイドセールスの登場とITによる次世代化)

Strictly Confidential

 Info Mart Corporation

2019年 08月06日

はじめに

- 近年、長らく続けられてきた企業の営業活動のあり方が大きく変化しており、大手企業においても、営業プロセスを根本的に変革することが求められている
- 営業活動の変化は**分業化**と**デジタル化**という2つの潮流を背景に進んできた。両者によって、人的リソースの最適配分、営業の精度向上が図られ、実績も出始めており、今後もこの動きは加速することが予想される
- 本レポートでは、過去から現在へ至るまでに営業プロセスがどのような変化を遂げたのかを明らかにしたうえで、それを支えるIT/サービスプロバイダーの特徴、ユーザー企業の導入事例などから今日の**デジタル営業**の実態を整理し、今後の展望を探る

本資料の流れ

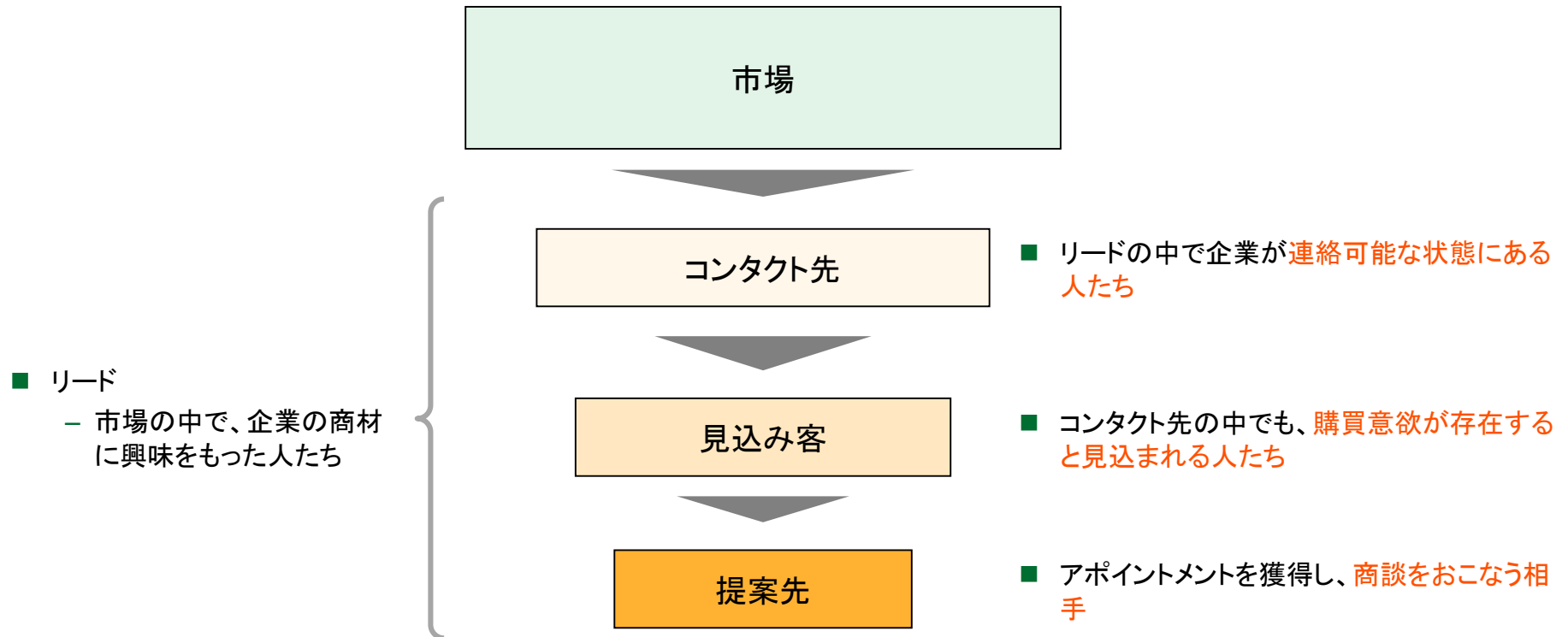


- I. かつての営業と現代の営業
- II. デジタル営業を支えるIT企業
- III. デジタル営業の実践事例
- IV. 営業デジタル化の今後の方向性

用語の定義

- 営業プロセスの変化により、営業段階別にターゲットの企業を区別して管理する考え方が一般的となっている
- 本レポートでは、営業の各段階における企業の呼称として、以下の用語を用いる

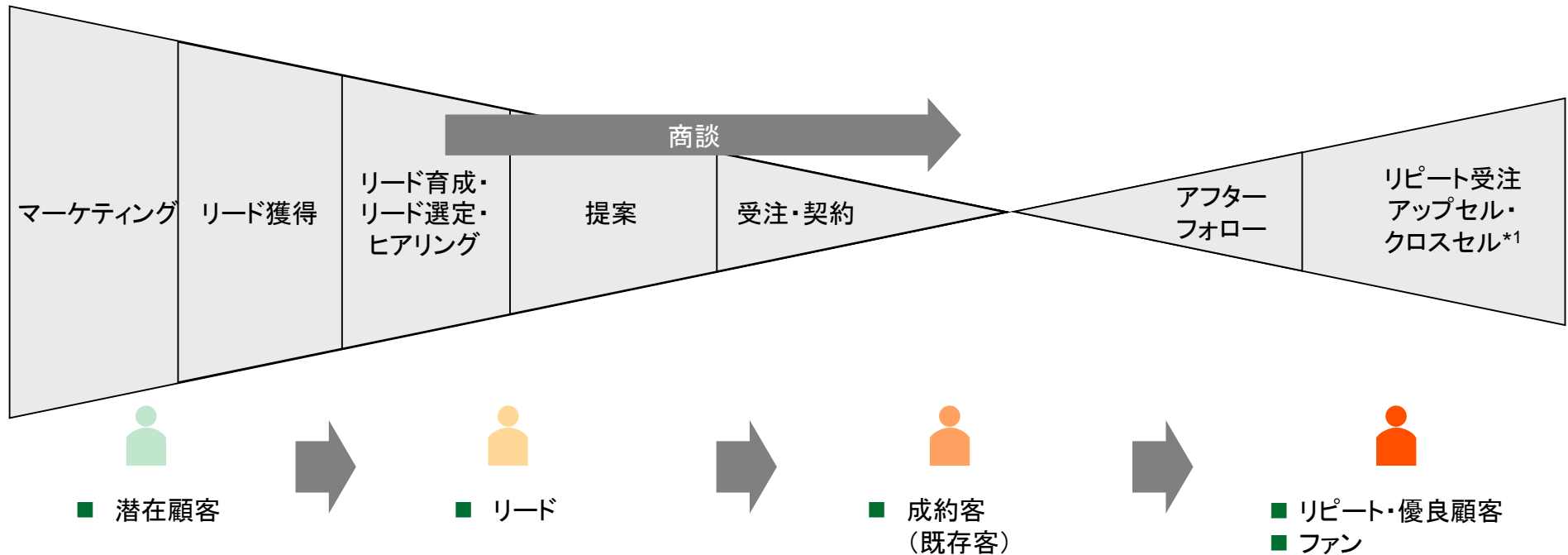
デジタル営業を語る際の頻出ワード



営業ステップと顧客ステータス

- 一般的な営業プロセスでは市場からリード(コンタクト先)を獲得、ヒアリング、提案などの商談プロセスを経て受注に至る
- 受注後はリピート受注/アップセル・クロスセルを狙う既存客としてアフターフォロー、関係維持が図られる

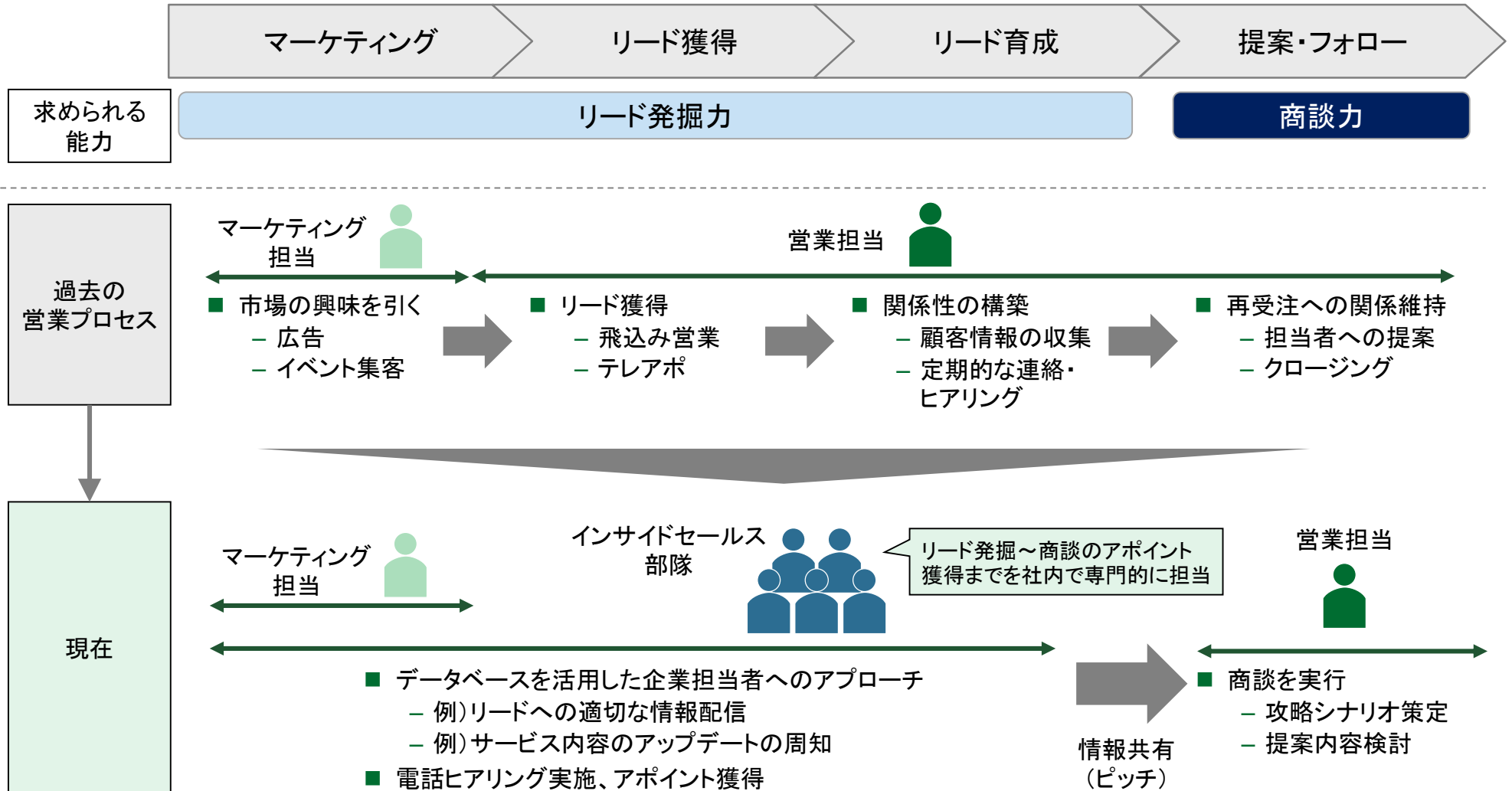
営業ステップと顧客のステータスの変化



注: *1. アップセル:より高額なモデルの商品を勧める手法 クロスセル:セットとして関連商品を勧める手法

営業プロセスにおける分業化の進展

- 営業担当がリード獲得から受注までを一気通貫で担うことが減り、分業化が進んでいる



SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。
その成功の鍵や今後に言及し、「打ち手」を導出します。

