

インサイドセールスの新設で
創業以来最多の新規顧客獲得に成功



導入前：課題



新規顧客が増えない



新規顧客へのアプローチ
時間がない



新規営業向け提案ツール
ノウハウがない



弊社

ご支援



導入後：目標（姿）



取引社数を
毎年増やしていきたい



時間の効率化を図り
新規営業の時間を作りたい



新規営業向けの
専用ツールを作りたい

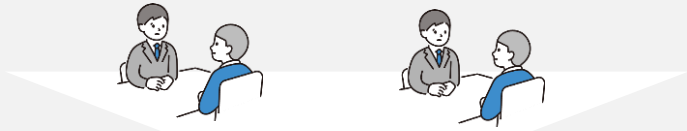
普段の業務（既存顧客等）に追われ、営業のミッションでもある新規開拓が進まない

導入前：行動

訪問する時間がない
準備する時間がない
アポも取れない



09:00		13:00		18:00			
事務作業 既存顧客対応	昼食 移動	既存顧客 訪問	移 動	既存顧客 訪問	新規顧客 飛び込み	移 動	事務 作業



既存顧客優先

新規営業活動をする時間が取れない。

既存顧客メインとなり、「新規顧客から受注」も取れない

導入後：行動（変化）

専門チームでアポ取得
クライアント課題把握
ヒアリング/ツール作成



09:00		13:00		18:00			
事務作業 既存顧客対応	昼食 移動	既存顧客 訪問	移 動	既存顧客 訪問	新規顧客 アポ取得	移 動	事務 作業



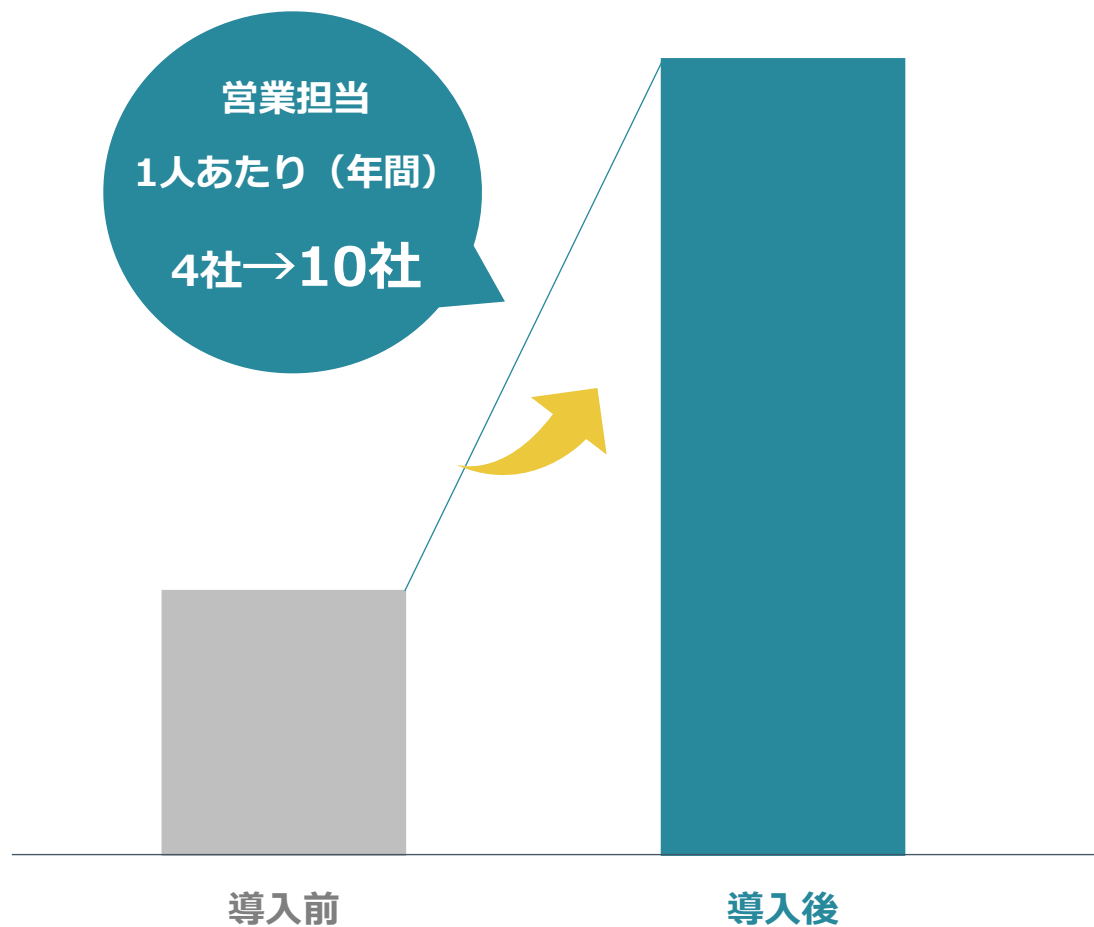
既存顧客優先しながら、効果的な新規営業活動

新規顧客の醸成、アポ取得、新規顧客の課題把握

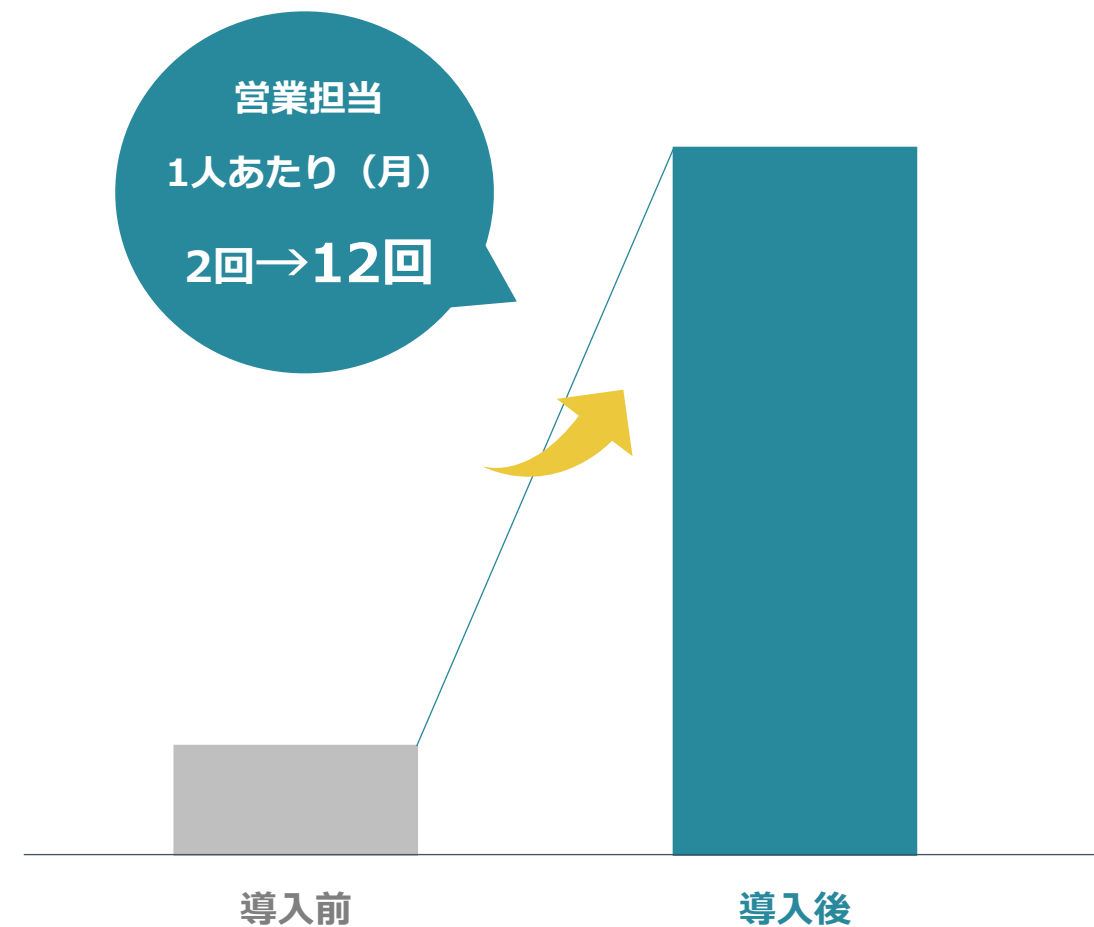
インサイドセールス新設で新規営業の効率化が図れた

営業活動の役割分担をし、営業活用に注力できるようチーム編成と役割を新設

新規顧客口座開設数



新規顧客との初回有効商談数



新規顧客の獲得に成功。訪問前に情報も整理されているため初回から具体提案も可能となった。