



**なぜ“売れる営業”を
再現できないのか？**

買い手主導で変わる営業プロセスの新常識



柴田 優哉

Yuya Shibata

株式会社マツリカ
営業部門
DealPods事業営業責任者

経歴

新卒で株式会社ネオキャリア（jinjer株式会社）に入社

- ・二期連続事業部 MVPを獲得
- ・プレイングマネージャーを経験
- ・セールスイネーブルメントプロジェクト Owner 兼務

セールスイネーブルメントスタートアップに入社

- ・営業特化型 BIツールの営業に従事
- ・SFA/CRMを基盤としたセールスイネーブルメントの支援を経験

株式会社マツリカ DealPods事業部に入社

- ・DealPods事業部の営業責任者としてジョイン

急成長ベンチャー～日系大手企業の営業組織の

営業アクション／営業オペレーション設計・実行を主導。

「テクノロジー×仕組み」を通じて強い営業組織を構築するべくDealPodsに入社。

本日のテーマ

再現性を生み出す営業活動

Chapter1 なぜ“売れる営業を再現”できないのか？

Chapter2 再現性ある営業活動を実現する方法とは？

Chapter3 まとめ

AGENDA

Chapter1

なぜ“売れる営業を再現”できないのか？



購買活動の実態

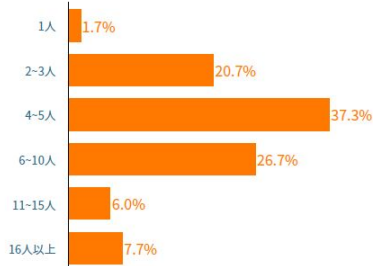
複数人の関与者

複数名がそれぞれ情報と
意見を持ち検討に関与

選定メンバーの人数

選定メンバーの数は何名ほどでしたか？

n=469



合議の意思決定

検討関与者全員の
YESがないと進まない

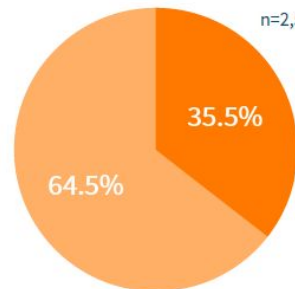


購買経験の乏しさ

法人での購買経験がない人が
約65%

購買実行の経験

n=2,563

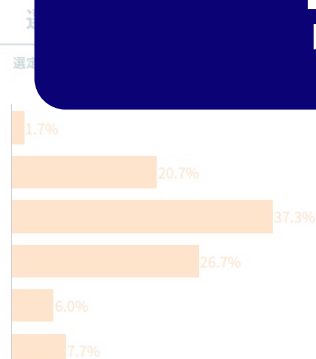


● 経験あり
● 経験なし

購買活動の実態

複数人の関与者

複数名がそれぞれ情報と
意見を持ち検討に関与



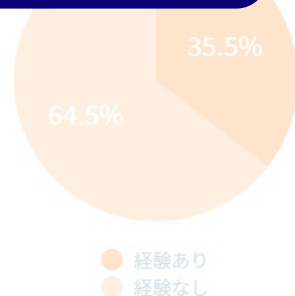
合議の意思決定

検討関与者全員の
YESがないと進まない



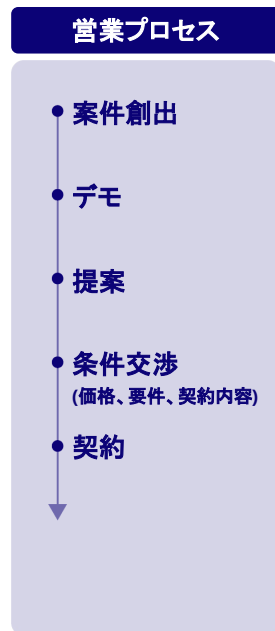
購買経験の乏しさ

法人での購買経験がない人が
約65%

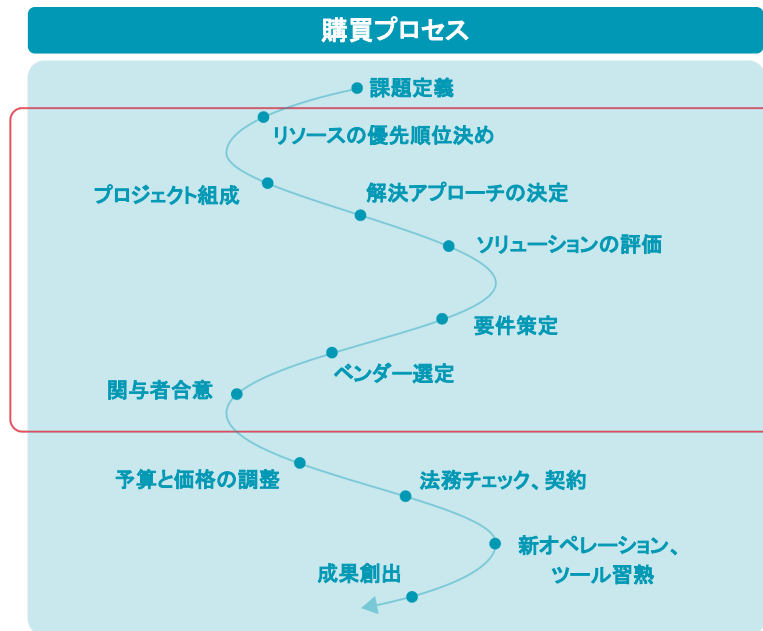


営業難易度が高まっている

現代の購買プロセスの複雑性



VS

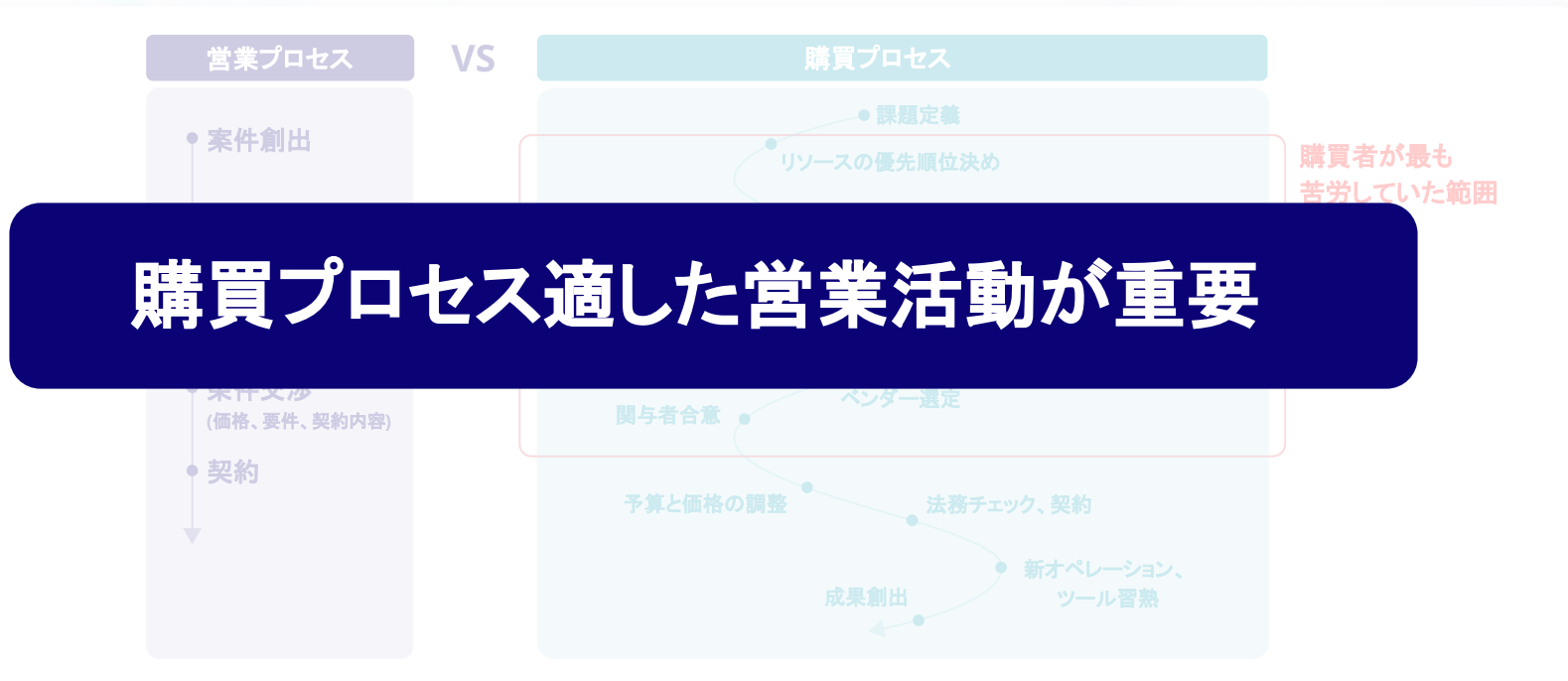


購買者が最も
苦勞していた範囲

下記をもとにマツリカ作成

Fluint: Designing a Sale Around Buying Behavior — Two Shifts That Win Deals <https://www.fluint.io/post/designing-a-sale-around-buying-behaviors-two-shifts-that-win-deals>

現代の購買プロセスの複雑性



下記をもとにマツリカ作成
Fluint: Designing a Sale Around Buying Behavior — Two Shifts That Win Deals <https://www.fluint.io/post/designing-a-sale-around-buying-behaviors-two-shifts-that-win-deals>

Chapter2

再現性ある営業活動を実現する方法とは？



再現性ある営業活動とは、『顧客の購買活動に沿った営業活動』

検討開始・情報収集

複数社から
情報収集を行う



比較検討

いただいた情報を元に
比較する

A社情報 B社情報 C社情報



社内説明

メールで情報を転送
関係者へ説明



上申稟議・決裁

決裁者へ説明し
稟議を通す



再現性ある営業活動の3要素

プロセス



適切な営業プロセス

アクション



適切なアクション

ナレッジ



適切な情報提供

再現性ある営業活動の3要素～プロセス～

プロセス



適切な営業プロセス

従来の営業プロセス



**お客様の現在地がわからず
適切な営業アプローチが行えない**

顧客起点の営業プロセス



購買プロセスの現在地が明確になり
適切な営業アプローチが行える

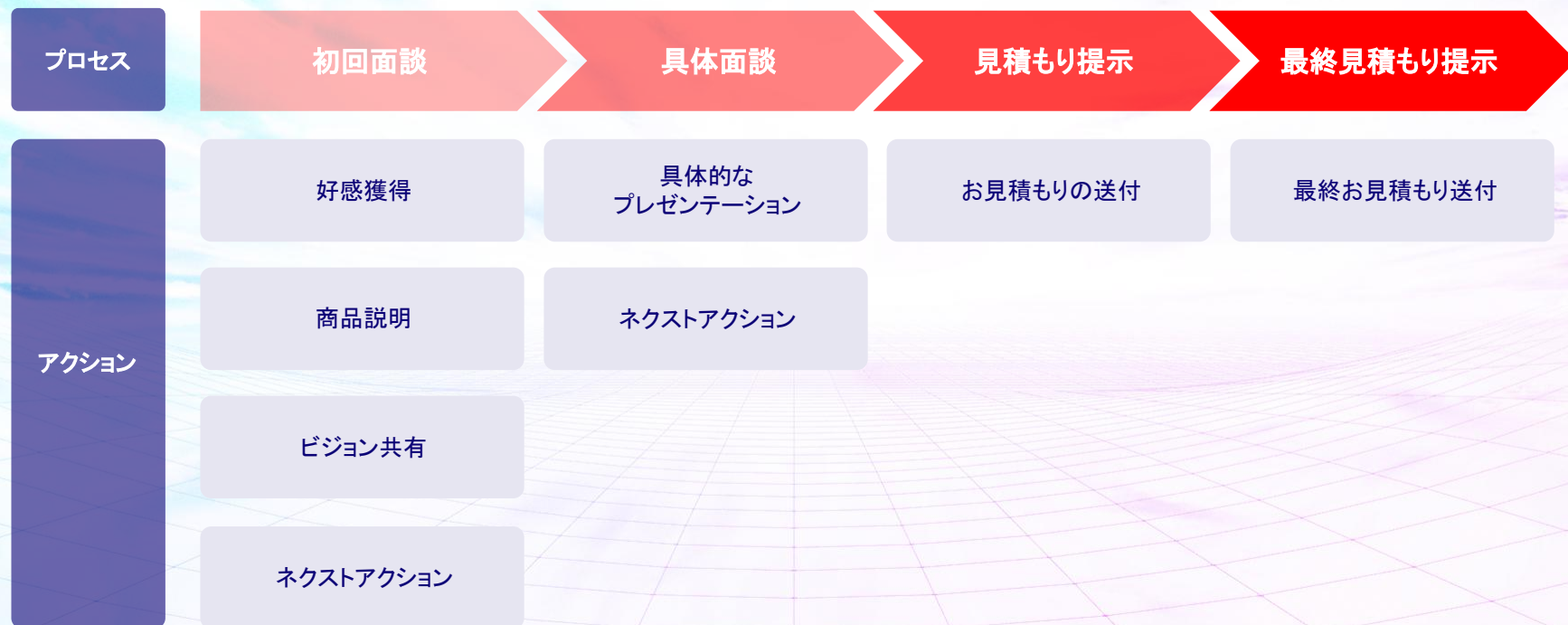
再現性ある営業活動の3要素～アクション～

アクション

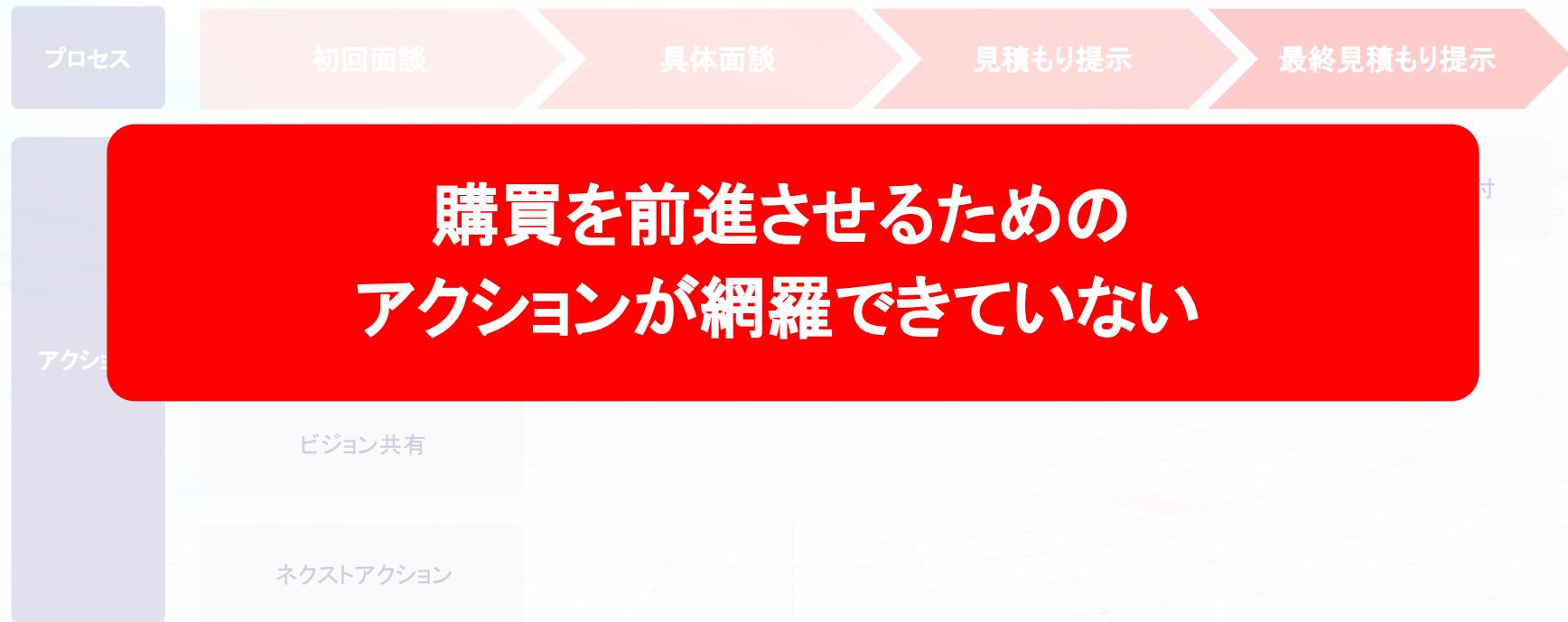


適切なアクション

従来の営業アクション



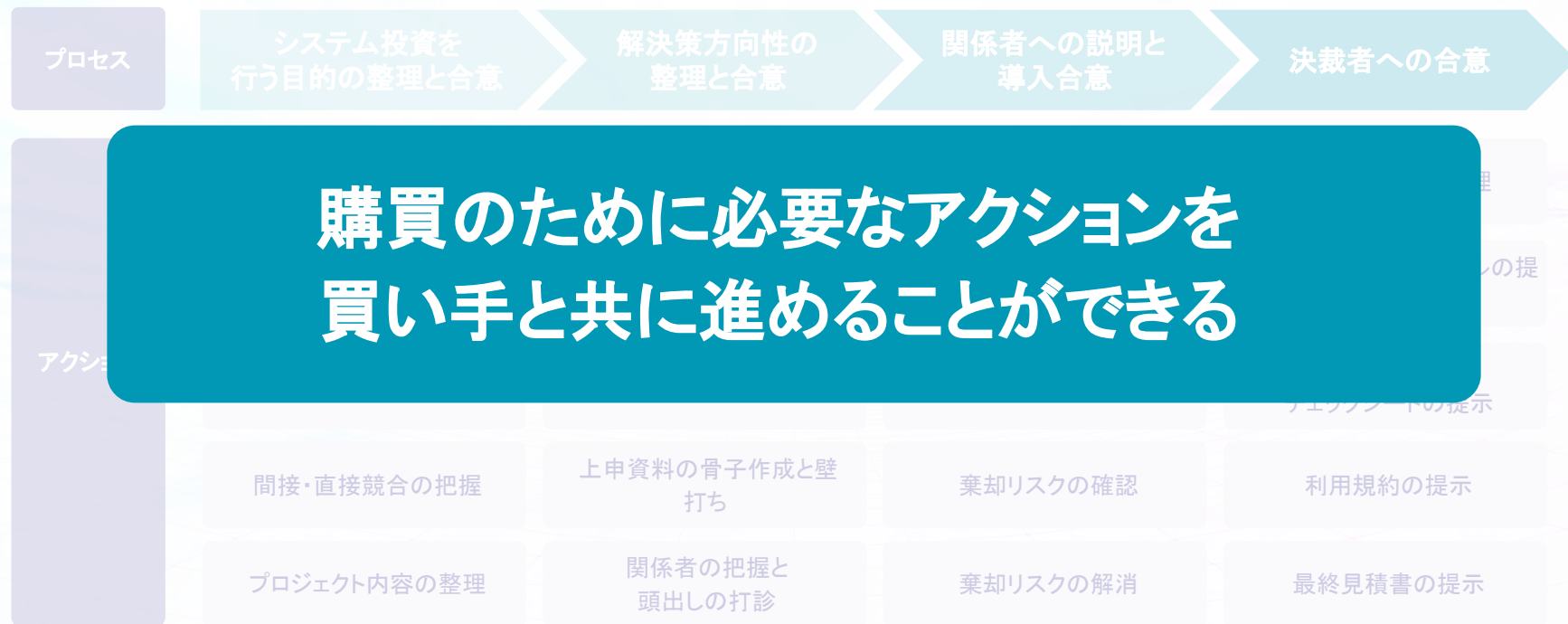
従来の営業アクション



顧客起点の営業アクション



顧客起点の営業アクション



顧客起点の営業アクション

顧客社内での 購買意思決定

1

目の前の人が 社内営業を行う

- ・目の前の人を営業担当と同じレベルの**サービスを理解度**にさせているか？
- ・商談で話した内容を正確に社内に伝えるため**議事録**は共有してるか？
- ・類似の業界の**事例**を話してもらうために送っているか？
- ・顧客社内からの**反論**にも答えられるように準備をしているか？
- ・顧客に検討を進めるための**アクションを設定**できているか？

2

営業が関与者全員と 話し推進する

- ・誰が関与しているのか**把握**はしているのか？
- ・検討におけるキーパーソン、その他関与者と**接触**できているのか？
- ・検討関与者がサービスを理解し、**検討できる状態**なのか？

顧客起点の営業アクション

顧客社内での
購買意思決定

1

目の前の人が
社内営業を行う

社内に上手く説明できず棄却され失注
上司が重要性を理解できず失注

忙しくて検討がストップし失注

2

営業が関与者全員と
話し推進する

キーパーソンに会えず失注

顧客起点の最適化の3要素～ナレッジ

ナレッジ



適切な情報提供

顧客起点の営業アクション



顧客起点の営業アクション



顧客起点の営業アクション

ナレッジ管理

タグ: サービス 目的 商談ステージ 組織 機能

テーマ 業界

リセット

フォルダ

- Mazrica Target
- DealAgent
- Deal Engage
- 送付用
- 入社オリエン
- CSM資料
- 提案用
- テンプレート
- トライアル
- 社内資料
- 個別提案書
- プロフィール
- マーケティング資料 (eBook等)
- インサイドセールス提供資料
- 採用
- Mazrica (SFA/MA/A/B/I)
- Japan Sales Report
- DealPods

1-18 of 18

プレイブック化

DealPodsサービス概要資料

デジタルセールススーム「DealPods」の概要説明資料になります。

DealPodsを使用した営業オペレーション

PDFを見る

上申時の注意点

ご検討をいただく方へ

ご確認いただく点へ

デジタルセールススームの**注意点**

- 1 真新しい概念なので理解されにくい
- 2 業務フローに変わることで変化に対する反発を受けやすい

セキュリティ

DealPodsのセキュリティ

セキュリティ

大企業・金融機関等にも導入・利用いただけるようなセキュリティを確保

PDFを見る

2スライド目に受け入れ実績を掲載しております。

利用規約

DealPods利用規約

The AI workspaces that works for you. i Notion

It's not that AI workspaces completely work for you to create, it gives you and your teams all the to-do, meeting, writing, video editing, etc. all in one place. You can create, edit, and share your work in one place.

https://theaiworkspace.com/ai-workspaces/

ソーゲルウェアの御にご活用ください。

Chapter3

まとめ





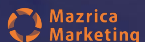
購買活動に沿った**プロセス定義**が再現性の一丁目一番地



プロセスが決まることで必要な**アクション・コンテンツ**が決まる



上記を仕組み化・実行することで**売れる営業の再現性**が生み出せる



ご清聴いただき、ありがとうございました

【お問い合わせ】

株式会社マツリカ
<https://mazrica.com/>