

ブリッジ インターナショナル×日本アイ・ビー・エム

ビジネスのノンコア業務をプロフェッショナルに委託 セールスプロセスの分業で組織全体の収益を向上

ビジネスプロセスの変革によりセールス手法が進化してきた。
ibm.comセンターはその成功例として高い評価を受けている。

同じ思想をもち、アウトソーサーとして独自のビジネスモデルを作り上げたブリッジインターナショナルは、営業力・サービス力強化が必要とされる企業へ、その画期的なサービスを展開中だ。



吉田 融正氏

ブリッジ インターナショナル株式会社
代表取締役社長



高橋 慎介氏

日本アイ・ビー・エム株式会社
ibm.comセンター事業部 理事・事業部長

り、売上を確保しつつ商談の種蒔きが出来るという、理想の営業プロセスを実現させたのがセールスBPOです。

具体的には、営業プロセスを<マーケティング><セールス><リレーション><フォローアップ>という4つのステージに分け、各ステージ内の業務プロセスのうち、電話やEメール、Web等を使ってお客様とコンタクトをとることが可能なものを、当社のコンタクトセンターからスペシャリストがお客様に代わって遂行する専門的なサービスを行っています。最近では、保守契約や消耗品などのセールスを請け負うケースも出てきています。

セールスBPOを作り上げた動機について教えてください。

吉田 ブリッジの創業メンバーの大半は、長年にわたりCRMに携わってきた経験を持っています。当然、企業の営業プロセスやCRM戦略について多くの情報にふれることができました。それがいまのビジネスノウハウに結びついているのです。

そこで気づいたことですが、日本企業では多くの場合、市場醸成、見込発掘、提案、商談、サポートというすべてのプロセスを一人の営業スタッフがカバーしているケースが多い。このため、CRMのシス

テムを導入しても期待どりの効果をもたらすまで持っていく前に、息切れをしてしまうというのが現状です。そこで営業プロセスの中で、どうしても本人がやらなければならないコア以外の業務を我々が代わりに行えば、真のCRMを実現できるのではと考えたのです。そしてこのサービスをセールスBPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)として体系化しました。

IBMの.comセンターも、ビジネスプロセスの変革の必要性から同様の仕組みでビジネスを推進されていると聞いてい

ますが、

高橋 IBMでは1995年頃から営業部門のリエンジニアリングに着手しました。当時は製品のオープン化が進み、提案活動に求められる知識が膨大になったため、売上が個々の営業の能力に大きく左右されていました。そこで、部門全体の販売力を底上げするため、営業プロセスを需要発掘、提案活動、サポートという3つの工程に分離し、それぞれを専任のチームが遂行するスペシャリスト制度を導入しました。

そのような営業プロセスの変革を進めている中で1999年にibm.comセールスセンターは電話を使って需要を発掘する部署としてスタートしたのです。

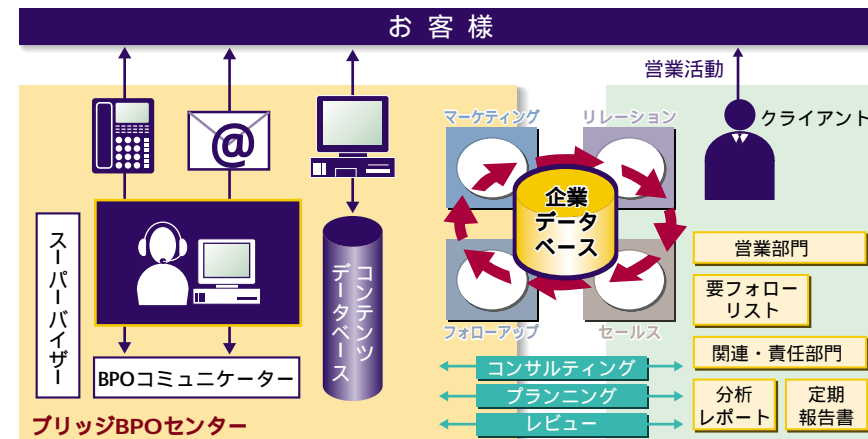
アウトソーシングとインハウスの違いはあっても、ビジネスプロセスの変革を目指すという、ビジネスの方向性はブリッジさんと一緒のようです。

このような営業プロセスの分割や再構築について、社内での抵抗や苦労されたところはありましたか。

高橋 IBMの中でも当センターに懐疑的な人はいました。しかし、最近是我々に対する期待度が高まっていますね。実際、中堅企業の需要発掘では、我々への依存度が高くなり、数億円規模の大型案件発掘でも、数多くの実績を上げています。

苦労話といえば、設立当初は訪問販売の営業が電話を掛けていたのですが、すぐにお客様に会いに行こうとしてしまうんです(笑)。実際、当時はその方が話は早かったのだと思いますが、これでは分業が進まない。そこで、電話専門の人材を急遽集めた覚えがあります。

マルチチャネルセールスBPO



テレセールスに対する顧客のマインドも変化

BPOを推進していき、評価を勝ち得るには人材の確保・教育が重要ですね。

吉田 人材の確保と教育はとても重要です。電話での営業には訪問営業と違うスキルが要求されますから。当社のサービスの強みはフリートークでお客様の情報を聞き出すことなのですが、このため、教育には非常に多くの時間や労力を使っています。

エージェントの研修ではターゲット業種の市場動向やその業界特有のボキャブラリーなどを訓練させ、お客様の担当営業と同じレベルで会話ができるようになるまで教育します。

逆に言えば、スキルを持ったスペシャリストなら、対面の3割程度といわれる声だけのコミュニケーションでも訪問営業以上のアクティビティを実現することができます。言葉の使い方や話の展開の仕方を工夫することにより、お客様の購買パターンや

お問い合わせ先

ブリッジインターナショナル株式会社
世田谷区駒沢1-16-7 駒沢中村ビル7F
TEL:3413-7400 FAX:3413-7409 URL:www.bridge-g.com

興味、今抱えているプロジェクトの情報などを聞き出すことができます。

高橋 ブロードバンドが普及し、お客様側の接続環境が整ってきたことも変化につながっていますね。我々の調査では、電話とWebを併用すると、電話だけの場合に比べ、お客様の満足度が飛躍的に向上しています。

吉田 我々も、電話・Web・ストリーミングコンテンツ・Eメール・DM・ファックスと、あらゆるチャネルを利用してサービスを提供しています。我々はマルチチャネルセールスBPO(☒)と呼んでいますが、ある意味では訪問営業よりクオリティの高い営業活動をすることも可能です。

高橋 昨年、電話だけでPCのセールスを行うチームを立ち上げたのですが、昨年だけで数千社のお客様に当社の製品をお買い上げいただくことができました。我々のビジネスモデルは、多くのお客様に確実に受け入れていただいていると確信しています。