

企業の抱える営業上の悩み 1位は「新規顧客開拓」
労働人口減少、長時間労働抑制のなかでいかに売上を伸ばすかが課題に
～営業課題に関するアンケート結果(2016年4月～2017年3月実施)～

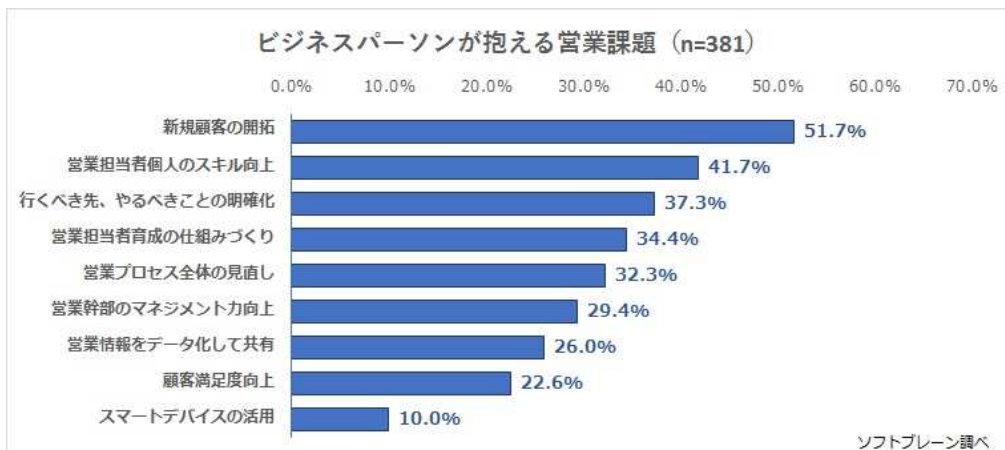
営業課題解決サービスを提供するソフトブレイン株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:豊田浩文、以下 ソフトブレイン)は、ビジネスパーソンを対象に営業課題に関するアンケートの回答を分析しましたので、その結果をご報告いたします。

【調査背景】

近年、労働人口減少、長時間労働抑制といった問題に対し、政府主導で「働き方改革」が推進されています。そうした中、企業には「限られたリソース(人、時間)で売上拡大を目指す」という難しいミッションが求められており、そのためには何に着手すればよいのか悩んでいる企業も少なくありません。

そこで営業課題解決事業を展開するソフトブレインでは、毎月開催しているビジネスパーソンを対象にした営業課題解決セミナーで実施している「営業課題に関するアンケート」(n=381)の結果を集計。2016年4月1日～2017年3月31日に開催したセミナーでのアンケート回答内容をもとに、企業がどのような課題を抱えているかを分析いたしました。

【調査結果】



調査の結果、営業課題の1位は「新規顧客の開拓」(51.7%)で約2人に1人のビジネスパーソンが新規顧客の開拓に悩んでいることがわかりました。

営業課題の2位は「営業担当者個人のスキル向上」で41.7%、3位は「行くべき先、やるべきことの明確化」で37.3%でした。

なお、従業員人数別に見ても「新規顧客の開拓」がどの規模でも1位で、従業員数100人以下の企業(n=76)では53.9%、101人～1,000人以下の企業(n=183)では54.6%、1001人以上の企業(n=122)では45.9%でした。

【具体的な悩み】

アンケートの回答者の具体的な悩みを見ると、「新規営業への時間を作りだすことができていない」（サービス業、従業員数 101～1000 名）、「営業担当者の負荷が高すぎて、残業が多い」（事務機器販売、従業員数 1,001 名以上）、「営業担当者一人一人が個々に動いており、情報が共有化されていない」（建築・土木、従業員数 1,001 名以上）といった内容が寄せられました。

また、「現在導入しているCRM/SFAツールが使い勝手が悪く、うまく機能していない」（紙・印刷業、従業員数 101～1000 名）、「CRM/SFAを導入しているが、リーダーへの定着が進んでおらずチェック出来ていない」（医薬・医療・介護、従業員数 1,001 名以上）といったように営業支援システム（CRM/SFA）を導入している上での悩みも見られました。

新規顧客の開拓や業務の効率化、情報共有などに有用なCRM/SFAですが、導入したものの使いづらくて定着しておらず、宝の持ち腐れとなっていることも多いようです。実際、アンケートにはCRM/SFAの導入を検討しており定着に失敗しないために情報収集をしているという方も多数いらっしゃいました。

【CRM/SFA未導入企業と導入企業で傾向に差】



そこで、アンケートの回答者のうち、既にCRM/SFAを導入している企業に所属している方(n=102)とCRM/SFA未導入企業に所属している方(n=98)に分けて、営業課題を集計してみました。

その結果、CRM/SFA未導入企業では「新規顧客の開拓」が 64.3%で最も多く、次に「行くべき先、やるべきことの明確化」と「営業情報をデータ化して共有」がそれぞれ 46.9%でした。

一方で、CRM/SFA導入企業で最も多かったのは「営業担当者個人のスキル向上」で 52.9%でした。システム導入後に個人のスキルが新たな課題となっている様子がうかがえます。

なお、CRM/SFA導入企業においては「営業情報をデータ化して共有」が課題だと感じている方は未導入企業の 46.9%に対し、26.5%と大きく異なる傾向となりました。

また、CRM/SFA未導入企業で最も多かった「新規顧客の開拓」についてはCRM/SFA導入企業でも 50.0%と引き続き多くの方が課題に感じており、教育面での課題も含め、CRM/SFAを導入するだ

けでは解決しない課題も少なくないことがわかります。

【まとめ】

今回の集計の結果から、CRM/SFAの導入前は「新規顧客の開拓」を筆頭に様々な営業課題を抱えている企業が多い一方で、導入後も単なるデータの共有ツールとしての利用にとどまってしまう企業が少なくないと言えます。

売上拡大や生産性向上を実現するためにCRM/SFAは有用なツールですが、その定着や活用のためには、自社の営業活動自体を改善する教育・トレーニングノウハウや、CRM/SFAで成果を出していくための定着支援体制、システムが使いやすく入力が苦にならないなど、自社の課題や状況に合わせて複数の要素を検討しなければ、「高”モノ”買いの銭失い」になってしまうと言えます。

【用語について】

CRM とは: Customer Relationship Management(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)の略で、売上・利益に貢献する優良客を増やしてビジネスを成功に導く顧客志向のマネジメントのことです。

<http://www.e-sales.jp/crm/>

SFA とは: Sales Force Automation(セールス・フォース・オートメーション)の略で、営業のプロセスや進捗状況を管理し営業活動を効率化するためのシステムです。

<http://www.e-sales.jp/what-is-sfa.html>

【アンケート概要】

テーマ: 営業課題に関するアンケート

収集方法: アンケート用紙記入

期間: 2016年4月1日～2017年3月31日

有効回答数: 381名

調査対象: 営業課題解決セミナーへの出席者

【ソフトブレイン株式会社 会社概要】

会社名 : ソフトブレイン株式会社(東証一部:4779)

所在地 : 東京都中央区八重洲 2-3-1 住友信託銀行八重洲ビル 9F

代表者 : 代表取締役社長 豊田 浩文

設立 : 1992年6月17日

事業内容 : 営業課題解決事業

URL : <http://www.softbrain.co.jp/>

【本ニュースリリースに関するお問合せ先】

■ソフトブレイン株式会社 広報担当 高橋/具志堅

TEL:03-6880-2600 FAX:03-6880-2601

e-mail: press@softbrain.co.jp