

sansan

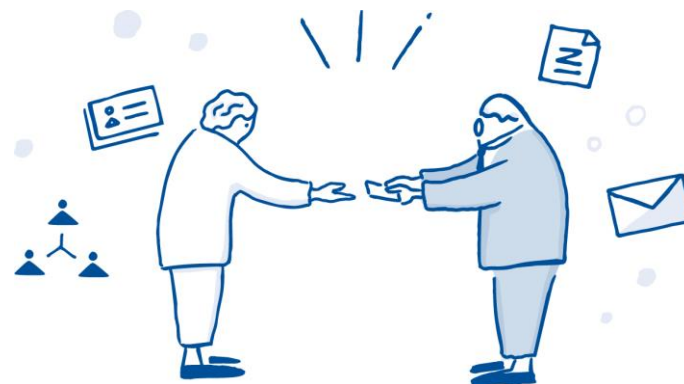
Sansanが取り組む 次世代の営業組織づくり

効率と成長を実現するコツとは？ —————



Contents

- 01	はじめに	2
- 02	営業組織が抱える課題	4
	中長期的な組織づくりに悩む企業が増えている	
	3つの社会背景	
	「働きやすさ」だけでは足りない	
	「働き方改革」の次のフェーズが来ている	
- 03	営業組織に取り入れたい仕組み	9
	「効率重視の成長志向」に応える組織とは？	
	3つのポイント	
	・ 学習環境	
	・ 業務環境	
	・ マネジメント	
- 04	まとめ	20



01

はじめに

はじめに

転職という選択肢がより一般的になり、優秀な営業担当者が流動的に職場を選ぶようになってきました。

最近ではワークライフバランスが整っている前提で、効率よく成長したいという思いを抱えている人が増えています。
働きやすいだけでは社員が定着しないのです。

そんな中、組織が継続的に成果を出すためには、組織風土や環境の見直しが欠かせません。

この資料では、ビジネスパーソンの価値観の変化を捉えながら、次世代の営業組織づくりについて、
Sansan社内の取り組みも交えてご紹介します。

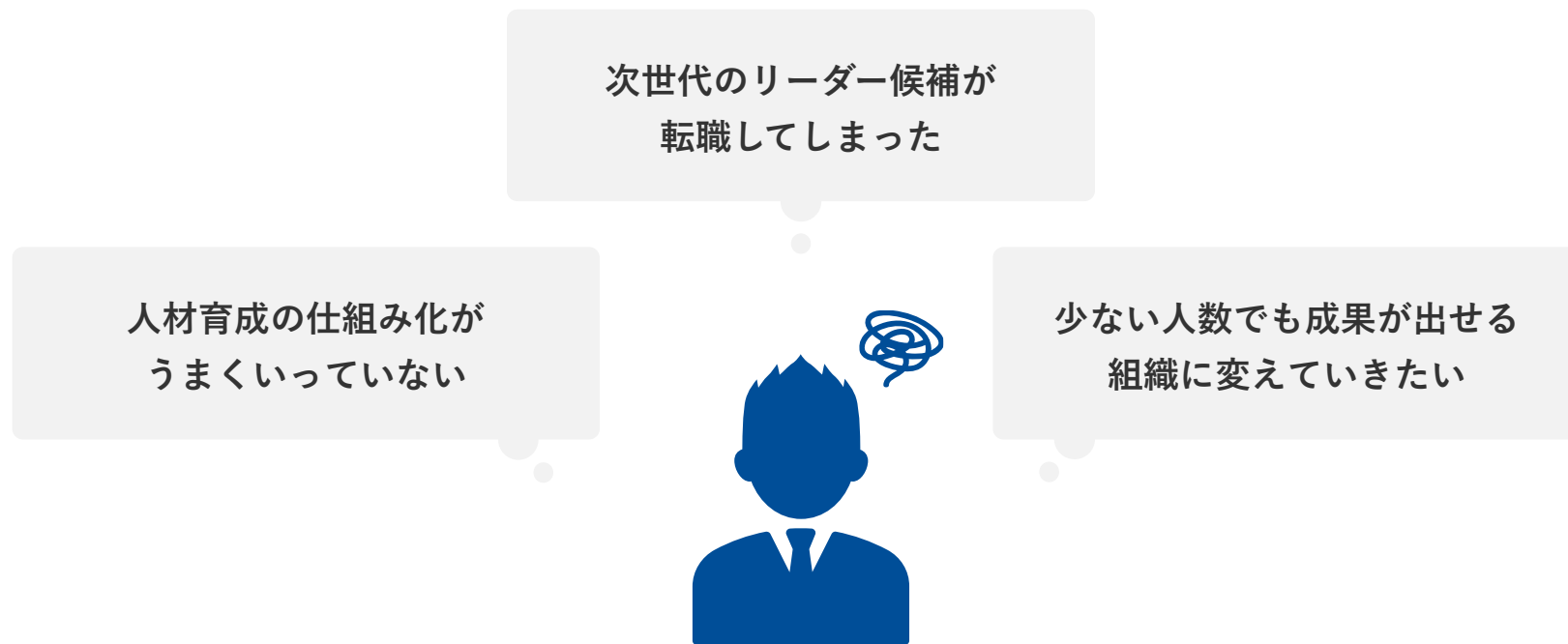


02

営業組織が抱える課題

中長期的な組織づくりに悩む企業が増えている

人材の流動性が高まり、人手不足も加速する中、中長期的な組織作りに悩む企業が増えています。



これらの課題に取り組むにあたり、まずは働く人の価値観を捉えることが必要です。

3つの社会背景

昨今における、働く人の価値観を捉えるうえで、押さえておきたい3つの背景があります。

1

大きな社会不安を経験

- リーマンショックや新型コロナウイルス
- 日本経済の停滞
- 終身雇用の崩壊



キャリアへの漠然とした不安

2

同世代の活躍の可視化

- SNSでのつながり
- 経済メディアの情報
- 起業・スタートアップ



周囲との比較から来る焦り

3

「タイパ志向」の浸透

- 効率や利便性を重視
- 情報は簡単に手に入る
- オンラインで完結



職場の生産性への意識の高まり

「働きやすさ」だけでは足りない

こうした不安や焦りは、定量調査にも表れています。

「自分は別の会社や部署で通用しなくなるのではないかと感じる」

48.9%

「学生時代の友人・知人と比べて、差をつけられているように感じる」

38.6%

「このまま所属する会社の仕事をしても成長できないと感じる」

35.0%

「働きやすい」以外の付加価値がないと、
人材流出やモチベーションの低下につながる可能性がある



出典：リクルートワークス研究所「大手企業における若手育成状況調査報告書」
回答者：2019年～2021年に就職した者従業員1000名以上の企業の、入社3年目までの社員

「働き方改革」の次のフェーズが来ている

働く人々の価値観は積み上げでフェーズアップしていると捉えることができます。



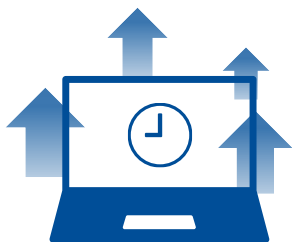
ワークライフバランスは当たり前にあるものとして
短縮された「ワーク」のなかで着実に成長したい「効率重視の成長志向」が生まれている

03

営業組織に取り入れたい仕組み

「効率重視の成長志向」に答える組織とは？

効率



- 時間の使い方に無駄がない
- デジタル化された仕組み
- 汎用性・再現性がある

成長



- 知識やスキルを学べる環境
- 個人が実績を作るチャンス
- キャリアについて考える機会



これらを満たし、
リーダーやハイパフォーマーが生まれる組織に

3つのポイント

営業組織が成果を継続的に出すために、以下の3点で取り組みを行うことが重要です。

01

学習環境

02

業務環境

03

マネジメント



学習環境

01

最短で1人前の営業にすることを組織全体の共通認識に

「1人前になるのに10年にかかる」のではタイプが悪いと思われることも。
社内での認識を揃える必要がある。



02

事例や教材を豊富に用意し、いつでも誰でも閲覧可能に

集合型の研修や紙の資料ではなく、オンラインで効率的に学べる環境を作る。



03

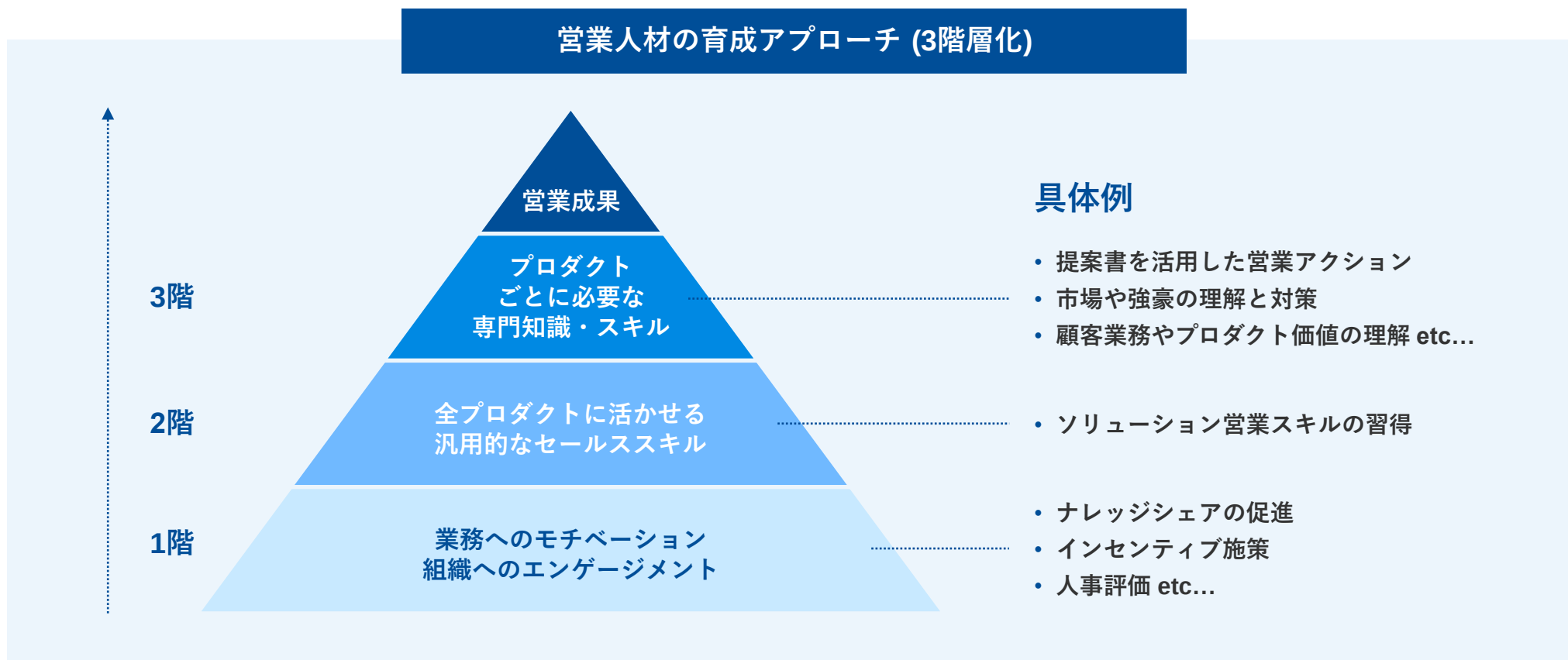
再現性を視野に入れて、汎用的なスキルを提供

業界やサービスの専門知識だけでなく、
その手前にある汎用的なスキルを学習できる環境を用意する



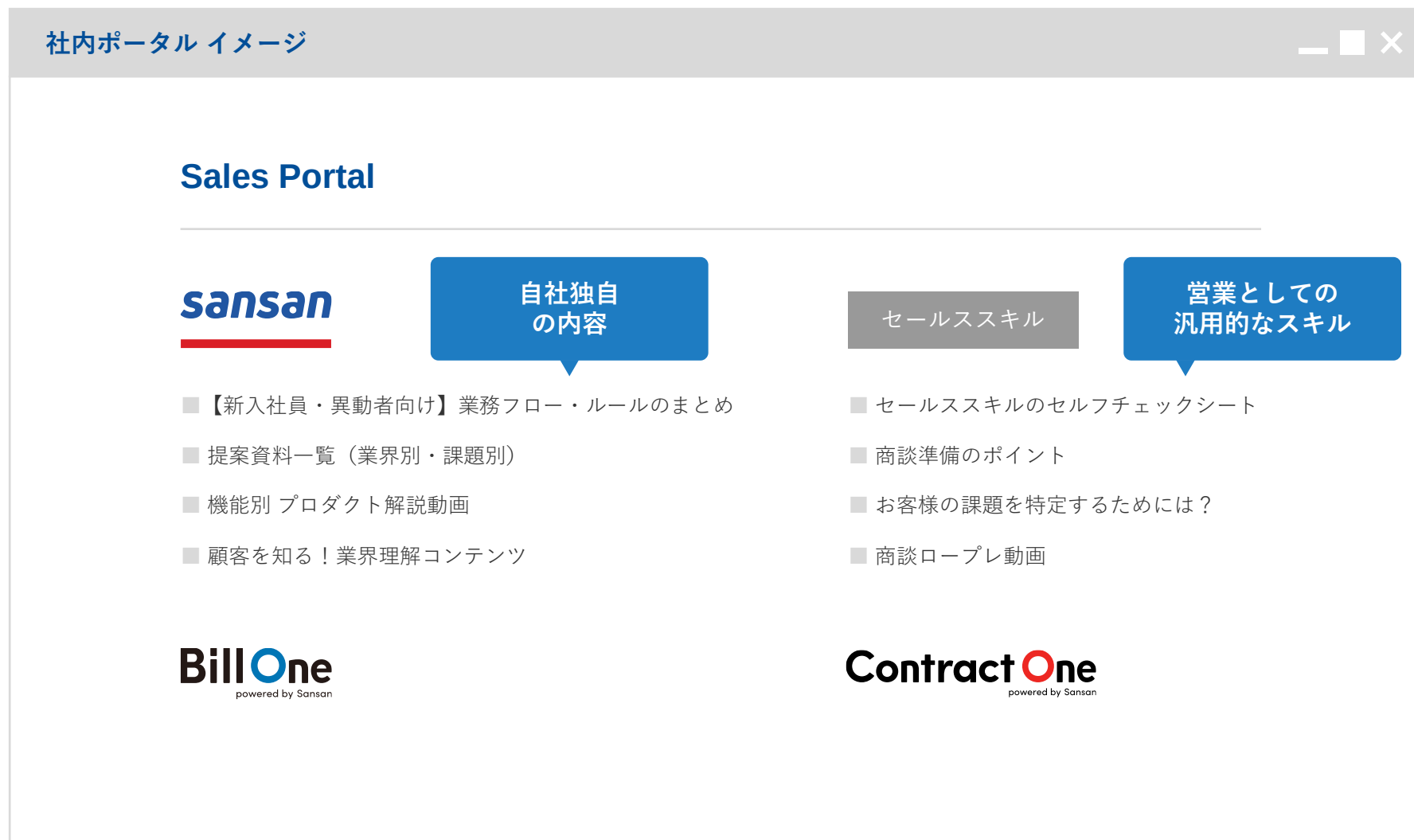
Sansan社内の取り組み（学習環境）

- ・ 営業担当者の生産性やスキル向上に向き合う専門チーム「セールスイネーブルメント」の組成
- ・ 6カ月以内での立ち上げを目標に、研修プログラムの企画運営や、配属先のマネジャーと連携した On the Job Training の支援等を実施



Sansan社内の取り組み（学習環境）

全社的な社内ポータルサイトとは別で、営業職専用のポータルサイトを設置



業務環境

01

提案準備にかかる時間を組織全体で短縮

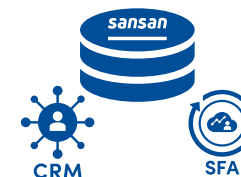
提案資料の定型化や、ナレッジシェアの仕組みづくりを行う。



02

顧客情報を統合し、いつでもどこでも確認できる環境に

商談履歴などを簡単に確認できる環境を構築。
社内連携の無駄をなくし、より効率的な営業活動につなげる。



03

業務上のコミュニケーションを効率的に取れる仕組み

顧客との接点を増やすためにも、社内での情報共有をスムーズに。



Sansan社内の取り組み（業務環境）

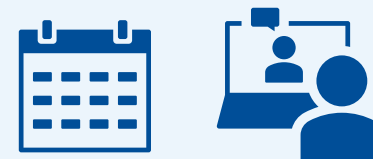
必要な情報にすぐにアクセス可能、コミュニケーションも効率を重視



- 提案資料は共通化し、顧客課題や業界ごとのバリエーションも予め用意
- 個別にアレンジされた資料も社内共有し、ナレッジとして蓄積



- マーケティング、IS、営業、CSまで、全員が一つの顧客データを利用
- 同じ顧客に対する別事業部の活動履歴もSansanで相互に確認



- カレンダーをオープンに共有し、空いていれば自由にミーティングをセット
- チャットはオープンチャンネルで運用し、過去のやりとりをいつでも検索

Sansan社内の取り組み（業務環境）

- ・社内ミーティングは「30分単位」でのセットが基本ルール。「15分」でもセット可
- ・マネジャー自身が商談準備などを積極的に効率化し、メンバーのサポートに割く時間を捻出
- ・マネジャーは各メンバーと「1on1ミーティング」を実施し、業務やキャリア、コンディションについて対話

営業マネジャーのスケジュールイメージ					
	月	火	水	木	金
9:00	全社朝会				
10:00			□□社 訪問	案件相談：□□社	
11:00	マネジャー定例会議	□□社 Web商談		●●さん 商談ロープレ	[1on1] ●●さん [1on1] ●●さん
12:00					
13:00			□□社 Web商談		
14:00		□□社 Web商談		□□社 訪問	[1on1] ●●さん [1on1] ●●さん [1on1] ●●さん
15:00	□□社 訪問	●●さん 商談ロープレ	ミーティングや商談不可		
16:00		営業×CS 定例会議			採用面接
17:00	案件相談：□□社		案件相談：□□社	営業部 定例会議	

マネジメント

01

会議体の運営も「効率」と「成長」

資料を読み上げるだけの会議は極力減らす。
成功/失敗事例を共有し、改善のヒントを出すことでメンバーの成長を促進



02

業務を効率化し、メンバーとの対話に時間を割く

「1on1ミーティング」などを取り入れ、
業務時間の中で15分~30分程度の対話を継続的に行うことが重要。



03

マネジャーがキャリア支援の視点も持つ

キャリアについての検討機会や、希望のキャリアに近づいている実感があると
仕事への意欲が高まり、営業成果にもつながる。



1on1ミーティングの基本

マネジャーは「管理者」ではなく、「支援者」に徹する



- 行動管理や評価ではなく、日々の業務やキャリア実現の「支援」が目的。
- アジェンダは双方が持ち寄るが、基本的にはメンバー主導で進める。
- マネジャーは「問いかけ」と「傾聴」を重視する。



- 中長期的なキャリアについても会話をし、日々の業務とのリンク付けを図る。
- 課題だけでなく「強み」や「身についていること」にも焦点を当てることで、キャリア形成の前進感を醸成。



- 2人の間で議事録を残し、継続的な対話の積み上げを図る。
- マネジャー自身も振り返りを行い、提供する支援の質を高めていく。

03

まとめ

まとめ

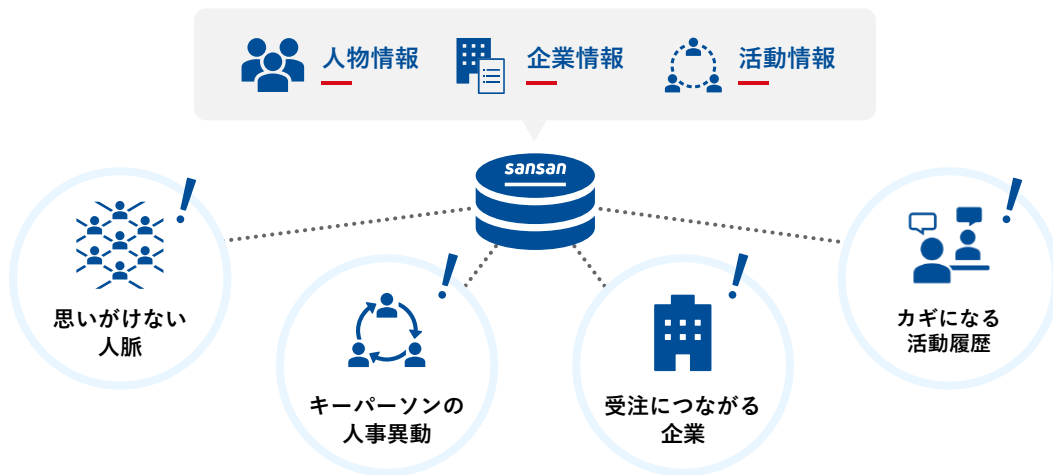
- 働く人の中で「効率重視の成長志向」が価値観として浸透し始めている。
- 継続的に成果を出すためには、この価値観に合わせた組織づくりが必要に。
- 生産性の高い働き方と、成長支援の取り組みを重視する風土が鍵になる。
- 営業組織が継続的な成果を出すために、学習環境、業務環境、マネジメントの観点で取り組みを行うことが重要。



Sansanの活用で生産性の高い働き方を実現

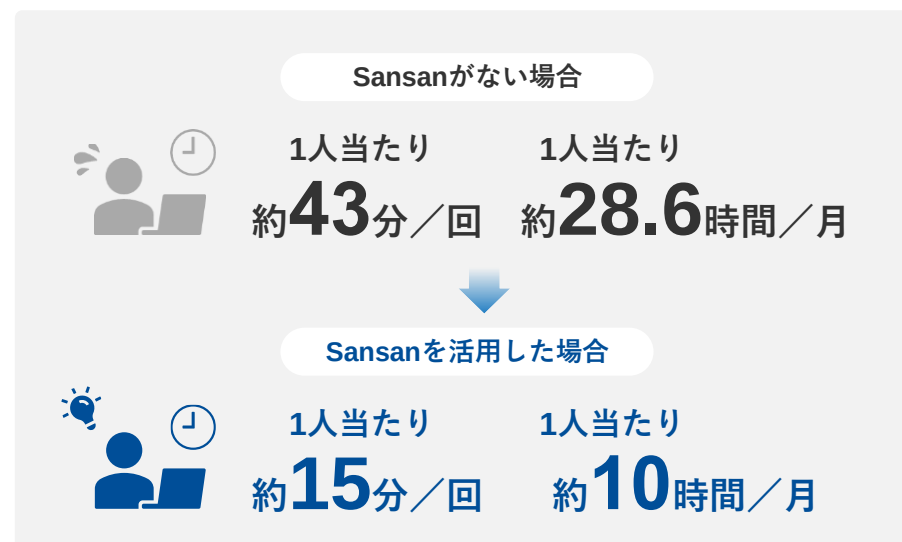
ビジネス機会の最大化による 売上拡大

人物や企業、活動に関する情報を、全社で共有できるデータベースを構築。
ビジネス機会に気付くことで、営業のチャンス
をさらに広げることができます。



生産性の向上による コスト削減

商談準備には、1回の商談あたり43分、1カ月に
換算すると28.6時間かかっています。
必要な情報が一元管理されているSansanを活用
することで、この時間を大幅に削減できます。



* 出典：株式会社UKABU 「商談準備に関する実態調査」 (2021)

お問い合わせ・関連記事

営業DXサービス「Sansan」

Sansanにログインする

<https://ap.sansan.com/>

サポートセンターにお問い合わせをする

<https://jp-help.sansan.com/hc/ja>

関連する記事・ヘルプサイト

セールスイネーブルメントで、営業の再現性を高めよう

https://sin.sansan.com/best_practice/sales-enablement/

スマートな営業活動を実現。

効果的なターゲット企業選定と情報収集のコツ

https://sin.sansan.com/best_practice/searching-target-companies/

企業DBで企業を検索する

<https://jp-help.sansan.com/hc/ja/articles/115003345354>

sansan

