

sansan

属人化防止のための 商談管理



Contents

- 01	はじめに	2
- 02	営業の属人化を防ぐためには	4
	なぜ属人化してしまうのか	
	属人化のリスク	
	商談管理の方法	
	商談管理に記載すべき内容	
	属人化を防ぐためのポイント	
	Sansan社の事例	
	商談管理のさらなるメリット	
- 03	Sansanを活用した商談管理	12
	Sansanでの商談管理方法	
	Sansanで商談管理を行うメリット	
	商談以外の接点もSansanで管理	
	活用事例	
- 04	まとめ	18



01



はじめに

はじめに

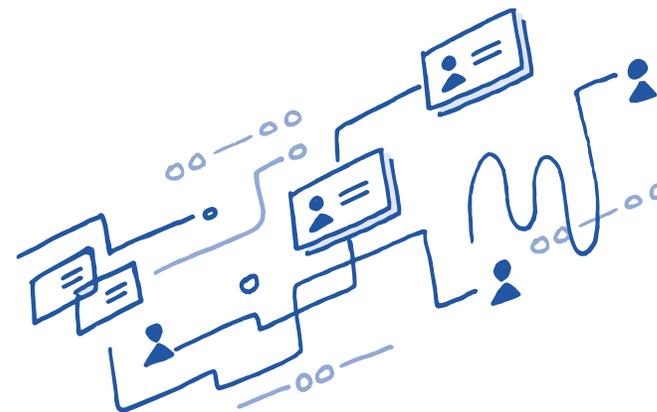
営業組織の課題として多く挙がるのが「属人化」です。

営業の属人化が起きている組織では、以下のようなことが起きています。思い当たることはないでしょうか。

- ・ 営業担当が休日中に顧客から連絡があったが、他のメンバーでは対応できなかった
- ・ 優秀な営業が退職してしまい、売上が大幅に下がってしまった
- ・ 各メンバーの活動が把握できず、組織としての戦略が立てられない

これらを放置すると、営業成果が頭打ちになり組織的な成長が見込めません。

本資料では、商談管理によって営業の属人化を防ぐポイントを紹介します。



02

営業の属人化を防ぐためには

なぜ属人化してしまうのか

営業が属人化してしまう原因は主に3つです。

1 営業活動が個人任せになっている

営業のプロセスが標準化されていないと、各メンバーが異なる動きをしてしまいスキルにばらつきが生まれます。

2 情報共有の文化がない

営業メンバー同士の交流の場や、情報共有のための場がないと、積極的な情報交換が行われません。

3 組織としての目標がない

組織全体で追いかける目標がないと、ノウハウ共有のメリットを感じられず、自分だけがよければ十分という発想になってしまいます。

属人化のリスク

営業の属人化によるリスクには以下のようなものがあります。

1 重複アプローチによる顧客体験の毀損

商談中に別の営業がアプローチしていたことが判明した、直近での失注に気づかずアプローチしてしまったということが挙げられます。

2 引き継ぎ漏れの発生

退職や異動に伴う引き継ぎの際、過去の記憶をたどって引き継ぎ資料を作るのは難しいもの。重要な情報を引き継げない可能性もあります。

3 成果が個人のスキルに依存する

ノウハウが共有されないため、優秀な営業担当の退職により部署全体の売上が下がる、スキルの低いメンバーの育成に時間がかかるといった恐れがあります。

これらのリスクを防ぐために、商談管理を実施していきましょう。

商談管理の方法

商談管理を行うための方法は複数あります。それぞれのメリット、デメリットについて解説します。

方法	メリット	デメリット
書面	<ul style="list-style-type: none">• フォーマットを印刷すればすぐに始めることができる• 誰でも簡単に扱える	<ul style="list-style-type: none">• 管理が煩雑になる• データをまとめて集計、分析することが難しい
Excel	<ul style="list-style-type: none">• 使い慣れたツールで記入がしやすい• 簡単に集計できる	<ul style="list-style-type: none">• ローカル環境での管理が基本であるため、同時編集がしづらい• 膨大なデータを扱うことやデータの抽出が難しい
スプレッドシート	<ul style="list-style-type: none">• Excelのメリットに加え、同時に編集ができる	<ul style="list-style-type: none">• 膨大なデータを扱うことやデータの抽出が難しい
SFA、CRM	<ul style="list-style-type: none">• 顧客情報などと一緒に一元管理できる• リアルタイムで共有できる	<ul style="list-style-type: none">• 導入コストが高い• 機能が複雑なため、使い方のレクチャーが必要

商談管理に記載すべき内容

商談管理に記載すべき内容は、各企業の営業スタイルに沿って決める必要があります。

商談相手に確認すべき項目をテンプレートに含めると、ヒアリングの意識づけができるため、商談の標準化にもつながります。

なお、項目が多すぎると記入が負担となってしまうため、営業メンバーにも確認をしながら内容を決めましょう。

ここでは項目の一例を記載します。

日時	担当者	提案商材	顧客の流入経路
商談目的	商談フェーズ	商談内容	課題
受注確度	売り上げ見込み額	決裁フロー	ネクストアクション

属人化を防ぐためのポイント

商談管理を活用し、属人化を防ぐためのポイントは以下になります。

1 関係者全員が 閲覧可能な状態にする

上長だけでなく、組織の全員が必要なときに必要な情報を閲覧できる状態にすることが重要です。

2 データを一元管理する

データを点在させず、一本化するようにしましょう。
最新版のデータがわかりやすくなり、集計、分析もしやすくなります。

3 営業担当が進んで入力できる ツールを利用する

商談管理はメンバー全員が記載をしなければ意味がありません。
抵抗感がないツールを選定し、ルールを決めて記入を後押ししましょう。

Sansan社の事例

Sansan社では、申込書受領までのフェーズを7段階に分け、商談管理を行っています。
社内で共通した指標を利用することで、商談の確度、ステータスを正確に把握することが可能です。

	内容	Exit Criteria (完了条件)
P1	商談の見極め	推進部門から顧客の目指す姿 (To Be) について情報を得られている。
P2	課題の特定	顧客の現状 (As Is) / 目指す姿 (To Be) を整理し、提案の方向性を特定できている。
P3	推進者との提案内容合意	推進者が提案内容に賛同しており、企画書の概要が固まっている (背景・導入目的・導入効果・運用提案・導入スケジュール・価格概算を整理、推進者との目線を合わせる)
P4	意思決定者との提案内容合意	意思決定者に導入価値を認識してもらう
P5	価格/申込日の最終合意	価格、導入スケジュールを最終交渉し、意思決定者と導入を最終合意する
P6	稟議決裁	稟議決裁が完了している
P7	確定	申込書を受領している

商談管理のさらなるメリット

商談管理を実施すると、リスクを防ぐことができるだけでなく、以下のようなメリットもあります。

1 営業担当のスキルアップ

商談管理の内容をもとに、上長からフィードバックを行う、メンバー同士のノウハウを共有するといったことで営業のスキルアップに繋がります。

2 顧客との関係強化

過去の情報をもとに、それぞれの顧客に合わせた提案が適切なタイミングで実施できるようになります。

3 営業戦略の精度向上

各メンバーが入力したデータから、勝ちパターン、負けパターンの分析を行うことができるようになり、今後の戦略に活かせるようになります。

03

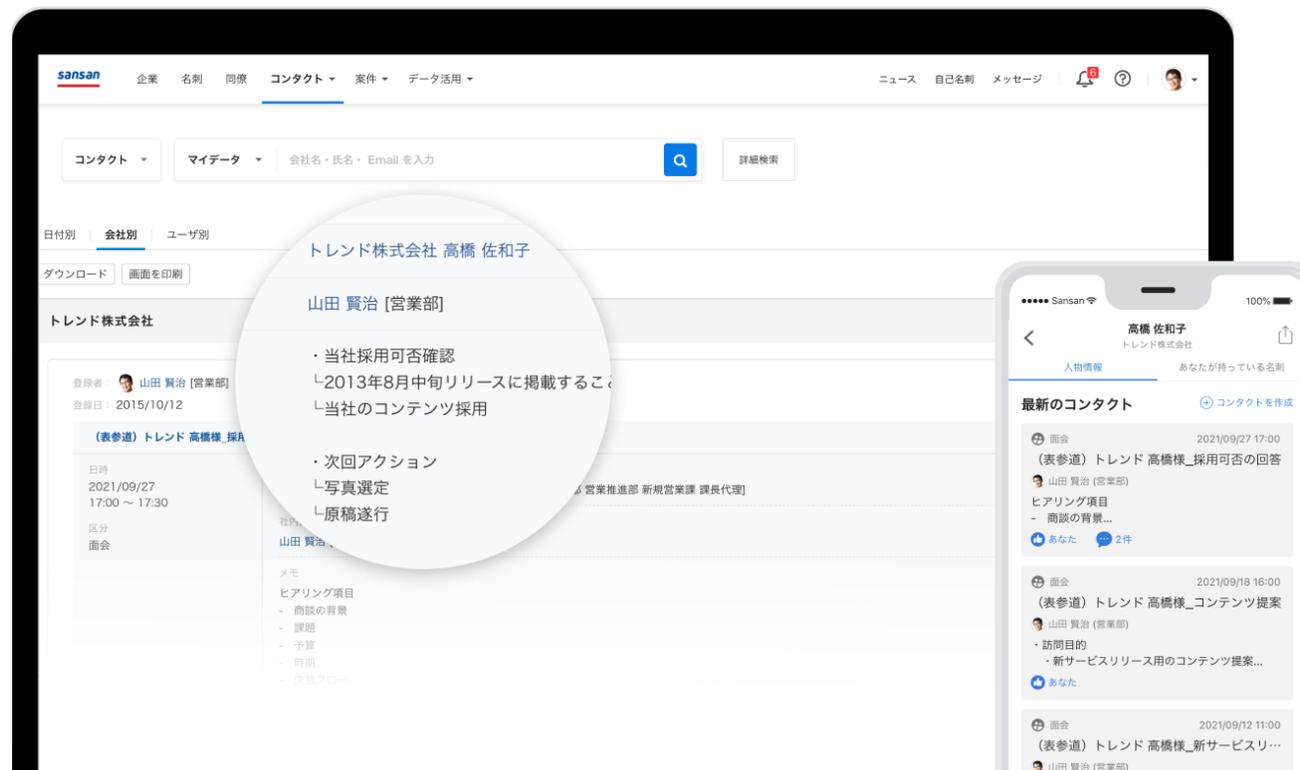
Sansanを活用した商談管理

Sansanでの商談管理方法

Sansanでは、コンタクトを活用して商談管理を行うことができます。

コンタクトとは、名刺交換をした相手に対して、その後のコンタクト履歴（面会や電話、メール）を人物に紐づけて記録を残すことができる機能です。PC、スマートフォンアプリ、どちらからでも利用可能です。

カテゴリやメモに記載する内容をカスタマイズすることができるため、それぞれの企業に適した運用が可能です。



Sansanで商談管理を行うメリット

Sansanで商談管理を行うメリットは以下です。

1 名刺に紐づけて記録ができる

名刺情報と商談管理を連携させることで、常に最新の顧客情報を参照することができます。

2 外出先でも記録を残せる

スマートフォンアプリからも利用できるので、記憶が鮮明なうちに登録が可能です。移動中などのすきま時間も有効活用できます。

3 過去の商談を簡単に確認

企業名や時期などで簡単に検索が可能です。同僚の商談も確認できるので、営業のバッティングを防ぐことができます。

商談以外の接点もSansanで管理①

ターゲット企業/キーパーソンとの接点有無の確認

企業の[会社詳細](#)画面を確認すると、[組織ツリー](#)や[接点マップ](#)を通じて、その企業のキーパーソンに対して接点を持っているかが一目で分かります。

さくら生命保険株式会社 > 組織ツリー

さくら生命保険株式会社

財務・業績

拠点 (9)

組織ツリー (23)

接点マップ

名刺 (57)

活動履歴 (16)

案件 (3)

ニュース

人事異動・連絡先変更

社内のニュース

企業のニュース

部署・拠点

名刺所有者 全体

最終接点日

表示する項目 未接触人物 所有者情報 退職済み人物 [検索条件をクリア](#)

さくら生命保険 29名 (接点あり23名、未接触6名) Powered by ダイヤモンド企業情報編集社

部署 拠点

すべて開く | すべてたたむ

さくら生命保険 29名 (接点あり23名、未接触6名)

役員等 5名

お客様サービスセンター事務サービス部 1名

システム企画部 4名

部長 治田 能人 最終接点日:2022/02/17

[技術部] 田中 太郎 接点数:1 最終接点日:2022/02/17

[技術部] 伊藤 奈々 接点数:6 最終接点日:2022/02/17

[営業部] 佐藤 太郎 接点数:3 最終接点日:2022/02/17

[営業部] 山田 賢治 接点数:13 最終接点日:2017/02/13

システム企画G 2名

酒井 崇陽 最終接点日:2022/03/20

[営業部] 佐藤 太郎 接点数:3 最終接点日:2022/03/20

[技術部] 伊藤 奈々 接点数:6 最終接点日:2022/03/20

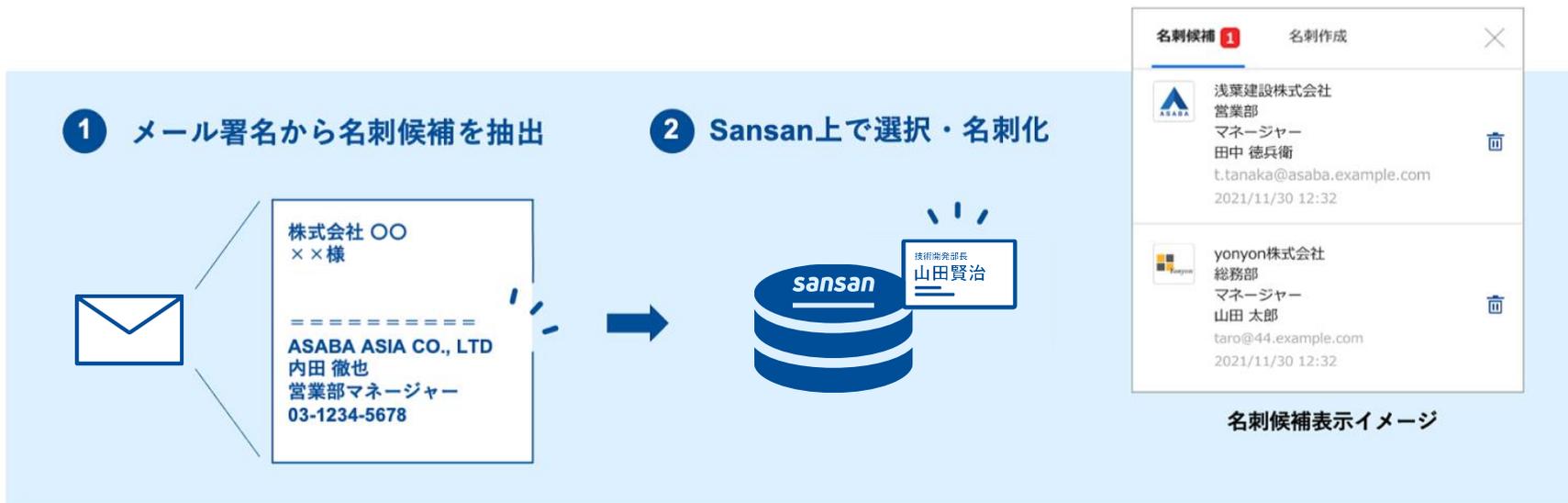
商談以外の接点もSansanで管理②

メールでの接点を自動で取り込む

名刺交換できていない相手の連絡先を、メールの署名や差出人情報から自動で抽出し、Sansan上に名刺データとして蓄積できる機能です。

紙の名刺とデジタル名刺を基点にした正確な接点情報に加え、

メールでの接点も蓄積することで、営業活動の基盤となる網羅性の高いデータベースを構築します。



※ご契約状況によっては利用いただけない機能の場合もございます。予めご了承ください。

活用事例：株式会社ノダ



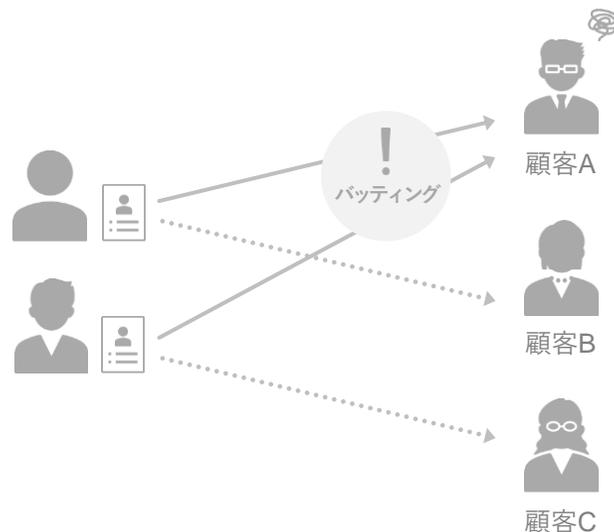
株式会社ノダ

- 事業内容
各種木型の製造（ゴム・スポンジ・樹脂フィルム・その他工業用製品製造用など）
- 従業員数
50～199名

CONTACT利用者は80%超え。会議や資料作成の効率化を実現。

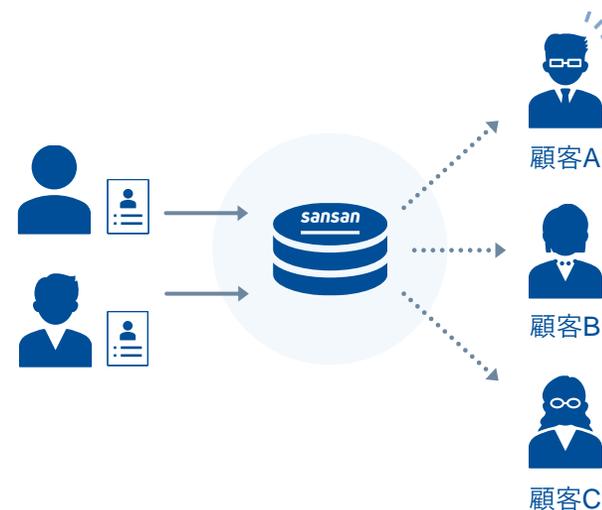
BEFORE

- ・顧客情報の管理を各拠点でバラバラに行っていた
- ・営業のバッティングが発生していた
- ・営業会議を週1回実施していた



AFTER

- ・リアルタイムで情報が共有されるようになった
- ・営業会議は月1回に
- ・1時間以上かかることもあった会議の資料作成が不要に
- ・会議でより深いコミュニケーションが可能になった



本事例の詳細はこちら ▶ <https://sin.sansan.com/stories/suf32/>

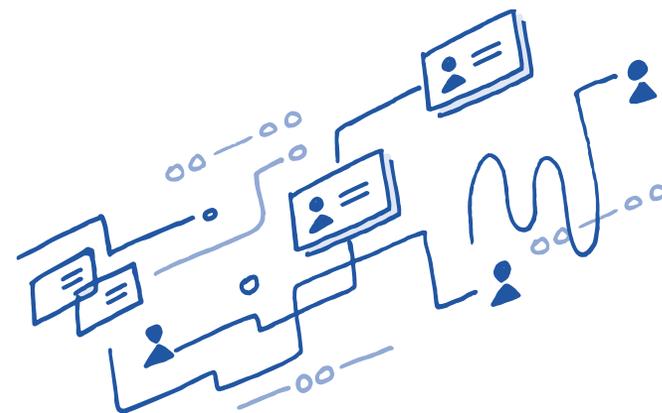
04



まとめ

まとめ

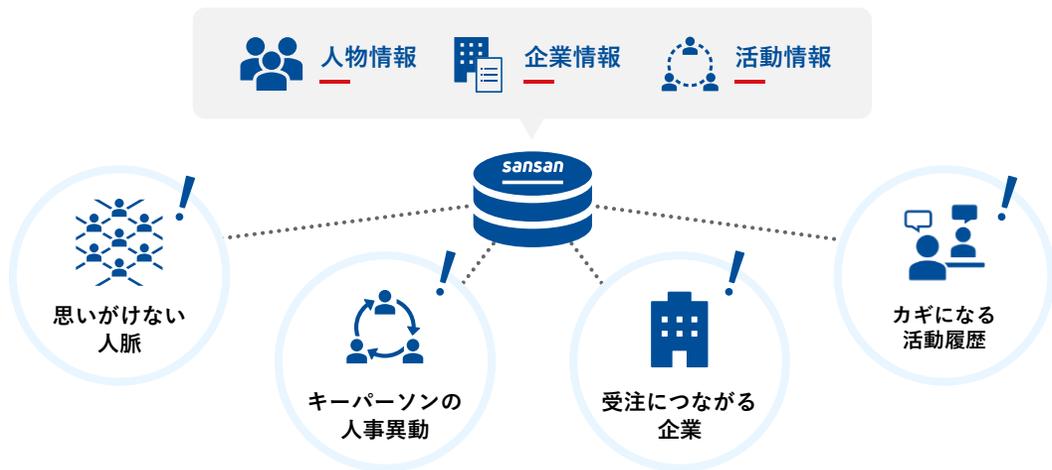
- 商談管理が属人化すると、重複アプローチによる顧客体験の毀損、引き継ぎ漏れの発生、成果が個人のスキルに依存するといったリスクがある。
- 商談管理の方法、記載内容は各企業に合わせて選ぶことが重要。
- 商談管理を活用し属人化を防ぐために、関係者全員が閲覧可能な状態にする、データを一元管理する、営業担当が進んで入力できるツールを利用するといったポイントを抑える。
- 商談管理を実施すると、営業担当のスキルアップ、顧客との関係強化、営業戦略の精度向上など、リスクを防ぐ以上のメリットがある。
- Sansanではコンタクトを利用して商談管理を行うことができる。Sansanを利用すると、名刺に紐づけて記録ができる、外出先でも記録を残せる、過去の商談を簡単に確認できるといった利点がある。



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

5分で商談の質UP。商談メモをSansanで管理すべき4つの理由

https://sin.sansan.com/best_practice/sansan_memo_5min/

すきま時間に、スマホアプリで商談管理

https://sin.sansan.com/best_practice/how_to_report_with_app/

コンタクト運用を定着させる3つのコツ

https://sin.sansan.com/best_practice/contact-successful-case/

コンタクトとは

<https://jp-help.sansan.com/hc/ja/articles/206508317>

sansan

