

# 訪問セールスをオンラインセールスに 切り替える手順

# 訪問セールスとオンラインセールスの違い

## アポイントの取得～商談までを基本的にオンラインで行う

### 営業の流れ※すべてオンライン

見込み客の育成



アポイントの取得



商談



クロージング



受注



アフターフォロー



### 使用するツールが異なる

オンライン商談ツール



電子契約サービス

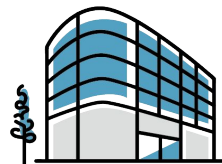


見込み客や営業の  
進捗管理ツール



などオンライン商談ならではの営業ツールを活用

在宅チームとの連携が必要  
(アポイントの取得を自社で行わない場合)



# オンラインセールスとは？

アポイントの取得～商談までを基本的にオンラインで行う

営業の流れ※すべてオンライン

見込み客の育成



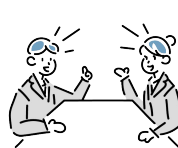
アポイントの取得



商談



クロージング



受注



アフターフォロー



# 訪問セールスとオンラインセールスの違い

## 使用するツールが異なる

### 訪問セールスの場合

訪問用に資料を作成



紙の契約書で契約



見込み客や営業の  
進捗を紙で管理



など紙媒体での管理が多い

### オンラインセールスの場合

オンライン商談ツール



電子契約サービス



見込み客や営業の  
進捗管理ツール



などオンライン商談ならではの営業ツールを活用

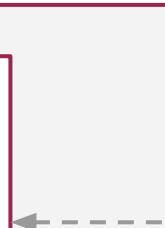
オンラインセールスの場合、在宅チームとの連携が必要



在宅チーム



貴社



# 訪問セールスをオンラインセールスに切り替える際に直面する問題

## 1 商談のアポイントが取れなくなった

オンラインでアポイントを獲得するために動いているが...



対面での営業を求められる



オンラインの商談に持ち込めない



オンラインでのアポイントを獲得できず  
オンラインセールス化できない



## 2 オンラインツールの活用が難しい

オンラインセールスに  
切り替えたいが...



初めてのツールばかりで  
効果的な活用方法がわからない

使用するツールも多く  
ツール自体の管理が難しい

オンラインセールスへの  
移行がうまくいかない...



# 訪問セールスをオンラインセールスに切り替える際に直面する問題

## 3 顧客との関係値を築きづらい

訪問営業では「名刺交換」などを行い



関係値を築くことができていた...

オンライン商談では名刺交換などができないため  
どのように関係値を築けば良いのかわからない



## 4 在宅チームとの連携が難しい

適切な連携方法がわからない...



コミュニケーション頻度



わかりやすいやり取りの方法

+

生産性の管理もできないため



売上に伸び悩む



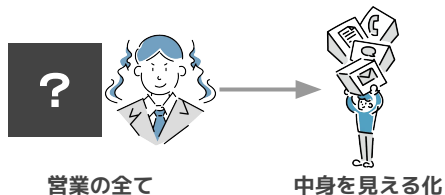
最悪、売上が落ちてしまう

# オンラインセールスに切り替えるメリット

1

## 商談の見える化ができる

これまでブラックボックス化されていた  
トップ営業マンの商談を見える化

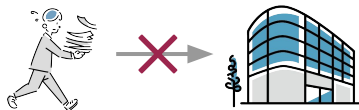


その結果、トップ営業マンの  
営業を仕組み化し横展開できるため  
『商談能力を底上げ』できる

2

## 従業員の労働時間を 削減できる

移動時間を削減できるため『労働時間』を削減可能



残業で利益率が逼迫している場合でも  
コスト削減可能



人件費の削減

訪問→オンラインで  
交通費削減

3

## 商圈が広がる

訪問の場合



営業する商圈が  
限られてしまう

オンラインに切り替えると



全国47都道府県  
すべての商圈に  
アクセス可能

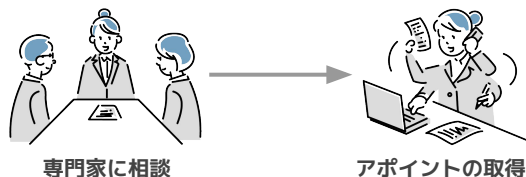
取得できるアポイント数や受注数に  
大きな変化が表れる

# オンラインセールスに切り替える際は営業の専門家への相談が重要

## オンラインセールスではアポイントを取得しなければ営業が始まらない

『アポイントの取得』と同時並行で営業ノウハウを『自社に蓄積』

営業の専門家に相談しアポイントを取得を進める



経験豊富な専門家に依頼することで

網羅性

再現性

を担保しつつ高効率でアポイント取得が可能

営業代行会社のノウハウを自社に蓄積する



社内に営業ノウハウを築成することで

自社営業マンの育成

を実現し会社全体の営業力の底上げが可能



# オンラインセールスに切り替える際は営業の専門家への相談が重要

## ノウハウを自社に蓄積すれば オンラインセールスを内製化することも可能

『業務を仕組み化』することで**オンラインセールスの基盤を固める**



アポイントの取得



ツールを活用



在宅チームとの連携

**準備が整っていない状態で切り替えるのは危険！**

**『経営戦略の見直し』や『営業活動のシュリンク』の検討が必要になることも...**



# 訪問セールスをオンラインセールスに切り替える手順

## 1. 現状の営業活動の整理

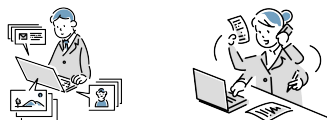
### 状況整理&戦略立案



状況から最適な戦略をご提案

## 2-1. アポイントの開始

### オンラインセールスで アポイントを獲得するための活動



トークスクリプトを作成し活動

## 2-2. 営業力の強化

### 同時並行でオンラインセールスを強化



セールスロールプレイング

セールスサーバイ

セールスの改善策立案

## 3. オンラインセールス開始

### アポイント取得後、実際の商談



オンラインセールス

## 4. 数値改善

### 下記項目をリアルタイムで改善

ターゲットごとの  
架電件数

アポイント取得件数

商談後の受注率  
(成約率)

アポイントを  
取得しやすい時間帯

トークスクリプト

その他

## 5. 仕組み化

### 受注に至るまでを1年間かけて体系化



※2~3ヶ月で整えようとすると  
失敗するケースが多い

# 株式会社アイドマ・ホールディングスのオンラインセールス支援サービスの事例

## 1. オンラインセールス導入によるコスト削減

導入前

営業人員50名  
交通費：3,700万円



導入後

営業人員50名  
交通費：1,900万円

1,800万円のコスト削減

1,800万円の経常利益を出すことに貢献

## 2. 架電件数 & アポイント取得件数

導入前

架電件数：78,780件  
アポイント取得件数：260件



導入後

架電件数：81,654件  
アポイント取得件数：400件

架電件数：2,874件増

アポ取得数：140件増

オンラインセールスへ移行することにより  
営業における必要十分以上のコストを削減し  
『固定費の変動費化や商圈の拡大』による利益最大化が可能です

株式会社アイドマ・ホールディングスでは無料相談をご用意しておりますので  
まずはお気軽に無料相談からご利用ください。



株式会社 アイドマ・ホールディングス

所在地：〒171-0022 東京都豊島区南池袋2-25-5 藤久ビル東5号館 4F  
TEL：03-5985-8290 FAX：03-5985-8291