

インサイドセールス代行会社が

The Model型組織を徹底解説！

注意点や組織構築についてなど気になる部分を解消

sora PROJECT

株式会社soraプロジェクト

こんな方におすすめ

自社内でThe Model型組織を構築しているorしようとしている方
営業代行を検討されている方

解決する課題

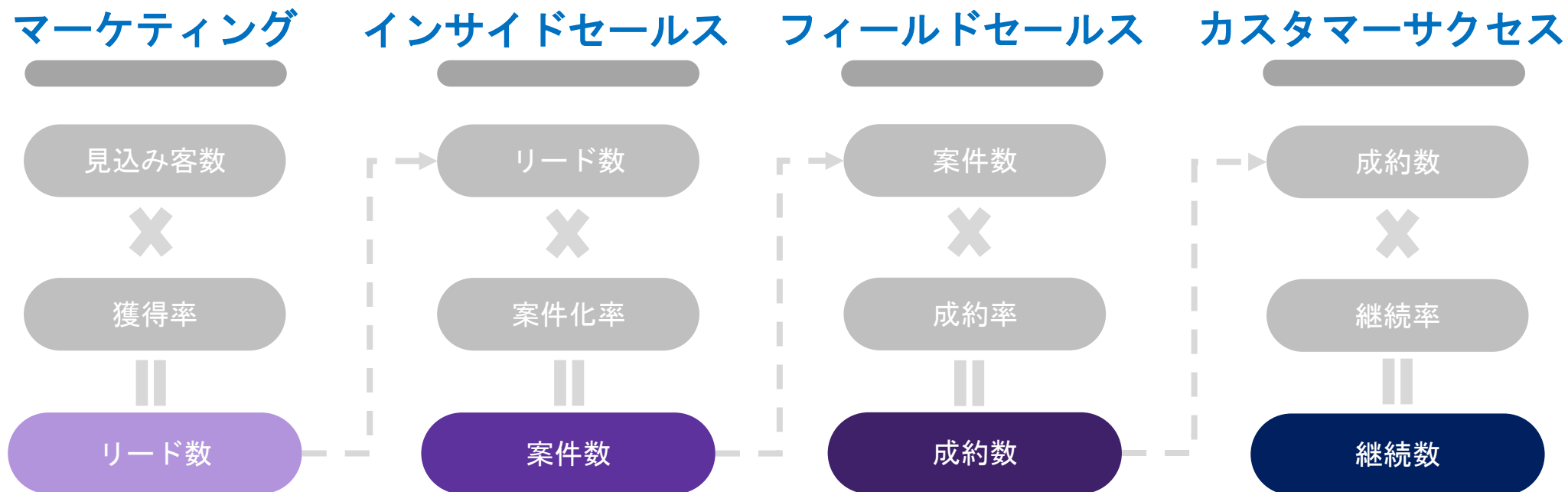
The Model型組織が自社にあるのか判断できる
The Model型組織で上手く回る様にできる

- 1 **The Model型組織とは？**
- 2 **The Modelのよくある勘違い**
- 3 **各役割でのKPI設計について**
- 4 **各役割での評価設計について**

The Model型組織とは？



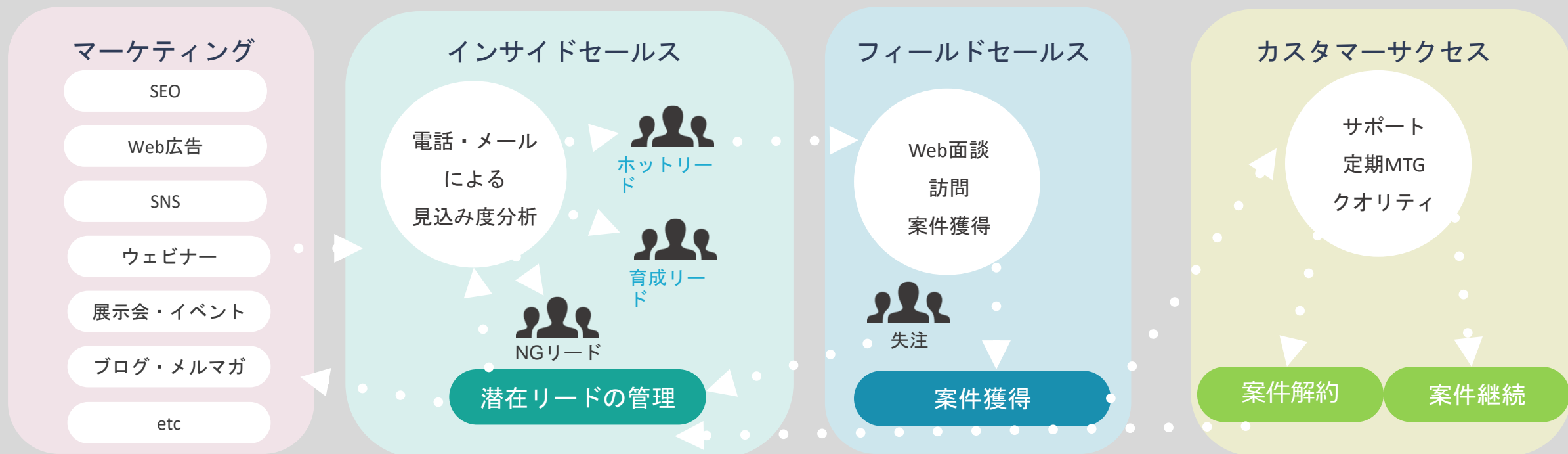
The Model型組織とは？



営業を上記4分割し、それぞれの役割に特化させる形で分業する体制
必要な能力やリソース等を完全に分業することで、それぞれの結果と
合わせてどこがボトルネックとなっているのか分かり易く改善も
行いやすいというメリットを持っています。

The Model型組織とは？

大量に獲得したリードを精査し継続的に回していく



理想的なフローとしてはマーケティングが効率よくリードを獲得し、インサイドセールスがトスアップし、フィールドセールスが具体的な提案を行い、カスタマーサクセスが顧客満足度を高めていく

The Modelのよくある勘違い



The Modelのよくある勘違い

勘違い①分業化させただけで上手く回ると誤って思ってしまう

⇒一貫通貫のスタイルから急に変わると、「今までならこういう事を聞いていたのに！」

「なんでこんな条件で成約したんだ！」「MTGじゃなくて電話で十分じゃないか！」等々
今までと比較してしまい属人性のぶつかり合いになる可能性があります

勘違い②ボトルネックが見つかり易いから改善が容易

⇒例えば、継続率が低い＝カスタマーサクセスの責任には直結しません。

実はフィールドセールスが無理やり成約していたり、もっと手前のインサイドセールスが
コールドリードをトスアップしている可能性やマーケの取るリード自体に問題がある場合もあります

勘違い③いわゆる部署（役割）間の溝が無くなる

⇒勘違い②を理由に自役割の数値が悪いのは、他役割が楽をしていて皺寄せが
来ているからだ！など役割毎の対立が生まれる可能性があり、
逆効果になる可能性があります。



The Modelのよくある勘違い

勘違い①分業化させただけで上手く回るとしてしまう

マーケティング

1000件もリードがあるのに何でアポが取れないんだ！



インサイドセールス

リードの質があまりにも悪すぎる！

なんであの温度感の商談を失注するんだ！



フィールドセールス

商談の質があまりにも悪すぎる！

なんでしっかりと成約したのに継続出来ないんだ！



カスタマーサクセス

成約の仕方があまりにも悪すぎる！

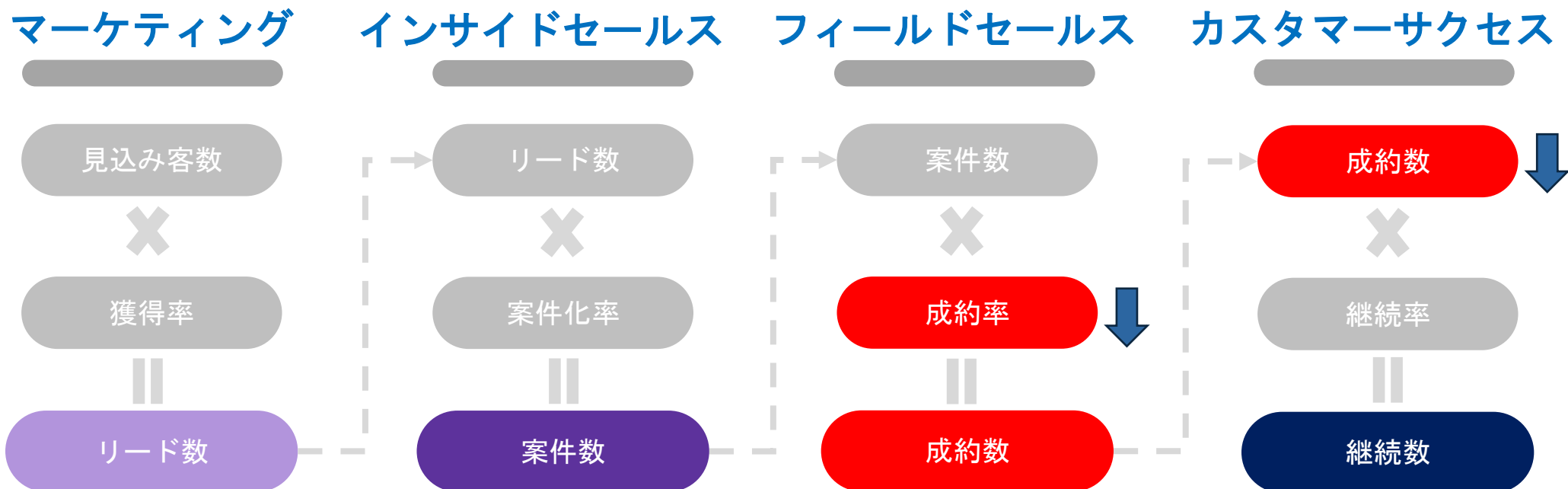


それぞれの役割で明確な条件を決め、
互いに共通認識を持った上で行うことが重要です
(アポはBANT情報を必ず得てから等)



The Modelのよくある勘違い

勘違い②ボトルネックが見つかり易いから改善が容易



前提があやふやな状態で行っていると、実はインサイドセールスからのアポイントの9割が「ご挨拶アポ」だったということもある為、それぞれで「質」の部分の決め事を作る必要があります

The Modelのよくある勘違い

勘違い③いわゆる部署（役割）間の溝が無くなる

実は勘違い①と②が合わさり

勘違い③を生み出しています！



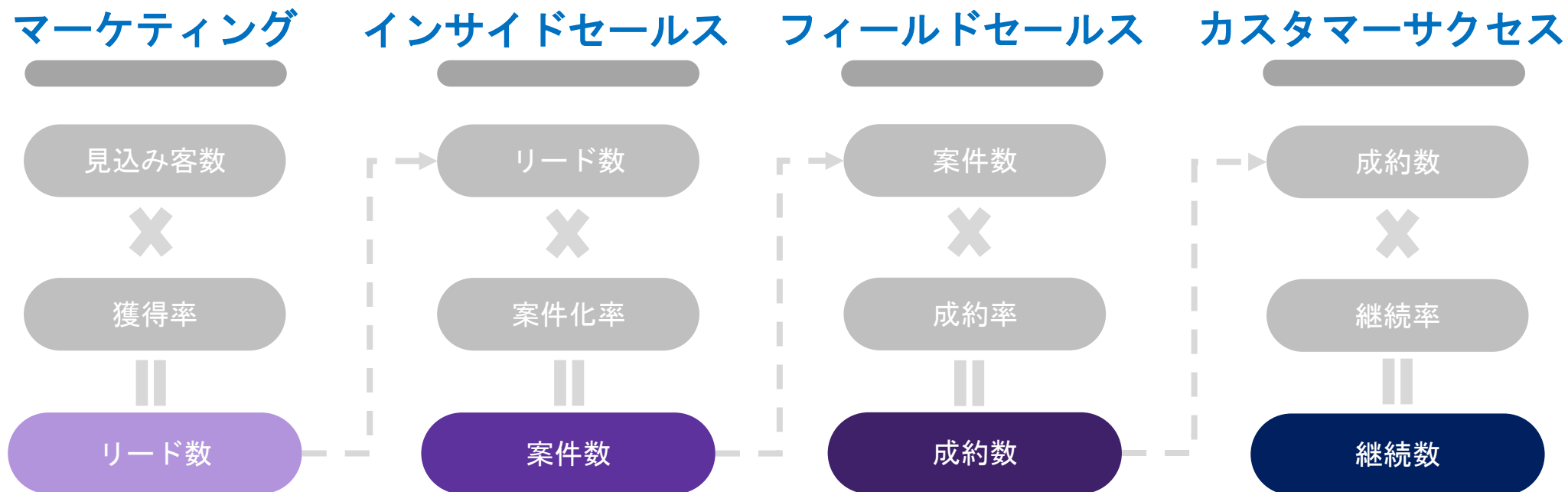
それぞれの役割で明確な条件と決め事を

各役割間で共通の認識を持てれば問題は解消！

各役割でのKPI設計について

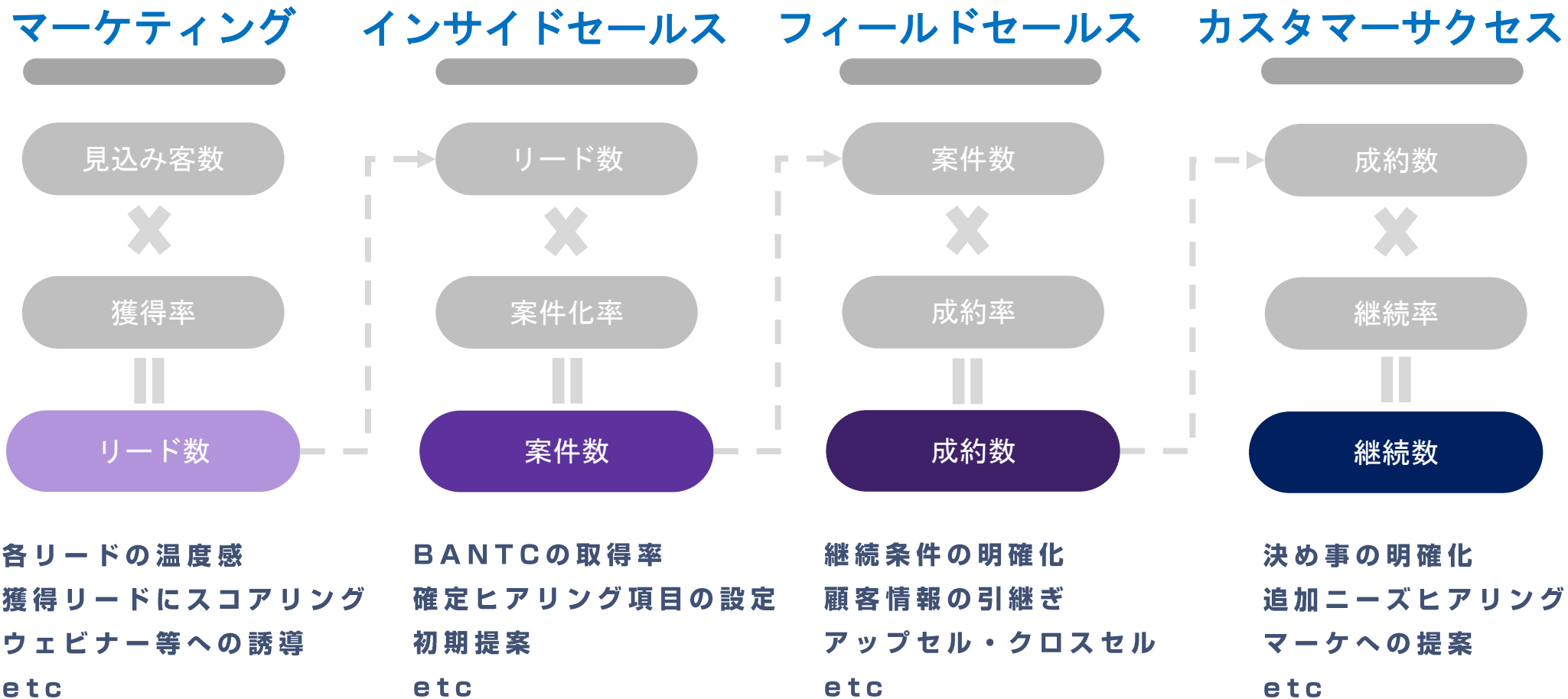


各役割でのKPI設計について



単純に上記の通りに「リード数」「案件数」「成約数」「継続数」とすると先の通り各役割間での衝突が起きやすくなります
それぞれの役割間で互いに共通認識を持てる指標を作成します
各〇〇数は事業上のKPIとする分には問題ありません

各役割でのKPI設計について



それぞれの役割と合わせて自社内の状況や擦り合わせが出来る箇所を明確化して、何を共通認識及び決め事とするのかを決定する。

各役割でのKPI設計について

質を役割間で担保したリードを元に回していく



仮に、マーケティング領域ではウェビナーを経由したリードを担保、インサイドセールスはBANT情報を獲得したアポイントを担保、フィールドセールスは例外的な約束をせずに成約、というのを共通認識で持ち「質」の部分をKPI化することで、純粹に各役割での割合や数を見ることができ、ボトルネックも直結して見ることが出来ます。

各役割での評価設計について



各役割での評価設計について

理想の設計は？

各社の状況や背景に依り変化する為、
残念ながらこうするべし！
と言う様な絶対のモノは存在しません。
試行錯誤を重ね自社にとっての
最適を探す必要があります。

重要なのは各役割で完結しながらも連携出来
ている状態を構築し、
その要因を評価と連動させることで
違和感なく組織として機能します。

「質」の担保や「量」だけの追求など全体が
納得し役割を超えて責任転嫁出来ない状態で
目標達成を目指す設計が望ましいです。

避けるべき設計は？

各役割にて単純な「量」や「割合」、
役割横並びで「売上」などを評価に置くと
役割間で軋轢が生まれたり、
問題の本質部分が隠れてしまいがちです。

自分たちはしっかりやれたのか？
それとも足りていないのか？
自分たちの責任なのか？
等々を、各役割毎に明確に出来ない設計にし
てしまうと責任の擦り付け合いに
なってしまったり、
評価に乖離が起きたりする恐れがあります。

株式会社soraプロジェクト

企業理念	成長する企業のエンジンとなる事で経済の発展に寄与する
代表取締役	樋口 裕貴
所在地	【本社】 福岡県筑紫野市上古賀3丁目1-1 【東京オフィス】 東京都港区六本木1-4-5 アークヒルズサウスタワー16F ほか、3拠点
従業員数	120名（パート、契約社員含む）
パートナー	600名
資本金	15,000,000円
設立	2007年3月26日
認証資格	ISO27001 / ISMS 登録番号 IA110300



ISO/IEC 27001:2013

株式会社soraプロジェクト-サービスラインナップ

テレアポ代行

テレアポ代行で100業種を対象に250万件のコールで培った経験、最良の結果を生み出すコールスタッフのスキルを活かし、アポ獲得件数アップをお約束いたします。

インサイドセールス代行

リード獲得から育成までを代行。お客様は受注活動に専念できます。早期で営業体制を構築し販路拡大を可能にいたします。

企業リスト販売

貴社のサービス内容を把握し、インサイドセールスに適した訴求企業リストをご提案します。電話営業代行なしで企業リストのみのご提供も可能です。

マーケティング支援

マーケティングの基軸となる戦略設計～総合的にご支援いたします。BtoBに特化した顧客の購買プロセスへのアプローチ、広告設計・運用など幅広くご提案いたします。

ちょうどいいテレアポ・インサイドセールス代行とは

インバウンドリード への即時対応

(定常型・スポット型含む)

白地リストへの アウトバウンド活動

狙ったターゲット層からの商談化

ハウスリードのリサイクル

失注・リサイクル

休眠・過去顧客の掘り起こし

ナーチャリングコール

未商談リードに対するコール

商談後の顧客への接点継続

ウェビナーへ誘致

リストの提供

商材に適したリストの紹介

ターゲティング設計

リストのカスタマイズ

専門リストの提供

一気通貫支援も

状況に合わせた

カスタマイズも

実現可能

営業をブーストするマーケティング支援とは

WEB制作

コーポレートサイト
サービスサイト
メディアサイト
LP

リード獲得

広告配信
Youtube運営
ウェビナー運営

戦略設計

カスタマージャーニー設計
WEB遷移設計
マーケティング戦略設計

コンテンツ制作

ナーチャリング支援

オウンドメディア・SNS運営
ウェビナー運営
動画作成

HubSpotの導入支援

導入設計
ワークフロー作成
運用支援

売上を上げる仕組みを
デザインする
超伴走型
マーケティング支援

soraプロジェクトの提供するサービス一覧

マーケティング支援

カスタマージャーニー
ワークフロー作成
WEB遷移設計
ウェビナー代行
ブログコンテンツ作成
Youtube作成

インサイドセールス代行

リスト購入
テストマーケティング
テレアポ
インサイドセールス

マーケティング支援

ブログ
メルマガ
事例サイト作成

営業 強化支援

中期
コンマケ

ナーチャリング

インサイド
セールス

ナーチャリングする

テレアポする

具体的にアプローチ・データ収集

リード獲得

アプローチする顧客を獲得

初期
コンマケ

インバウンドリードが流入してくる

WEB遷移を
整える

顧客の道筋を作る→ユーザビリティの向上

ワークフロー
作成

内部リソースとアクションの把握・明確化→脱属人化

CRM
導入
設計

内製化
支援

カスタマ
ージャーニー

顧客の流れを理解する



インサイドセールス代行
専業会社として

売上シェアNo1

「インサイドセールス代行」売上シェアNo.1
(ESP総研 調べ) <2022年5月15日時点>

料金と質をいいとこ取り

創業16年 事例たくさん

カスタマイズ性柔軟

詳しくはお気軽に
ご相談ください

電話相談予約はこちら

WEBサイトはこちら