

法人営業マンに聞いた「法人営業に関するアンケート」 営業マンが選ぶ最も非効率な部署は営業部!?

～必要のない営業習慣は第1位が「上司からの長時間の詰め」、第2位が「毎日の朝会」～

非効率な法人営業を効率化し、BtoBマーケティングの変革を目指す株式会社イノベーション（代表取締役：富田直人、本社：東京都渋谷区 以下、イノベーション）は、法人営業の実態を調査するため、実際に法人営業を行っている営業マンを対象に「法人営業に関するアンケート」を実施いたしましたので発表いたします。

◆主な調査結果は以下の通りとなります。

- ①法人営業マンの半数が“新規顧客開拓”に力を入れているが、全体の半数は苦痛を感じている
⇒最も力を入れている営業活動は、「見込み顧客との定期的なコミュニケーション」、「新規見込み顧客への飛び込み営業」、「新規見込み顧客へのテレアポ」と、“新規顧客開拓”を指す回答が約半数を占めました。その一方で、苦痛を感じる営業活動も半数が“新規顧客開拓”を指す項目を回答。
- ②営業活動の目標を達成するための課題は“新規顧客開拓”
⇒営業活動の課題は、“新規顧客開拓”を指す「新規見込み顧客の獲得」、「見込み顧客へのアプローチ方法」が1位、2位という結果になりました。
- ③自己投資をしている営業マンは“42.5%”、月の自己投資額で最も多いのは“5,000円～10,000円未満”
⇒“42.5%”の営業マンが自己投資をしているという結果になりました。また、自己投資を行っている人の月の自己投資額で最も多いのは“5,000円～10,000円未満”で、約2/3の人が書籍を購入しています。
- ④必要のない営業習慣は第1位が「上司からの長時間の詰め」、第2位が「毎日の朝会」
⇒会社にある必要のないと思う営業習慣は、第1位が「上司からの長時間の詰め」第2位が「毎日の朝会」と活動の成果と直結しない項目が上位を占めました。
- ⑤2015年の上期に優秀な成績を残した営業社員の特徴は第1位が「人当たり」
⇒優秀な成績を残した営業社員の特徴は第1位が「人当たりがとても良い」と、特定のビジネススキルではなく、コミュニケーション能力を指す項目がトップになりました。
- ⑥営業マンが考える最も非効率な部署は第1位が「営業/販売」
⇒様々な部署がある中で、営業マン自身が最も非効率だと考える部署は皮肉的にも第1位は自身が所属している「営業/販売」という結果になりました。

【調査概要】

- ・調査名称：法人営業に関するアンケート
- ・調査方法：インターネット調査（株式会社ジャストシステム Fastask 利用）
- ・調査地域：全国
- ・調査期間：2015年11月12日（木）～11月26日（木）
- ・調査対象：20代～60代の会社員 男女 計334人

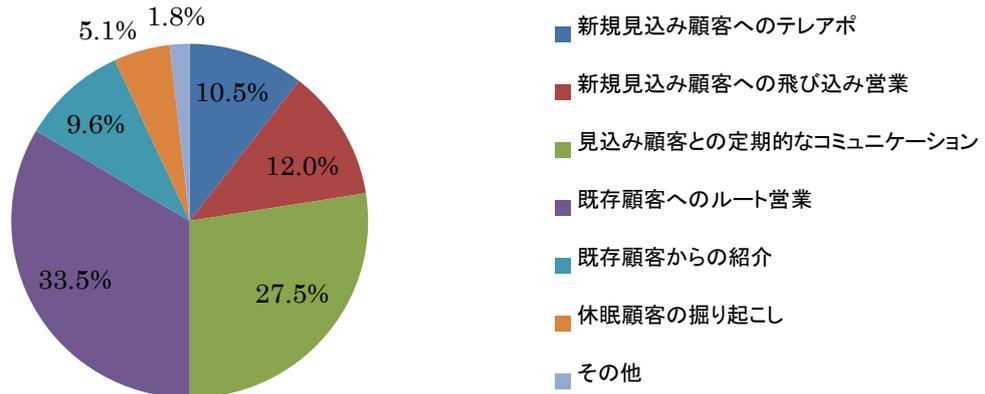
※本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「イノベーション調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

1、法人営業マンの半数が“新規顧客開拓”に最も力を入れている

「営業活動の中で最も力を入れて行っているものは何ですか。」(SA) という問いでは、第1位が、「既存顧客へのルート営業」(33.5%)となり、2位以下に“新規顧客開拓”を指す「見込み顧客との定期的なコミュニケーション」(27.5%)、「新規見込み顧客への飛び込み営業」(12%)、「新規見込み顧客へのテレアポ」(10.5%)が続きました。

半数が“新規顧客開拓”を指す項目を回答しており、営業マンが最も力を入れている活動として“新規顧客獲得”の重要性が分かる結果になりました。

Q：営業活動の中で最も力を入れて行っているものは何ですか。(SA n=334)

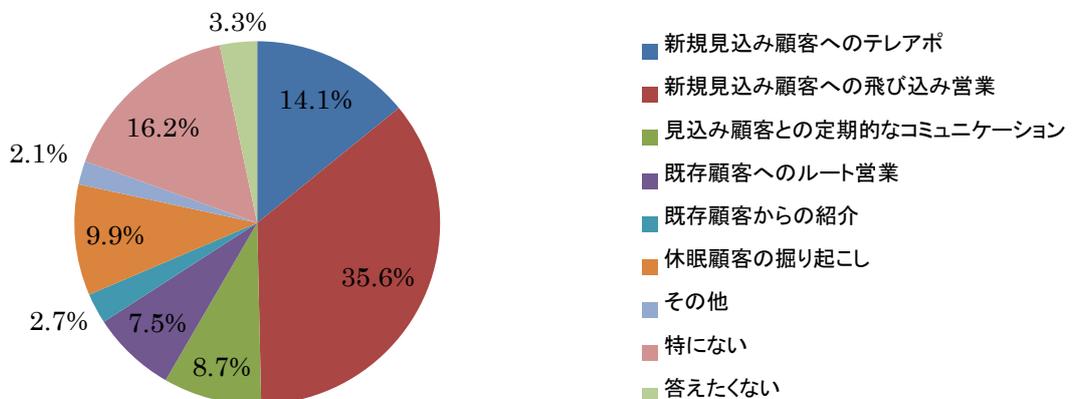


2、最も精神的に苦痛を伴う活動は“飛び込み営業”約半数が“新規顧客開拓”を苦痛と感じている

「営業活動の中で最も精神的に苦痛を伴う活動を行っているものは何ですか。」(SA) という問いでは、圧倒的な回答数を集めて「新規見込み顧客への飛び込み営業」(35.6%)が第1位、続いて第2位が「新規見込み顧客へのテレアポ」(14.1%)、第3位が「休眠顧客の掘り起こし」(9.9%)という結果になりました。

最も営業が精神的に苦痛を伴うのは1位、2位と“新規顧客開拓”を指す項目が続きました。前問で最も営業が力を入れていた“新規顧客開拓”ですが、その反面営業マンの苦痛も多いようです。特に“飛び込み営業”は2位の倍の回答数となっており、苦痛の多さを感じることができます。また、過去に何らかの理由で取引が終わった休眠顧客を掘り起こす活動も他の項目と比べると苦痛を伴っているようです。

Q：営業活動の中で最も精神的に苦痛を伴う活動を行っているものは何ですか。(SA n=334)

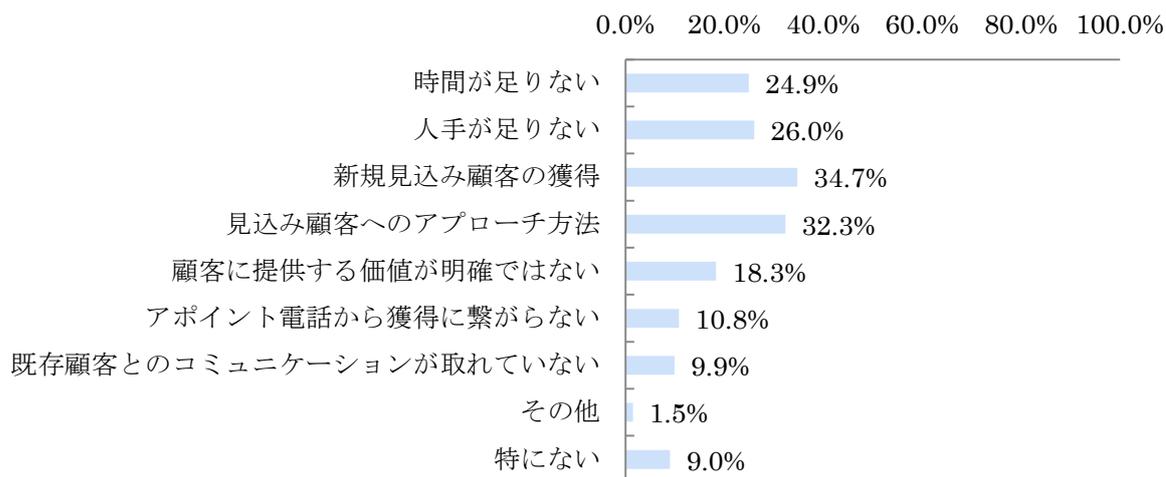


3、営業活動の目標を達成するための課題は“新規顧客開拓”

「営業活動で目標を達成するための課題は何ですか。」(MA) という問いでは、第1位が「新規見込み顧客の獲得」(34.7%)、第2位が「見込み顧客へのアプローチ方法」(32.3%)、第3位が「人手が足りない」(26%)という結果になりました。

営業が目標を達成するための課題は、1位、2位と最も力を入れている業務と同じく“新規顧客開拓”となりました。どうすれば見込み顧客が獲得できるか、最適なアプローチ方法が何かわからず、その結果苦痛が伴っていることが考えられます。

Q：営業活動で目標を達成するための課題は何ですか。(MA n=334)



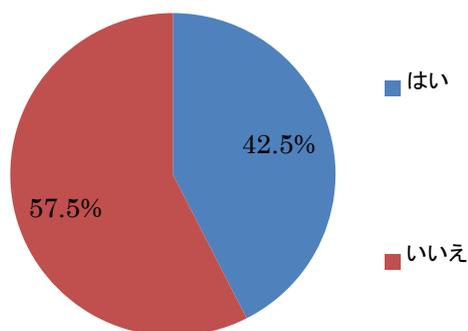
4、自己投資をしている営業マンは“42.5%”、月の自己投資額で最も多いのは“5,000円～10,000円未満”

「営業力を高めるために自己投資をしていますか。」(SA) という問いでは、「はい」が42.5%、「いいえ」が57.5%という結果になりました。そのうち、自己投資をしている人に対する「月にいくら自己投資を行っていますか。」(SA) という問いでは、「5,000円～10,000円未満」(38.7%)が一番回答の多い項目となりました。

自己投資をしている人の中で、60%以上の人々が月に使っている金額を1万円以下と回答しました。しかし、回答者の中には月の自己投資額が100万円を超える意識の高い営業マンも複数名いました。

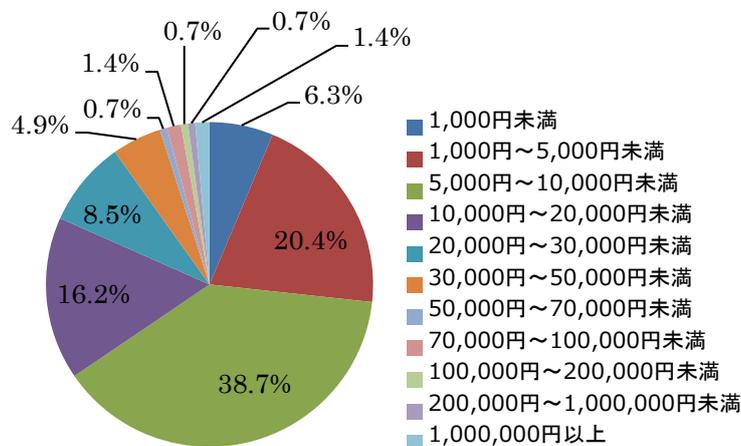
Q：営業力を高めるために自己投資をしていますか。

(SA n=334)



Q：月にいくら自己投資を行っていますか。

(SA n=142)

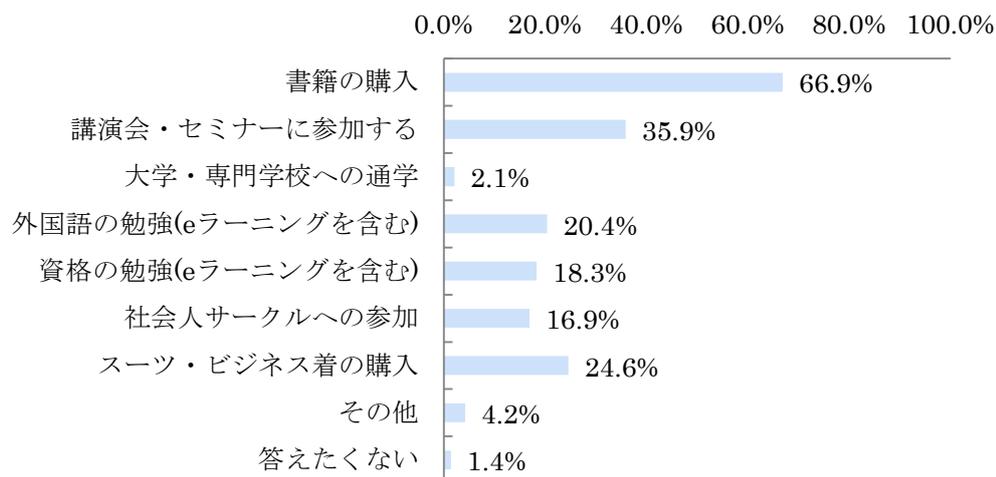


5、自己投資先は第1位が「書籍の購入」、第2位が「講演会・セミナーに参加する」

「どのようなものに自己投資を行っていますか。」(MA) という問いでは、他の回答の2倍近く回答が集まった「書籍の購入」(66.9%) が第1位になりました。続いて、第2位が「講演会・セミナーに参加する」(35.9%)、第3位が「スーツ・ビジネス着の購入」(24.6%)という結果になりました。

自己投資を行っている人は外国語や資格の習得ではなく、約2/3の人が書籍を読むことで、自らの考え方やビジネススキルを高めていることが分かりました。また、3位に入ったスーツ・ビジネス着はビジネスマンの身だしなみに直結している部分のため、他と比べて回答数が多かったと考えられます。

Q: どのようなものに自己投資を行っていますか。(MA n=142)

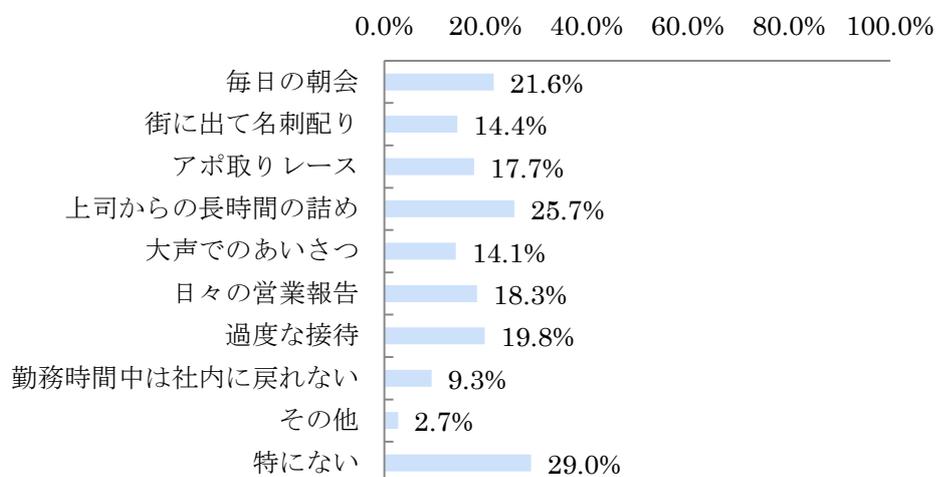


6、必要のない営業習慣は第1位が「上司からの長時間の詰め」、第2位が「毎日の朝会」

「自分の会社にある必要のないと思う営業習慣を教えてください。」(MA) という問いでは、第1位が「上司からの長時間の詰め」(25.7%)、第2位が「毎日の朝会」(21.6%)、第3位が「過度な接待」(19.8%)という結果になりました。

その習慣を実施したとしても直接の営業に結び付かない習慣が上位を占める結果となりました。次回の目標を達成するための対策を考えるのではなく、上司から長時間の詰められたとしても結果は変わらないと感じているようです。また、報告を行うだけの毎日の朝会もクラウドサービス等のITツールの発展とともに毎朝集まって行う必要性を感じていない営業マンが増えているようです。

Q: 自分の会社にある必要のないと思う営業習慣を教えてください。(MA n=334)

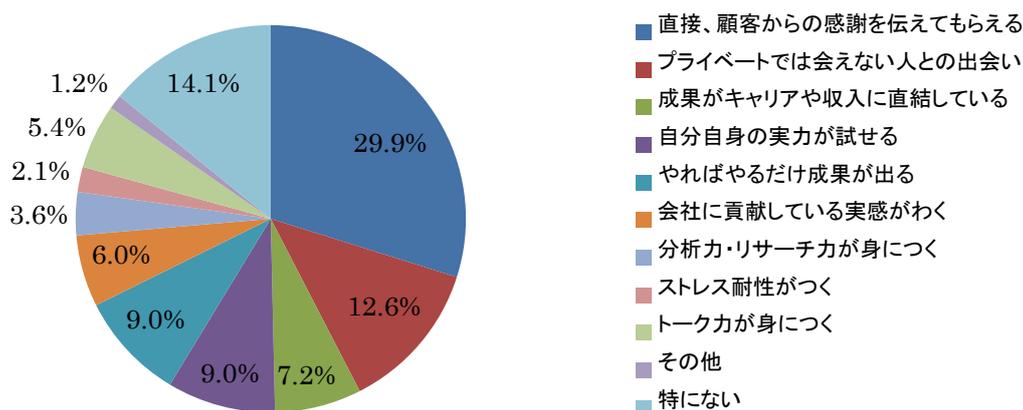


7、営業の魅力第1位は自分自身の必要性を感じることができる「顧客からの感謝の気持ち」

「営業をしていて最も魅力的だと感じることは何ですか。」(SA) という問いでは、第1位が「直接、顧客からの感謝を伝えてもらえる」(29.9%)、第2位が「プライベートでは会えない人との出会い」(12.6%)、第3位が「自分自身の実力が試せる」(9%)、「やればやるだけ成果が出る」(9%)という結果になりました。

約半数は、1位と3位を指す自分が営業をして直接やりがいを感じられる項目を回答しました。やはり、自分自身が社会に影響を与えていることが魅力に繋がるようです。また、2位にはプライベートでは会えない人との出会いということで、年上のビジネスマンや社長など普通に生活してはなかなか出会えない人との出会いは営業マンの刺激になっているようです。

Q：「営業をしていて最も魅力的だと感じることは何ですか。(SA n=334)」

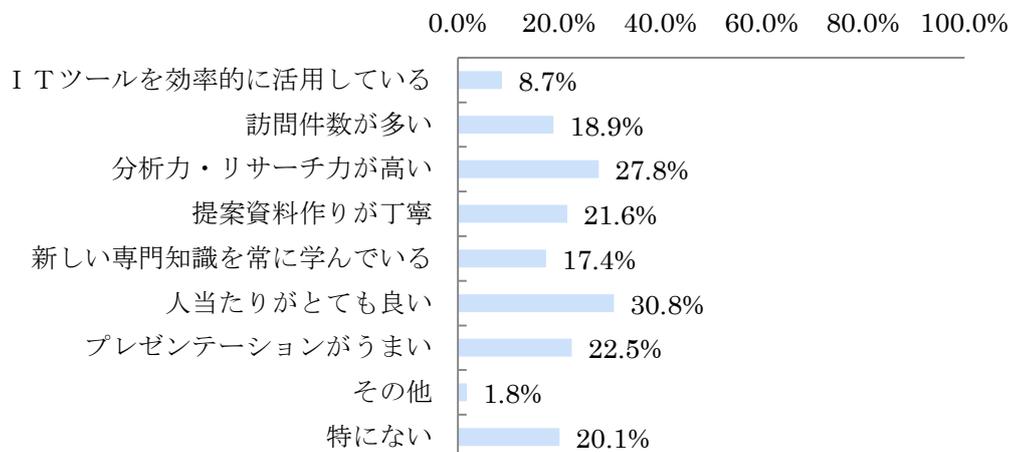


8、2015年の上期に優秀な成績を残した営業社員の特徴は第1位が「人当たり」

「2015年の上期に優秀な成績を残した営業社員の特征は何ですか。」(MA) という問いでは、第1位が「人当たりがとても良い」(30.8%)、第2位が「分析力・リサーチ力が高い」(27.8%)、第3位が「プレゼンテーションがうまい」(22.5%)という結果になりました。

第1位、第3位と個人のコミュニケーション能力の高さが営業には必要だということを表す項目が上位に入りました。その一方で、ITツールの活用や専門知識の習得などビジネススキルの有無は営業成績と直結していないと感じている営業マンが多いようです。

Q：2015年の上期に優秀な成績を残した営業社員の特征は何ですか。(MA n=334)

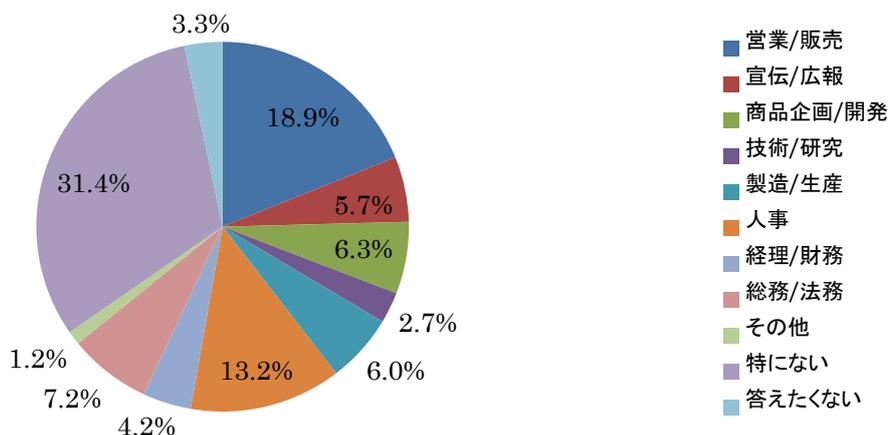


9、営業が考える最も非効率な部署は「営業/販売」

「社内で最も非効率だと思う部署はどこですか。」(SA) という問では、第1位が「営業/販売」(18.9%)、第2位が「人事」(13.2%)、第3位が「総務/法務」(7.2%)という結果となりました。

営業マンは自ら所属している営業部が最も非効率な部署だと感じている割合が高いという皮肉的な結果となりました。約70%の人は必要のない営業習慣があると答えているように、まずは営業自身が気づいている習慣を改善することで、営業の効率化の第一歩が踏み出せると考えています。

Q：社内で最も非効率だと思う部署はどこですか。(SA n=334)



【調査結果を受けて】

法人営業を行っている営業マン自身が選ぶ最も非効率な部署で自身が所属している営業部を挙げている人が最も多いという結果になりました。70%の人が無駄な営業習慣があり、日々非効率に働いていることを自覚しながら、奮闘する営業マンの姿を伺うことができます。また、営業の目標を達成するための課題として、新規見込み顧客の獲得や、見込み顧客へのアプローチ方法など“新規顧客開拓”が挙げられています。

イノベーションでは「非効率な法人営業を効率化し、BtoBマーケティングを変革する」を使命に、Webサイトにアクセスした企業名と個人名がわかる「リストファインダー」など様々なITツールを駆使し、法人営業をサポートしています。今回の調査でも浮き彫りになった法人営業の効率性の悪さは、BtoBならではの高額な商材の購買プロセスが、商品特性の理解や、契約後のサポート等「人」の介在が重要となっていることが原因の一つと言えます。法人営業マンの多くは、見込み顧客探しから提案、信頼獲得まで全てを1人で行っていきます。しかし、課題にも挙げられているように、探客活動に時間を多くかけています。そのため、最も生産性の低い部分に多くの時間とパワーを使ってしまうのが現状です。イノベーションでは、新規顧客開拓の領域を効率化することで、法人営業の生産性向上を目指しています。

【株式会社イノベーションについて】

イノベーションは、「BtoBマーケティングを変革する」を使命に、掲載製品数日本最大級のIT製品比較メディア「ITトレンド」や、管理部門を対象としたアウトソーシングサービス比較メディア「BIZトレンド」を運営。その他にも有望商談を発掘することを目的とし、個人情報保護法に則した上でWebサイトにアクセスした企業名と個人名がわかる「リストファインダー」を提供しています。

これらのサービスを通じて“法人営業の仕組み化と効率化”を実現し、BtoBマーケティングを変革することを目指しています。

- 所在地：東京都渋谷区渋谷 3-10-13 TOKYU REIT 渋谷 R ビル 3F
- 設立：2000年12月
- 代表取締役：富田直人
- URL：http://www.innovation.co.jp/
- 事業内容：オンラインメディアマーケティング事業
マーケティングオートメーション事業
マーケティングソリューション事業