

足で稼ぐ営業マンの衰退

セールステック

- ITによって営業活動の生産性を高め、効率化
- 営業の進捗管理、売上管理（SFA）
- マーケティングオートメーション（MA）
- カスタマーサポート（チャットボット）
- データ分析・可視化（BI）
- 情報共有、ペーパーレス（ドキュメント管理、名刺管理）
- オンライン商談（Web会議）
- 営業スキルの標準化



営業加速、効率化、生産性向上
CRM、顧客管理、プロモーション
カスタマーサポート
インテリジェンス・解析
カスタマーエクスペリエンス
コンタクト・コミュニケーション
人材開発

AIやRPAのロボットによって、営業という職種にも「セールステック」と呼ばれるIT技術を活用した、自動化や効率化が加速されます。

かつて熱血営業マンは、足で稼ぐというイメージがありましたが、現状は社内において、電話やE-mail等を利用して内勤で営業活動を行うインサイドセールスが増え、フィールドセールスと呼ばれた訪問して販売活動をしていた営業マンはほとんど需要が減って来ています。

ネット販売を通じてB2Cが爆発的にヒットしている流れで、B2Bについても、ネットで商品やサービスを購入するケースが増えて来ました。これは、ビジネスモデルが、クラウドなどを利用し、ネット販売が利用し易くなったこと、それにより効率化ができたことで、低価格が実現でき1商品あたりの単価も下がってきたため、わざわざ顧客に訪問する営業活動費、人件費について採算が合いづらくなったことがあげられます。以前は、B2Cに比べ、B2Bは販売量における市場規模が小さかったため、ネットの仕組みを作り運営するコストが割高に感じられていたのですが、B2Cでの仕組みを応用することにより、比較的低コストでECサイトも作成できるようになりました。

購入する側も、ネットでの購入に慣れてきて違和感もなくなり、しかも、ダウンロード販売できるようなソフトウェアやサブスクリプション型のサービスであれば、すぐに、その商品やサービスを手に入れることができるのでより便利です。使い方も、マニュアルがネット上で閲覧できたり、YouTubeなどの動画で好きな時に学習できたりします。

営業する側も、Webのアクセス状況に応じて、フォローアップメールを出したりできるMAツールや、顧客とテレビ会議ができたりするツール、チャットでやりとりができるツールなど、AIも活用して、インサイドセールスがかなり効率的に運用できる環境が整って来ました。

RPAやAIがどんどん活躍して営業活動においても自動化が推進されれば、今までいた営業マンの数より、インサイドセールスの方が少ない人数で、やり方によっては販売量を拡大することができます。

こうなると、単純に外回りをしてきた営業が、内勤になればよいという問題ではなくなってきます。

今後、営業マンはIT技術の知見を増やし、ツールを使いこなし、且つ、いままでの経験が生きるビジネスモデルの構築に積極的に関わっていかないと、不要な職種にしがみついているやっかいものと思われかねません。