

失敗事例に学び提案力向上 様子見ユーザーへの訴求が鍵

NTT東日本-宮城の法人営業部では現在、437の法人ユーザーを抱えている。

実際にアプローチする法人営業部門の組織体制だが、まず営業マンがいて、そのバックに営業メインのSEが付いているという形だ。営業マンがユーザーの下に通い、ニーズが具現化した段階でSEが提案書を作成するという流れで、基本的にはこの2人がセットで動く。

さらに、彼らのサポート役としてビジネスホン/PBX等、各商材やサービスの専門家が控えており、3重の体制を整えている。

また、別に保守を担当するフィールドサービス部門があり、法人営業部は両部門で構成されている(図1)。

同社の法人営業は、NTT東日本のサービスや商材を拡販する「受託販売」と他社利用のユーザーを取り戻す「奪回活動」の2本柱で展開して

いる。

山下聡法人営業部長は、06年度の業績について「公表していた売上目標は達成できたが、社内ではもう少し高い数値目標を設定していたので、決して満足はしていない」と語る。

社内目標に届かなかった要因として、「アプローチ不足」と「効果訴求不足」をあげる。

前者では、期初に各ユーザー企業への訪問頻度を決めていたが、それが守れなかった。

後者の効果訴求については、「ユーザーに対しての得た訴求ポイント(導入効果)を用意できなかった」という。

イーサネットが人気

宮城エリアでのユーザー動向を押さえておこう。

最もニーズが高いのは、IP方式の専用線サービスだ。従来、レガシー



法人営業部長
山下聡氏

専用線で各拠点を結んでいた自治体や金融機関、流通関連会社等が「内線網をより安価にし、かつ使い勝手を向上させたい」とリプレースするケースが多いという。

メニュー別では「BusinessEtherタイプS」が特に人気だ。以前は「スマートイーサ」と呼称していた広域イーサネットサービスであり、最大1Gbpsまでの速度保証を、距離に関係なく、県内では一律の料金で利用できる点が評価されている(図2)。

注目の「ひかり電話」は、ユーザーの関心は高まっているものの、首都圏に比べればまだまだ様子見のユーザーが多く、法人ユーザーの1割程度の導入に留まっている模様だ。

しかし、前述の効果訴求ができれば、今後ユーザーは飛躍的に増加するだろう。

今後のキーワードとされている「FMC」(固定・携帯通信融合)だが、同社では、導入事例の社内勉強会を開催するなど、早くから準備を進めている。だが、宮城ではまだ、予測したほどニーズは顕在化していない。現時点では「モバイルは屋内のコードレスで十分」というユーザーが大勢のようで、「07年度も大きな動きはなさそうだ」というのが同社の見解だ。

情報共有体制を強化

06年度の反省を踏まえて、07年度はどのように取り組んでいくのだろうか。

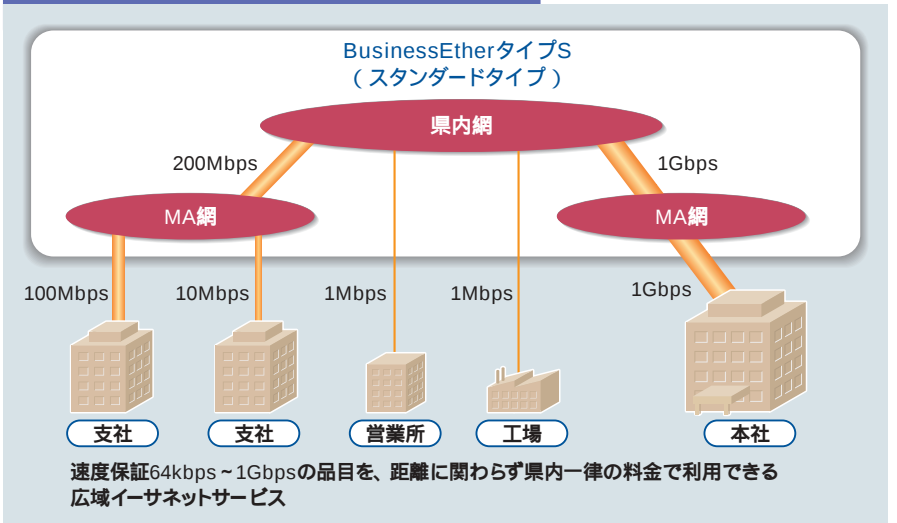
山下部長は「今年度は、昨年度の社内目標を対外目標とし、是非達成したい」と意欲的に語る。そのためにはまず、提案力の強化を図る必要がある。

同社が重視するのは導入事例情報の共有だ。実際にどれくらいの効果が出たのかということは、当事者である導入ユーザーだけでなく、同じサービスの採用を検討している他のユーザーにとっても重要な関心事項だ。

また、成功事例だけでなく、失敗事例も学ぶ必要がある。詳細は明かせないが、同社では過去に次のようなことがあった。

あるユーザーのところで原因不明の故障が多発した。特定の時間に発生する故障だったが、同じ場所ではなく、その都度違う場所で起こっていた。

図2 BusinessEtherタイプSのサービス概要



そのユーザーには暫定的に対応策を施したが、同社だけでは根本的な解決はできず、ついにNTT東日本本社のSEが解決に乗り出してきた。その結果、原因が推測できるようになり、トラブルの解決策も見つかった。後日、この失敗事例と解決策があったおかげで、NTT東日本の他の支店ではあるが、同業種のユーザーへの導入に成功したという。

ユーザー情報の漏えいに対する配慮は必要だが、その対策をきちんとしたうえで、営業マンやSEが導入事例情報を共有するようになれば、効率的な提案が可能になり、受注成功率も上がるというわけだ。

そのためには、社内で営業マンやSEが常に情報を持ち寄ってディスカッションする場が必要になる。

また、どこの会社もそうだが、よい取り組みをスタートさせても、なかなか継続しないものだ。そこで山下

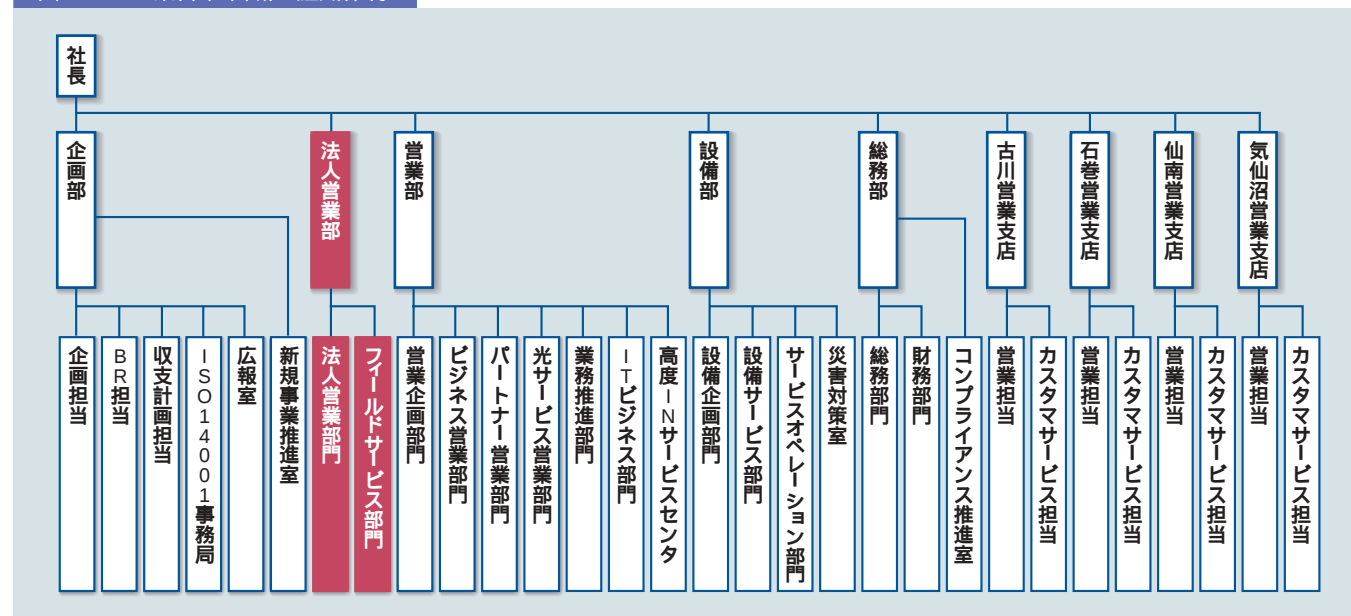
部長は「強い意志を持って“やり続ける”ということを社内で徹底したい」という。

サービス面では、ひかり電話の拡販に注力する。昨年の大規模障害の影響で案件が止まってしまったケースが多かったという反省を踏まえ、現在バックアップの仕組みを考案中だ。これを、いくつかパターン化し、ユーザーに提案できるようにする。

前述のように、宮城地域での法人向けひかり電話の導入率は、まだ1割程度だ。だが、光サービスの利用可能エリアはすでに約8割に達しており、インターネット接続目的等で「Bフレッツ」を導入している中堅・中小企業は多い。

「ひかり電話を容易に導入できる環境は整っている。あとは、いかにして上手く経営者に訴求していくかだ。今年度はそこに全力で取り組みたい」と山下部長は語っている。 T

図1 NTT東日本-宮城の組織体制



特集 ① ひかり電話に突進
NTT東の販売現場