

パート2

営業体制の整備急ぐ販売店 求められる独自ノウハウの修得

「向こう3年間で3000万加入が見込める」 販売代理店は残された大型市場に向けて一斉に舵を切り始めた。「法人営業」のノウハウを身に付けるためのしごを削る主要5社に取り組みを聞いた。 文 池辺紗也子(本誌)

ITCネットワーク

法人需要こそ次の成長軸

固定・Web系をパートナー連携で強化

ITCネットワークは、伊藤忠商事系列の販売代理店。従来、法人営業部隊は独立した組織として設置されていなかった。しかし、執行役員の営業第三部門長兼ソリューション営業部長の目時利一郎氏は「法人営業は、いわば待ちの営業であるショップや量販店の営業と異なり、お客様に向き提案するスタイル。独自の人材と訓練、指揮命令システムが必要なことから別組織にした」という。

06年4月に「営業第三部門」として法人部隊を独立。さらに8月には、シ

ョップの運営を委託していた「イドムコミュニケーションズ」を子会社化、その法人部隊を併合し、法人体制を大増強した。同部門は、首都圏を担当する第一部(約130名強)、地方担当の第二部(55名)、ソリューションやWeb事業を取り扱うソリューション営業部に分かれる。

基本的には、各地のショップに法人営業担当が常駐しエリア別に顧客を押さえていく営業方針を取るが、本社にも大手企業を中心に個別に企業をアタックする人員を確保している。

「我々の武器は何より人員数の多さ。接触の頻度を高めてきめ細かい提案をすることができる。基本的にすべての法人顧客にアカウントをつけている」と目時氏は語る。先行投資とも言える法人営業の陣形のなかに並々ならぬ決意と期待がうかがえる。

NCC系にも注力

一般に、法人が導入を決めるポイ



執行役員
営業第三部門 部門長
兼ソリューション営業部長
目時利一郎氏



営業第三部門
法人営業第一部長
井上直樹氏

ントはまずコストだと言われているが、法人営業第一部長の井上直樹氏は「最初はコストで選ばれても、導入してしばらく経つとキャリアの選別が行われるようになる。通話品質やエリア、セキュリティ、そして運用サポート体制。いかに管理するかというところにユーザーの関心は移ってくる」と考えている。

それを裏付けるように、回線管理ASPサービス「E-PORTER(イーポーター)」が急成長している。回線管理サービスを営業ツールにしている代理店は多いが、利用料が無料である点が大きな優位点だといえる。今年3月の時点での契約数は1700社、16万回線と好調だ(図表)

価格値下げの影響か、顧客の注目度が高まるNCC系にも力を入れる。今期から法人営業第一部の中に

図表 E-PORTER契約回線数(目標)

