

# グループ機能会社の外販営業強化に向けた伴走支援サービス

「顧客の声」を通じた社員の行動変容による現場自律型組織変革アプローチで、外販営業強化の戦略策定・実行を支援

安定的な顧客基盤を有し、固定された顧客への安定供給をビジネスの柱としてきた企業においても、顧客企業を取り巻く経営環境の変化により「固定された顧客に依存」すること自体が経営リスクとなりえる時代になっています。特に、大手企業を親会社とする機能子会社をはじめとした企業においては、リスクへの打開策として販路拡大が基本戦略の1つとなります。これまでグループ内販売（以下、内販）を中心に「安価・安定供給」を主たる提供価値として、組織設計や人材採用・育成をしてきた企業が外販に本格的に取り組むには、営業スタイルをはじめとする組織全般にわたる改革が必要です。アビームコンサルティングでは、外販の継続的成長に向けて現場が「顧客の声」を聴き、自らの行動変容の必要性と可能性を納得し、自律的に変革できる組織へと成長することが肝要と考え、コンサルタントが戦略策定・実行に伴走することで外販営業強化の戦略策定・実行だけでなく組織変革まで支援します。

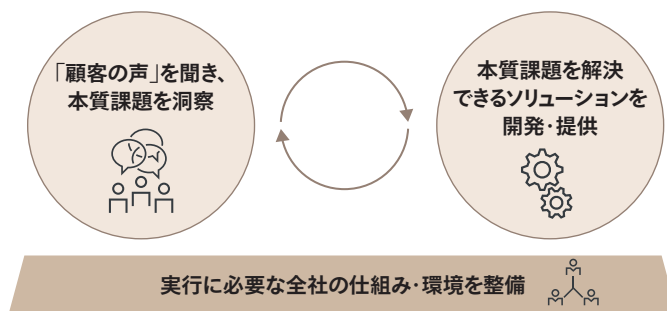
## 外販営業強化に向けたチャレンジ: 乗り越えるべき内販との営業スタイルの違い

外販営業に適した「顧客への提案の仕方」、「サービスの提供・開発の仕方」、およびそれらを支える「全社の仕組み・環境」は、内販営業に適したものと異なります。外販営業強化に向けては、これらの違いを乗り越えていくことが重要となります。

	顧客への提案	サービスの提供・開発	全社の仕組み・環境
内販 (従来)	(多くの場合が、顧客=親会社、自社=機能子会社)		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客側から明確に提示される要件に誠実に答える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客側が期待する商品・サービスを安価に安定的に提供する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の要望通りに動き、数をこなすことを是とする仕組み</li> </ul>
外販 (新たなチャレンジ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客が本当に困っていることを探り当てる。そのための仮説ドリブン型提案</li> <li>顧客の本質課題へのソリューションとしての提案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の本質課題を解決し、かつ複数の顧客に提供できる汎化された高付加価値ソリューション</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の本質課題に切り込む行動を是とする仕組み</li> </ul>

## 営業スタイル転換を実現する「外販営業変革に向けた伴走支援サービス」

外販に適した営業スタイルに転換するためには、「『顧客の声』を引き出し、その背後にある課題に応えられるソリューションを開発・提供するという好循環のサイクルを回すこと」「そのサイクルを下支える全社としての仕組み・環境が整備されていること」が必要です。アビームコンサルティングは、マーケティング・営業戦略およびビジネスモデル転換に実績を有するコンサルタントが実際に営業やソリューション開発の現場を伴走支援し、外部から変化の刺激を加え、現場の実態に合った適切な行動変容を促すことで、外販に適した営業スタイルへの転換を実現します。



伴走を通じて現場の行動変容を促すことで、外販に適した営業スタイルの転換を実現

## アビームコンサルティングの提供価値

マーケティング・営業戦略およびビジネスモデル転換に実績を有するコンサルタントが外販営業強化の戦略策定・実行に伴走することで、実際の「顧客の声」を内部に取り込むとともに、自社の実力値を踏まえた戦略の策定をご支援します。また、現場における戦略実行の再現性を担保する仕組み・型作りもご支援します。

### 外販戦略実行上のボトルネック

### アビームコンサルティングの提供価値

「顧客の声」を聞く	<ul style="list-style-type: none"> <li>「お客様が、本当に困っていることを聞き出す」とは、具体的にどのようなことを意味しているか共通認識が持たず、表面的なコメントを聞くに留まる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンサルタントが営業に同行し、仮説ドリブン型営業スタイルの実践を通じて、「顧客の声」を収集</li> </ul>
実力値を踏まえた戦略の立案	<ul style="list-style-type: none"> <li>「顧客の声」が聞き出せないが故に、自社中心の戦略となり、自社が提供したいもの/できるものを中心とした戦略に留まってしまう</li> <li>一方で、これまで自社実力値の競合比較を意識的に行ってこなかったため、自社の実力値を過大評価した戦略に飛躍してしまう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業同行に向けた提案内容の検討および顧客訪問への伴走を通じて、「自社の実態」を把握</li> <li>「顧客の声」を起点にしながらも「自社の実態」も踏まえた戦略を策定</li> </ul>
実践を通じた再現性の担保	<ul style="list-style-type: none"> <li>現場が、従来の慣れ親しんだスタイルからの転換に抵抗を示す</li> <li>頭では新たなスタイルを理解するものの、実際には実行に移せない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部(コンサルタント)からの刺激を通じて、現場に新しいスタイルを浸透</li> <li>自社の特徴を踏まえた仕組み・型を整備し再現性を担保</li> </ul>

## 主な支援実績

大手企業の機能子会社や系列企業などの外販営業強化を伴走型でご支援し、実際のビジネスインパクト創出に貢献している実績も有しています。

顧客	概要	ポイント
情報通信	外販強化に向けた新規サービス構想策定・立上支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>従来の受託型システム開発知見を基にした、新たなサービスの構想</li> <li>新たな価値創出に向けた「プロダクト視点」から「顧客視点」への転換を伴走支援</li> </ul>
人事BPOサービス	外販強化に向けた営業/プロダクト戦略策定・実行支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の声を基に営業からプロダクトまでを一気通貫させた事業戦略を策定</li> <li>顧客への営業シナリオ/コンサルティング営業のノウハウを形式知化</li> </ul>
物販	新たなインダストリー攻略に向けた伴走型支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規開拓に向けたマーケティング・営業およびバックオフィス業務改革まで伴走。形式知化した知見を「分かる」から「できる」へ昇華</li> <li>実際にビジネスの売上向上を実現</li> </ul>
自動車インポーター	新車販売増に向けたハンズオン型戦略策定・実行支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>新車販売増に向け、各店舗で現状把握・取組検討・実行までを伴走支援</li> <li>支援店舗で他店舗を上回る売上増加率を実現</li> </ul>
自動車インポーター	アフターサービス販促 ハンズオン型戦略策定・実行支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>パイロットディーラーでの施策実行支援、及び全国展開準備</li> <li>パイロット期間中から、当該販促施策に起因する受注を獲得</li> </ul>
自動車部品メーカー	海外市場拡大戦略立案支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>有望顧客へのプレ商談でニーズ・意思決定基準を把握し、営業戦略を立案</li> <li>有望顧客が求めることを軸に、今後の海外市場拡大に向けた必要な体制変革を明確化</li> </ul>