

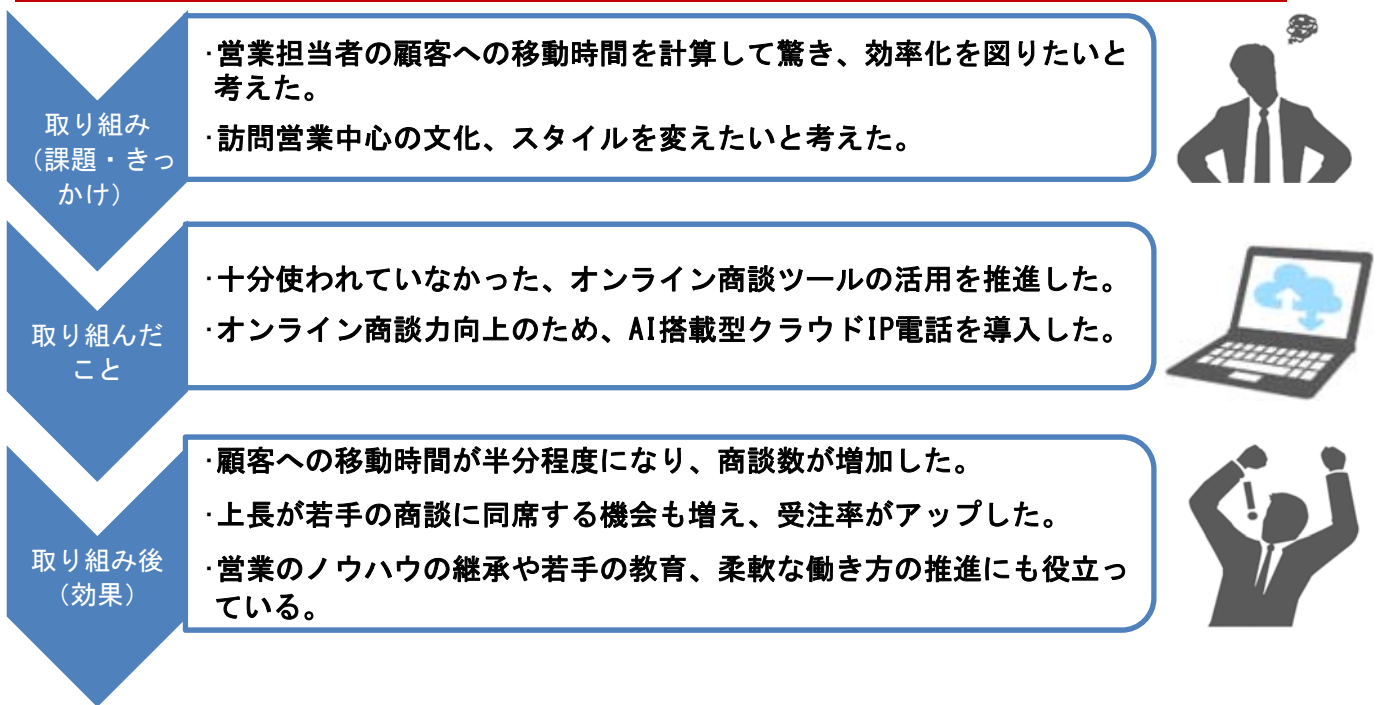
## 株式会社 LiB



- ✓ オンライン商談ツールを導入。顧客への移動時間の削減と商談数の増加につながった。
- ✓ 併せて AI 搭載型クラウド IP 電話を導入し、若手の商談を録音でチェックすることで、営業のノウハウの継承、若手の教育につながっている。

### 導入した IT ツール

- Web 会議システム（商談ツール）  
（「ベルフェイス」 ベルフェイス株式会社）
- AI 搭載型クラウド IP 電話  
（「MiTel」 株式会社 RevComm）

### 導入のきっかけ・取り組み・効果



<p>コスト(費用)</p> 	<p>【オンライン商談ツール】 （導入時）同時接続可能な 3 ルームで導入。 （現在） 6 ルームに拡充。約 120 万円/年。 ※現在は利用人数（ID 数）ごとの課金モデル。約 150 万円/年～。</p>
<p>メリット(効果)</p> 	<p>【オンライン商談ツール】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客への移動時間が半減。商談数倍増。</li> <li>・上長のフォローが行き届くようになり、受注率アップ</li> <li>・若手への教育効果が現れ、新規顧客とのアポや契約につながる例が増加。</li> </ul> <p>【AI 搭載型クラウド IP 電話】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状や改善点を明示することで、若手のモチベーションアップ。</li> </ul>

## 活用の状況（どんなことができているか）

○顧客への移動時間が半分程度になり、商談数が2倍に増えました。

- 以前は訪問営業中心で、営業担当者1人につき、顧客への移動に41時間/月も費やしていましたが、オンライン商談ツールの活用を開始してから約3か月後には、顧客への移動時間が半分程度になりました。
- 営業担当者には、「初回は訪問してもよいが、2回目以降はなるべくオンライン商談ツールを使うように」と伝えました。また、契約受注後のフォローにも、オンライン商談ツールを活用しています。このようにして空いた時間を活用し、商談数を約2倍に増やすことが出来たので、かなり効率が上がったと思います。
- オンライン商談ツールでは、説明資料の画面を顧客と共有しながら話を進めます。顧客が関心を持ったところ、疑問を感じたところで画面を止めて丁寧な説明を加えるなど、紙の資料で説明する場合と比べて、顧客のペースに合わせた商談ができるようになりました。
- 顧客には、「移動に費やしていた時間を、提案内容の検討や、より充実した資料の作成に使わせてほしい」と依頼して、受け入れて頂きました。その結果、初回の訪問から受注までの訪問回数が、顧客1社につき、平均2.7回から1.6回に減少しました。
- また、最終商談から契約までの日数も、以前は2週間程度かかっていたものが3分の2程度になり、迅速な対応ができるようになりました。

○上長が若手の商談に同席する機会が増え、提案の質が高まり、受注率がアップしました。

- オンライン商談ツールを活用して移動時間を削減した結果、若手の営業担当者に同行する上長（事業部の責任者）にも時間的な余裕が生まれました。その分、上長がオンライン商談に同席する機会を増やし、若手を上手くフォローして質の高い提案に努めた結果、10%ほど受注率がアップしました。オンライン商談ツールの活用が、時間あたりの成果の最大化につながっています。

○営業のノウハウ継承の場、若手の「学びのツール」にもなっています。

- 若手にとって、上長が同席する商談が増えることは、営業のノウハウやスキルを直接学ぶ機会が増えることでもあります。若手は上長の営業トークのコツなどを間近で学び、上長も若手の様子を確認しながら指示出しやフィードバックをしています。
- オンライン商談ツールを活用し、こうした学びの機会を増やしたことで徐々に若手のスキルが上がり、新規顧客とのアポがとれるようになる、契約を受注できるなどの成果が出てきました。
- 若手のオンライン商談力の向上を図るため、併せてAI搭載型クラウドIP電話を導入しました。

これにより通話の録音や文字起こしを行い、顧客への電話の発信回数、通話時間、顧客と当社の会話時間の比率、声の質やトーンなどの分析をしています。

- 現状を数字で明示し、よく出来ている点や今後の課題について、上長がその都度具体的に伝えることで、若手の成長実感、やる気や目的意識が高まります。最近では、若手自ら目標を立てて改善に取り組む様子が見られるようになりました。
- オンライン商談ツールと AI 搭載型クラウド IP 電話を併用することで、若手の教育について、より高い効果を生んでいます。IT ツールを若手の「学びのツール」として活用しています。

○柔軟な働き方の推進や採用業務にも役立っています。

- 当社は、正社員・契約社員の約4分の1を、子育て中の社員が占めています。オンライン商談ツールがあることで、必要に応じて在宅勤務をするなどの柔軟な働き方ができています。
- 台風の際も、オンライン商談ツールを利用すれば自宅からでも顧客に連絡がとれるため、これまでより迅速に在宅勤務を認める決定を下し、社員の安全を守ることができました。
- 採用面接でもオンライン商談ツールを活用しています。応募者が遠方に住んでいる場合は、1次面接・2次面接はオンライン商談ツールで行い、最終面接のみ本社（東京）に来てもらうなどの使い分けをして、応募者の負担を軽減しています。

## コストと効果について

○導入・運用費用（1年目）

- オンライン商談ツールは、同時接続可能な「ルーム」の数によって費用が異なります。最初は3ルームの利用でしたが、数が足りなくなったため、現在は6ルームまで増やしています。費用は、6ルームの利用で、年間120万円程度を支払っています。
- 当社が導入しているオンライン商談ツールは大変使いやすいため、導入にあたり、特に準備のための時間を要することはありませんでした。利用中に分からないことがある場合は、チャットサポートを活用していますが、すぐに返信があります。

○効果

- オンライン商談ツールの活用により、営業担当者が顧客への移動に費やす時間が半分になり、その分、商談件数が2倍になりました。初回の訪問から受注までの訪問回数も、顧客1社につき、平均2.7回から1.6回に削減されました。
- オンライン商談ツールと AI 搭載型クラウド IP 電話を組み合わせ、若手にアドバイスをすることは教育的な効果が高く、導入のメリットは非常に大きいです。

### ーIT化の旗振り役は？

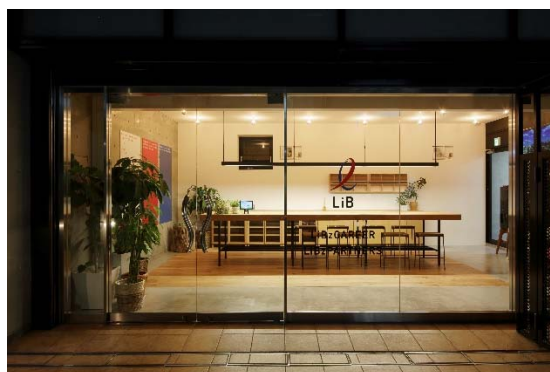
- ダイレクトリクルーティング事業部（株式会社 LiB）の責任者（2018年10月入社）が中心となって取組みを進めました。前職でもオンライン商談ツールを活用しており、成果を出せることは理解していました。当社でも既にオンライン商談ツールは導入されていましたが、これまでは十分に活用されていませんでした。
- 最初は、訪問営業での成功体験を持つベテランの営業担当者ほど、抵抗感が強かったです。そのため、若手の中から3名の協力者を見つけ、オンライン商談での成功体験を積み重ねました。それを見た他の社員も徐々に関心を持つようになり、事業部全体に取組みが広がりました。
- その後、ダイレクトリクルーティング事業部の責任者が人材紹介事業部（株式会社 LiBzPARTNERS）に異動したため、現在では人材紹介事業部でもオンライン商談ツールの導入を進めています。

### ー社内に IT に詳しい人はいますか？

- フルリモート勤務の IT 担当者がいますが、オンライン商談ツールの導入や運用については、一般の社員でも十分対応可能です。

### ー費用対効果についてどうお考えですか？

- オンライン商談ツールには、同時接続可能な6ルームの利用で、年間120万円程度の費用を支払っていますが、うまく活用すれば十二分な効果が得られ、費用対効果が高いと考えます。今後、必要に応じて、ルーム数を増やすことも検討しています。



#### 株式会社 LiB

<https://www.libinc.co.jp/>

〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町 13-15

主な事業：ダイレクトリクルーティング、人材紹介

設立：2014年4月

資本金：3億6,411万5千円

従業員数：81名