

報道関係各位

株式会社電通イーマーケティングワン

法人営業担当者 500 人の調査から明らかになった

「理想の営業リスト」づくり 3 つのポイント

～75.4%は、「リストが多すぎて」「リストの質が低くて」全ての営業リストにアプローチできていないと回答～

株式会社電通イーマーケティングワン(本社:東京都中央区、代表取締役社長:石川 浩、以下当社)は、購買行動が複雑化する中、顧客に対しての“新しい売り方”を提案しています。

営業活動においては、顧客情報の入った「営業リスト」は、必須アイテムです。ところがこの営業リストを十分に活用できている企業は少ないというのが現状です。

そこで当社では、2014年12月中旬に法人営業担当者の方500人を対象に「法人営業の営業リストに関するアンケート調査」を実施し、調査結果をまとめました。

調査の結果、「理想の営業リスト」には①量よりも質にこだわる ②アクション情報やニーズ情報などを含む立体的な情報を提供する ③タイムリー性を確保する の3つのポイントがあることがわかりました。

結果は、以下の通りです。

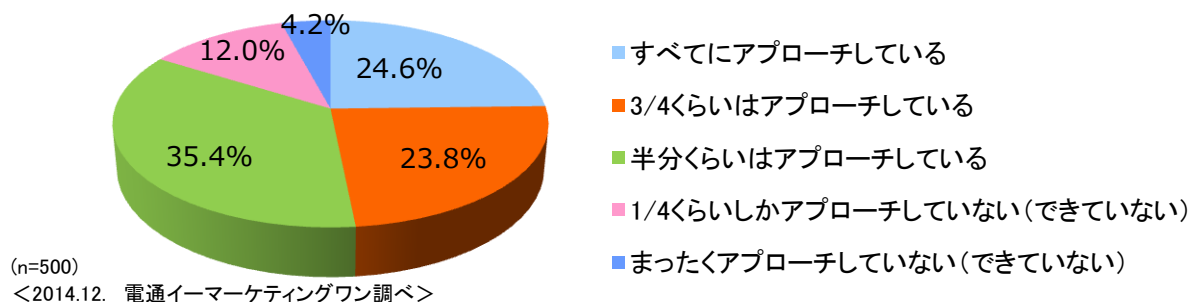
■75.4%の企業の法人営業担当者は、すべての営業リストへのアプローチができていない

営業リストに対してどの程度アプローチできているかを聞いたところ、法人営業担当者の75.4%が、提供されている「すべての営業リストに対してアプローチできていない」と答えました。営業リストのすべてにアプローチできているのは全体の24.6%にとどまり、残りの75.4%はリストの一部しか活用していない、もしくはまったく活用していないことがわかります。(「まったくアプローチしていない(4.2%)」、「1/4くらいしかアプローチしていない(できていない)(12.0%)」、「半分くらいはアプローチしている(35.4%)」、「3/4くらいはアプローチしている(23.8%)」の合計)

理由は、「リストが多すぎてカバーしきれない(40.3%)」が最も多く挙げられ、次いで「(リストの)質が低くアプローチしても意味がない(35.5%)」が続きます。営業リストの数は多くあるものの、メンテナンス、活用ともに対応しきれない現状がうかがえます。

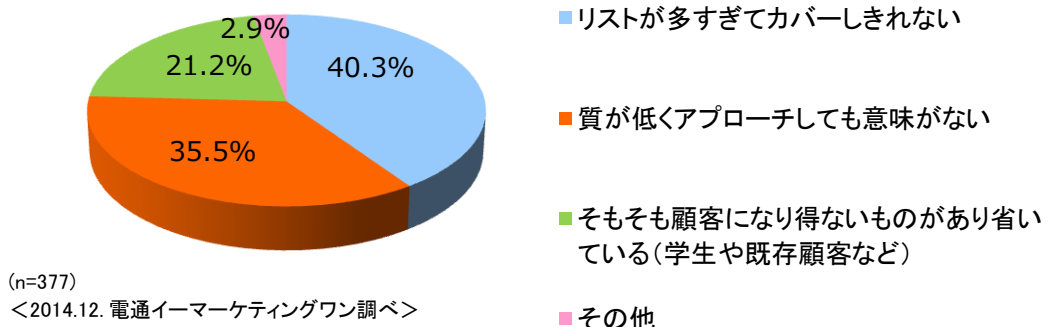
つまり、営業担当者は、量より質を重視していることがわかります。

Q.あなたは、「営業リスト」に対してどの程度アプローチしていますか(できていますか)。



Dentsu eMarketing One

Q.あなたは、「営業リスト」に対して「すべてにはアプローチしていない(できていない)」とお答えですが、その理由としてあてはまるものをお知らせください。



■情報が新しい(更新されている)ことを 74.4%の法人営業担当が「重要(36.6%)」「まあ重要(37.8%)」

では法人営業担当者は、営業リストの何を重要視しているか、という問いには、「リストの件数が多い」よりも、「情報が新しい(更新されている)」が、74.4%(「重要(36.6%)」「まあ重要(37.8%)」の合計)、「内容の精度が高い」が 73.8%(「重要(33.0%)」「まあ重要(40.8%)」の合計)、「顧客を理解する(できる)情報が揃っている」69.6%(「重要(28.0%)」「まあ重要(41.6%)」の合計)、の回答が寄せられました。

このように営業担当者はリストの量よりも、見込客のそれまでの情報摂取状況や興味・関心のありかをあらかじめ把握でき、タイムリー性の確保された精度が高い質重視の情報を求めていることがわかります。

Q.営業先の選定に利用する「営業リスト」について、以下の項目はどの程度重要ですか。

それぞれお答えください。

		重要	まあ重要	どちらともいえない	あまり重要でない	重要でない
(n=500)						
【リスト自体について】						
情報が新しい(更新されている)		36.6	37.8	23.0	2.4	
内容の精度が高い		33.0	40.8	24.6	1.4	
顧客を理解する(できる)情報が揃っている		28.0	41.6	27.6	2.4	
リストの重複がない		20.2	42.8	30.8	5.8	
リストの件数が多い		14.6	37.8	39.4	7.2	1.0
【リストの内容・中身について】						
興味・関心程度が分かり、優先順位が付けやすい		22.8	37.2	36.6	3.2	
個々のリストに対し、有効なアプローチがわかりやすい		20.6	39.2	36.0	3.8	
興味・関心程度が高いものが多い		19.0	40.6	36.4	3.4	
顧客になりえないリストは含まれていない		16.6	36.0	40.0	6.2	1.2
獲得までハードルが低い		15.2	31.0	43.4	8.8	1.6

※グラフ中の1%未満のスコアは非表示 (%)
<2014.12 電通イーマーケティングワン調べ>

Dentsu eMarketing One

上記は、今回実施した調査の代表的な設問に対する回答結果となります。弊社は、調査結果から、「理想の営業リスト」づくりには3つのポイントがあると考えました。その3つのポイント、回答者の属性、営業リストに関する件、営業リストの重要項目などの全アンケート項目に関する調査実態レポートについては、下記 URL よりご覧ください。

■ 調査実態レポートのダウンロード

https://pages.dentsu-em1.co.jp/wp1_input.html

■ 調査概要

- (1) 調査目的: 法人営業における「営業リスト」への評価と理想的なリスト要件を明らかにすること。
- (2) 調査時期: 2014 年 12 月 19 日～26 日
- (3) 調査方法: Web によるアンケート
- (4) 調査対象: 「営業リスト」を使用して法人営業を行っている営業担当者
- (5) 回答数: 500 サンプル
- (6) 主な調査内容: 営業先の選定に利用する営業リストの情報(リスト収集方法/アプローチ状況/リストへの満足度など)、リストに必要な顧客属性情報、営業活動に効果が期待できる顧客アクション情報

■ 株式会社電通イーマーケティングワン 会社概要

電通イーマーケティングワンは、「新しい『売り方』を、つくる」を企業理念とした、新しい競争環境における企業のマーケティング課題の解決に向けて、必要なサービスをワンストップで提供するマーケティング会社です。さまざまなクライアント企業様の顧客や見込み顧客が、気付きから興味喚起、検索、比較検討、購買、シェアといったカスタマージャーニーをスムーズかつ効果的・効率的に購買へと繋げていくため、DMP 等のデータを活用したデジタルソリューションを中心に、最適なマーケティングソリューションの提供をさらに高度化してまいります。

社名 : 株式会社電通イーマーケティングワン(英文名称:Dentsu e-marketing One Inc.)

代表者 : 代表取締役社長 石川 浩

本社 : 東京都中央区築地 5-5-12 浜離宮建設プラザ 5F

株主 : 株式会社電通デジタル・ホールディングス(株式会社電通のデジタル領域中間持株会社) 59.3%
株式会社電通国際情報サービス 33.5%、株式会社電通テック 7.2%

URL : <http://www.dentsu-em1.co.jp/>

■ 本件に関するお問い合わせについて

戦略事業本部 MA 推進室

Tel: 03-5551-2597

Mail: info@dentsu-em1.co.jp