

Xactlyで営業のフォーキャスト力を高め、 営業力の向上に寄与 営業サイクルの短縮、収益性の向上を実現



チームスピリット



営業マネージャーを育成し、営業担当者の能力を底上げしたいと考えるなら、フォーキャストのスキルは必須です。そのための必要な機能やノウハウが実装され、即座に運用を開始できるXactly以外の検討の余地はないでしょう

執行役員 CRO セールス&マーケティングディビジョン 本部長 若宮 成吾氏

カスタマープロフィール

株式会社チームスピリット
業 界：サービス業

課題

- 受注へのコミットが不十分な営業カルチャー
- フォーキャスト精度の低さ
- スプレッドシートによる非効率なフォーキャスト業務
- 属人的なフォーキャスト業務の存在

ソリューション

- Xactly Forecasting

成果

- 受注をコミットしてベストを尽くす営業カルチャーの醸成
- 営業サイクルを最大3ヵ月短縮
- フォーキャストの効率化と精度の大幅な向上
- 導入支援チームの適切なリソース確保、開発チームの機能開発順序の調整などレベニューオペレーションの最適化

課題

コミットが不十分なカルチャーが ストレッチの難しさにつながっていた

株式会社チームスピリットは、バックオフィス業務のDXを支援するクラウドサービス「チムスピ」シリーズを提供し、「労務管理の自動化」「経理業務の自動化」「人事業務の省力化」など、さまざまなバックオフィス業務の効率化を実現しています。サービスをローンチした2012年から多くのユーザーを獲得し、その勢いを維持したまま、2018年には東証マザーズ市場に上場。1700社以上のユーザーがサービスを利用しています。中小企業から、現在は大企業への展開も促進しています。

その会社が現在抱える営業課題について、Salesforce日本法人で12年にわたり営業チームの生産性向上に取り組んできた執行役員 CRO セールス&マーケティングディビジョン 本部長の若宮 成吾氏はこう話します。



執行役員 CRO
セールス&マーケティングディ
ビジョン
本部長
若宮 成吾氏

「私が着任した2022年12月当時、当社の営業組織にはフォーキャストの文化が根付いていませんでした。営業担当からあがる各商談の情報が『これは行けそう』『これは難し

そう』という肌感覚のもので、なんとか商談を獲得しようとする営業の意思も低い状態で、結果的にフォーキャスト精度が非常に低くなり、四半期予測が大きく下振れすることも珍しくなかったと聞いております」

解決の方向性 **フォーキャスト専用ツールを採用しプロセスを標準化**

若宮氏の懸念は、フォーキャスト精度だけではありませんでした。「フォーキャストの重要な意義は、営業担当が受注にコミットすることで、主体的かつ積極的な行動につながることにあります。私は考えています。コミットとは簡単に言えば、『この四半期中にこの商談は受注する』という宣言で、決められた期限の中でどうすれば受注できるかを逆算したアクションが取れるようになります。これによって、営業担当が商談の進捗を管理し、お客様への積極的な交渉もするようになるので、受け身な営業になることを回避できます。コミットすることを営業担当による『意思入れ』と呼んでいます。売上そのものをストレッチする上でもこのコミットは大きな意味を持ちます」

営業担当が受注と着地予測をコミットするカルチャーを醸成するため、スプレッドシートによるフォーキャスト管理をはじめましたが、その作業には多大な工数がかかり、非効率にならざるを得ないという問題がありました。コーポレートディビジョン ビジネスマネジメント Dept. シニアエキスパートの山岡 幹根氏は当時の状況をこう振り返ります。

「管理上大きな課題となっていたのは、当社が営業活動の基盤として利用するSalesforceとの二重作業で、管理が非常に煩雑となっていたことでした。ワークシートごとに、チーム単位の

フォーキャストしか行えず、全社の数字を把握するには再度集計する必要があるというツール上の限界もありました。また、組織の成長にはマネージャーのフォーキャスト力が必要ですが、このやり方では作業の標準化が難しいことも大きな課題でした」



コーポレートディビジョン ビジネスマネジメント Dept. シニアエキスパート
山岡 幹根氏

これらの課題の解決に向け、注目したのがXactlyでした。

「データを可視化するだけなら、BIツールを活用するという考え方もあるでしょう。しかし、フォーキャストとは可視化するだけでなく、可視化できた数値から必要なアクションを講じることにあります。そのために必要な全機能をパッケージとして提供するツールは私の知る限り、Xactly以外にありませんでした。そのため、スプレッドシート管理の限界が明らかになった時点で悩むことなくXactly Forecastingの導入を決断しました」(若宮氏)

ソリューション **ギャップが一目で分かるダッシュボードを構築**

同社はXactly Forecastingによるフォーキャスト管理の仕組

Xactly Forecasting導入によって得られた効果

	受注へのコミット	フォーキャスト精度	営業サイクル	フォーキャスト業務	レベニューオペレーションの実現
BEFORE	不十分	50%程度のズレ	早期受注に積極的でなかった	スプレッドシートで非効率	開発部門や実装部門の必要リソースの調整が困難
AFTER	コミットしてベストを尽くすカルチャー	10%内に収まる	最大3ヶ月も短縮	取りまとめ業務の効率化	フォーキャストに基づき最適なリソースを調整

収益性・生産性を向上

み作りに着手しはじめてから、わずか二週間余りで実運用を開始しています。この**短期間で実装を終えられた理由は、フォーキャストに必要な仕組みや機能がデフォルトで用意されていたことが大きい**と若宮氏は指摘します。そして同社がこだわったのは、一つの画面で必要な情報がすべて把握できるダッシュボードの構築です。構築プロジェクトをリードした山岡氏はこう振り返ります。

「ダッシュボードには目標とのギャップが一目で把握できる、シンプルな構成を心掛けました。また任意の部門を選べばその部門の状況もすぐに切り替えて見られるので、何枚もレポートを作る必要はありません。さらに、Xactly ForecastingはBIツールとは異なり可視化できるだけでなく、ダッシュボードから直接データ入力できることも評価しました。**Xactlyに入力したデータが Salesforceにも反映される点が、ユーザーである営業部門からも抵抗なく受け入れられ、短期での立ち上げに繋がった**と思っています」

成果

フォーキャストを意識した営業アクションが商談期間を劇的に短縮化

Xactlyの導入後の変化として若宮氏がまず挙げるのは、受注をコミットしてベストを尽くす営業カルチャーの醸成です。その効果は、さまざまな面に及んでいます。一つが営業成績の伸長です。

「Xactly導入後の営業成績は順調に成長しております。**ゴールから逆算して考えて動くことができるチームへと生まれ変わったことで、以前であれば翌四半期に持ち越されていたであろう商談が、当期内で受注できるようになったことも一因**でしょう。従前は、**半年以上の時間を掛けていた商談も、最大3ヵ月程度リードタイムを短縮して受注に至るケースも現れはじめています**。さらに、営業マネージャーの育成にも貢献していると実感しています。フォーキャストを意識したマネジメントを行うようになり、明らかにマインドが変わってきたと思っています」(若宮氏)

また、フォーキャストの精度も大幅に改善し、今では10%以内に収まるようになったと若宮氏は強調します。この**フォーキャスト精度向上によって、部門横断的なレベニューオペレーション**

の最適化も実現できるようになりました。具体的には、導入支援チームと開発チームにとって、この営業のフォーキャストをベースに、業務量の判断や開発優先度の見直しに活用しています。

「導入支援チームにとってリソース確保を行う上で、従来のフォーキャスト精度の低さはリスクに直結していました。精度向上はこうした課題の解決にも貢献しています。また当社の場合、**プロダクトの開発や機能拡張はユーザーニーズに基づいて行われることが多いのですが、『この機能が強化できれば競合に勝ち、いつまでに成約できる』という営業担当の意思入れがあれば、開発の優先度を見直し、即座に開発に取り掛かることも可能になります。実は今、フォーキャスト会議で、他部門の参加者のうち一番発言が多いのは開発トップなんですよ**」と、若宮氏は話します。

さらに、同社はこのフォーキャストをパイプライン最適化や営業の勝ちパターンの可視化にも活用していく考えです。

「まず行いたいのは、**目標値から逆算したリード確保をはじめとするパイプライン最適化**です。今後はフォーキャストをマーケティング部門とも共有していきます。もしフォーキャストが目標に対してギャップが大きい状況があれば、マーケティングでのリード獲得をより推進するなど、動的に適切な活動内容に反映させていきたいと思っています。さらに、営業の勝ちパターンをXactly上で表現することも検討していきたいと考えています。各商談フェーズでどう動けばいいのかXactlyを開けば分かる環境をぜひ実現したいですね」(山岡氏)

若宮氏が今後の目標として挙げるのは、営業担当のフォーキャスト力の一層の向上です。

「**フォーキャスト力とは、予測能力ではなく、ストレッチする方向で成果をコミットし確実にそこに着地させる営業力**だと私は考えています。その営業力があれば、営業としてはどこに行っても通用するはずですし、マネージャーのキャリアパスを考える上で必須だと思っています。チームスピリットの営業組織で働けば、そのスキルセットを確実に身に付けることができる環境にするとともに、Xactlyという優れたツールを活用し、企業としては着実に成果をあげられる組織を今後も整備していきたいと考えています」

Xactly株式会社 〒107-6218 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー18階

Xactly(エグザクトリー)は、企業の営業フォーキャスト(売上予測)やインセンティブ報酬管理を支援するSaaSソリューションを提供するグローバルリーディングカンパニーです。『トップラインの成長』と『適切な報酬の分配』という持続的な事業成長の基盤の構築をXactlyのソリューションが支えます。

Xactlyの詳細は、<https://www.xactly.co.jp/>をご覧ください。

また、Xactly Forecastingの詳細は、<https://xactly.co.jp/lp/forecasting/>をご覧ください。

