



# RevOpsに正確な 営業フォーカシングが 必要な理由

**Xactly**<sup>®</sup>



# 目次

レベニューオペレーション (RevOps) とは	2
レベニューオペレーションの詳細	
営業フォーカスティング (別名データドリブンな意思決定) について	3
RevOps と営業フォーカスティングの組み合わせが 成功のためのエコシステムをどのように作るか	5
正確な営業フォーカスティングが売上高を伸ばす	5

## レベニューオペレーション (RevOps) とは

『レベニューオペレーション (RevOps)』とは一体どういう意味だろう?と思われる方もいるかもしれません。RevOps という用語は一時的な流行語やバズワードのように聞こえますが、最新の調査ではそうではないことがわかっています。LeanData や Sales Hacker の最近のレポートによると、RevOps を採用した企業は前年比で 55% 増加しています。<sup>1</sup>

まずは、レベニューオペレーションについて掘り下げる前にこの用語を定義しましょう。

**レベニューオペレーションとは、フロントオフィスとバックオフィスの間に長年存在する溝を埋め、企業全体で売上を向上させる取り組みのことで、最初の戦略策定から、売上最適化に至るまで、セールスプランニング、営業テリトリー、営業クォータ (目標)、インセンティブ、パイプライン (商談) 管理、フォーカスティングといったあらゆる面における実践と優先度付けにフォーカスすることによって、企業の売上ライフサイクル全体にわたり組織を導くものです。**

RevOps は万能なソリューションというよりも、企業の営業戦略のあらゆる面を最大活用するために、現状のプロセスを分析・最適化していく戦略なのです。

ここまで読んでイメージできましたでしょうか?

このように考えてみてください。あなたが会社の売上計画立案を担当するとき、あなたは組織の中の「ピカソ」なのです。なぜなら、上層部や部門責任者と同様、営業プロセスに関わる全てに関わる全体像を描いているからです。これはつまり、GTM (Go To Market) オペレーション全体に関する部門横断的な責務を担い、部門共通でテクノロジーが活用されるプロセスを効率化していくようなことなのです。

## レベニューオペレーションの詳細



Forrester 社によると、組織のリーダーの 3 人に 1 人 (34%) はデータドリブンな洞察を完全に無視しています。代わりに直感や経験、持論に基づいて意思決定を行っています。<sup>2</sup>

左記の結果はなぜでしょうか? 自動化は進歩し、成功へのプレッシャーは高まるにも関わらず、企業は依然として自社データの理解に苦勞しているからです。営業フォーカスティングの精度に欠け、結果として売上目標を達成できない組織が多過ぎるのは、「データを読み取る能力」という重要な要素が欠けているからです。

RevOps は、マーケティング・営業・カスタマーサクセス部門の間に以前から存在する業務上のサイロを取り除くことで、組織が共通の戦略・目標・評価基準を策定できるようになり、最終的にはコストを削減しながら意思決定を加速できるようにします。購買行動の変化やサブスクリプション ビジネスモデルの成長に牽引され、この新しい市場力学は急速に広く受け入れられています。

## 営業フォーカスティング（別名データドリブな意思決定）について

「25%以上」という数字が、会社にとって何を意味するかお分かりでしょうか？いわゆる、期末にテーブルの上に大量のお金が残ってしまっている状態、ということです。

正確な営業フォーカスティングがあれば、経営陣は売上拡大のための目標設定の際に、より賢明な意思決定をすることができるようになります。そのためには、商談の見える化、営業担当のパフォーマンス向上などを実現し、数値予測に対する信頼性を高めていく必要があります。

自社の営業データの品質を明確に理解することは、信頼性のあるフォーカスティングと、売上の最適化を実現するための第一歩です。RevOps はビジネスにおける新たな概念ですが、データに基づく現実的な営業フォーカスティング無しには RevOps は機能しません。

最近の当社の調査では、75%の回答者がパンデミックを受けて売上目標を変更しています。<sup>4</sup> インテリジェントなツールを取り入れることにより、企業は健全なフォーカスティングに頼ることができ、そのことは、競合や市況の変化から企業を護り、現在および将来における計画と成功を可能にします。

このようなデジタルツールは、AI/ML 搭載のフォーカスティングツールということでも知られています。

### データドリブなインテリジェンスはどこから入ってくるのか

6%↑

データドリブな営業アプローチは事業の収益性も高め、競合他社より最大で6%収益性が高まります。<sup>5</sup>

未来志向のアプローチで売上について戦略的に考え、データや人工知能 (AI) を使いインテリジェントな意思決定を行うことは、組織が営業力のコントロールを取り戻すのに役立ちます。これが、レベニューオペレーションが、レベニューインテリジェンスに関わってくる理由です。企業がインテリジェント レベニュー プラットフォームを採用することで、現在の営業計画の策定と実施が最適化できます。これらのプラットフォームは、最初の戦略策定から、売上の最適化のあらゆる面における実践と優先順位付けにいたるまで、売上ライフサイクル全体にわたり組織を導きます。組織の売上向上支援に特化したツールが提供するデータを利用することで、組織は売上拡大・リスク低減・コスト削減による全体的な営業パフォーマンスの改善に必要なインサイトを手に入れることができます。

人工知能 (AI) や機械学習 (ML) が全てのデータ供給源である必要はありません。むしろ重要なデータにフォーカスし、ユーザーが求めているインサイトが提供されることが必要です。

80%

の組織でフォーカスティングの数字と実際に25%以上のギャップがあります。<sup>3</sup>

継続的に記録・追跡されるデータは、営業マネージャーがどの活動が目標達成に貢献しているかを知るのに役立つため、価値が高いです。しかしデータをまとめ分析するだけでは十分ではありません。影響の大きな変化に対応していくためには、データとインサイトを組織全体で素早く効率的に共有することが必要です。

ビジネスをうまく継続するためのリアルタイムな意思決定のためには、リーダーが、最新で、正確、網羅的なデータに簡単かつ速やかにアクセスできることが重要です。営業部門向けには、AI や ML を使って、セールスキャパシティ、営業クォータ（目標）、給与計画の改善が行われます。また、パフォーマンス分析、離職のリスクがある営業担当者の特定、営業フォーキャスティングの正確性向上のためにも使われます。

RevOps 実現のため、フォーキャスティングの正確性を向上するためのアクションを営業部門内外から引き出すにはどうすれば良いでしょうか？ RevOps とフォーキャスティングが一緒に機能し、継続的な成長のための環境を作る方法を紹介していきます。

## RevOps と営業フォーキャスティングの組み合わせが成功のためのエコシステムをどのように作るか

▶▶▶▶ 10%

正確なフォーキャスティングができる会社は、そうでない会社に比べて、前年より売上が増加する確率は10%高く、業界トップになる可能性は2倍とされています。<sup>6</sup>

営業エコシステムとは、人、プロセス、システムから成ります。部門の垣根を超えた業務推進のためには、合意、コミュニケーション、協力が不可欠です。合意を構築するためには、正確で信頼性のあるデータの総合的なデータベースだけではなく、セールスプランニングにおける戦術、テクノロジー、データの正しい組み合わせ（つまり正確なフォーキャスティングの作成）が必要です。

どのように企業活動とつながっているのでしょうか？

営業活動を分析することで、レベニュー オペレーション リーダーは、レベニュー（収益）全体に影響するプロセス、リソース、戦略、戦術をいつどこで投入・調整すべきかが分かるようになります。レベニュー オペレーションの目的は、過去・現在・未来のパフォーマンスや予測に基づいて、最も重要な影響を与えることができる場所を特定し、円滑に組織全体が動き続けられるようにすることです。

### フォーキャスティングサイクルの概要

- 1 AI/ML 技術を活用して翌年の売上予測を作成する
- 2 予測数値を達成するための営業計画を作成する（営業テリトリー管理、インセンティブ設計、営業クォータ（目標）管理、リソースおよびキャパシティ管理）
- 3 計画を実行する
- 4 ライフサイクルを通しての計画の正確性と妥当性を検証して、最適化する
- 5 翌年のフォーキャスティングを提供するためにパフォーマンスを集めて分析する

# 正確な営業フォーカスティングが売上高を伸ばす

20%

デジタル技術のイノベーションを積極的に受け入れる会社は、遅れを取る会社と比べて粗利益が約 20%高くなります。<sup>7</sup>

また、正確な営業フォーカスティングは、売上の予測可能性を高め、信頼性のある予測数値を発表するために重要です。そのため、この2つを組み合わせることが、業務規模を拡大し売上拡大を目指す現代の企業にとって最良のシナリオなのです。

完全に信頼性のあるデータを入手する最良の方法は、レベニュー インテリジェンス プラットフォームと提携することです。営業パイプライン健全性に関する見える化とインサイトをもたらし、フォーカスの正確性を向上し、営業のベストプラクティスを提供し、売上の予測可能性を高めます。

営業部門がどのように自身を捉え直し、インテリジェントテクノロジーを採用し、売上の新しい現実に対応しているかについては、当社のガイド「[正確な営業売上予測のための営業ハンドブック](#)」をご覧ください。

## Xactly

Xactly は、企業の効果的な売上管理を支援します。当社の提供するインテリジェント レベニュープラットフォームは、売上計画、営業テリトリー、営業クォータ、インセンティブ、営業パイプライン管理に焦点を当て、戦略策定から実行、収益最適化のあらゆる側面の優先順位付けまで、収益創出のライフサイクル全体を通して組織を支えます。AI を活用したスケーラブルなクラウド型プラットフォームは、高度なソフトウェアと 16 年にわたるデータセットで構成され、営業パフォーマンス向上と収益拡大に必要な信頼性の高いインサイトを提供します。Xactly 独自のデータエンジンは、Salesforce、Oracle、People.ai、Gainsight からのインサイトを活用しており、さらなる拡大を続けています。

Xactly やレベニューインテリジェンスの最新情報やトレンドについては、[Twitter](#) や [Facebook](#) をご覧ください。

©2024 Xactly Corporation. Xactly、Xactly ロゴ、および「Inspire Performance」は、Xactly Corporation の米国およびその他の国における登録商標または商標です。その他の商標は全て、それぞれの所有者に帰属します。

Xactly 株式会社

([www.xactly.co.jp](http://www.xactly.co.jp))

〒107-6218

東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー 18 階

 @xactly.japan

 xactly-japan

 @Xactly\_Japan

 Xactly Japan

## 出典

1. [LeanData and Sales Hacker](#)
2. [Forrester Consulting](#)
3. [Miller Heiman Group](#)
4. [Xactly Corporation](#)
5. [McKinsey & Company](#)
6. [Intangent](#)
7. [Harvard Business Review](#)