

DX 今物語

17

「〇〇DX」という言葉をよく耳にするようになりました。DXとは、デジタルテクノロジーによって、よりよい方向へと変革することです。

業務アプリやRPAを導入してプロセスをデジタル化するだけでなく、プロセスそのものや、それを用いる人の意識・考え方も変わってこそ

の販売データや市場データ

DXです。営業活動においても、データやデジタル技術を活用し、アジャイル的に社会情勢やマーケット動向に合わせて営業プロセスを再構築することで、業務効率化や生産性向上を目指す「営業DX」が注目されています。

NTT・ATでは、サービスの販売データや市場データ



◆たなか・しょうこ 10年以上にわたりデータ分析コンサルティングを担当。お客様の新規ビジネスの企画検討、デジタルマーケティング改善などにデータサイエンスティストとして携わる。2020年度より、事業本部の商材をメインにしたマーケティングを担当。

NTTアドバンステクノロジ

DX&GXビジネス事業本部

カスタマーリレーション部門

主査 田中 翔子

などを組み合わせて、お客様の困りごとを把握し、必要とするお客様に必要なサービスを提供できるよう「営業DX」に取り組んでいます。

例えば、代理店ビジネス向けの営業チームでは、蓄積している販売データ売り上げ向上の施策検討に活用しています。チームで成果を出すためには、現状認識や目標を合わせて活動する必要があるです。そこで役に立つのがBIツールで視覚化されたデータです。BIツールは、ビジネス上の意思決定するための知見、情報を分析／視覚化するソフトウェアです。営業チームではBIツールを導入し、販売データ、顧客データ、アンケートデータなど複数種類のデータを組み合わせ、どのエリアのどのような業界のお客様がいつから、どのように製品を利用しているのかを分析し、お客様が製品を購入して使い始めるためには何が必要か、製品をより活用するためにはどのような提案をすればよいかなどを検討しています。

チームで成果を出す営業DX

また、ビジネスパートナーである代理店との営業戦略の検討にも、分析／視覚化したデータを活用しています。

営業活動は、仮説と検証の繰り返しです。自分たちの扱っている商材はどのような企業に売れているのか、目標まであとどれくらいか……などを素早く把握しながら、仮説を立て、施策に取り組むことを繰り返し、効果が得られなければ新たな施策に取り組みます。まさにアジャイル的な進め方が求められています。

BIツールを利用することで、データ加工や集計・グラフ化の手間を減らし、仮説と検証のサイクルを素早く多く回すことができるようになりました。

また、データを活用・共有する仕組みを見直しながら、営業活動自体の改善も進めています。仕組みを作り、ツールの使い方を共有し、使い始めるごたくさんの改善点が見つかります。運用後の見直しを前提に、容易に改善できるようにすることもDX推進には欠かせません。