

中小・小規模事業者のための

テレワーク実践ガイドライン

＼テーマ別に解説／

営業活動編

対面同様にオンライン商談しよう



顧客と社内の両方にリモートを活用

オンライン商談は、遠くのお客様とも繋がるメリットがある一方で、画面越しでは熱意が伝わりにくいなどのデメリットもあります。オンラインでのコミュニケーションは、画面に表示される視覚情報に頼りがちになるため、見せ方・伝え方が大切になります。そのため、資料を作り込むだけではなく、営業担当者の表情や身振り手振り、目線、話す速度などの工夫が必要です。ロールプレイング(模擬体験)をして伝わりやすい表現方法を体得しましょう。また、営業情報や顧客情報に自宅からアクセスできたり、自宅の部屋が映り込まない等のリモート環境の整備も求められます。

オンライン商談導入のポイント

リモート環境の整備

- Web会議システムの導入
- 営業情報・顧客情報にアクセスできる環境整備
- バーチャル背景の活用などで商談の場づくり

オンライン商談のロールプレイング

- 表情や感情表現が伝わるか
- 話すスピードやトーク内容の見直し
- カメラ越しの身振り手振り

営業活動や顧客情報の社内共有

- Web会議システムを使って営業会議を定期的に実施
- 数字に表せない顧客の雰囲気や商談の感触を共有
- オンライン商談の録画データを使った部下指導

✓ 事前の練習でトラブル回避 ✓ 見せ方により、お互いに商談に集中できる

テレワーク下では、何気ない雑談から営業情報を共有することができません。Web会議システムを活用して営業会議を定期的に実施し、細かいニュアンスを共有しましょう。また、オンライン商談は録画できます。録画データを商談の振り返りや部下指導に活用できます。オンライン商談は少しの工夫で、デメリットをメリットに変えることができます。この機会に取り組んでみましょう。

専門家からのアドバイス

テレワークは新型コロナウイルス感染防止のためだけでなく、新たな働き方として導入する企業が増えてきています。オンラインによる非訪問型の営業に取り組むことで、営業の可能性が広がるでしょう。オンライン商談の際にポイントとなる見せ方・伝え方の工夫について具体的に支援いたします。

私が解説します



中小企業診断士

おぎの あけみ

荻野 晓美

Office Growth

事業継続に必要な利益とキャッシュ。その要である販売促進のサポートはお任せください。

動画はコチラ





テレワーク下でオンライン商談にチャレンジ

▶ 取組み前(きっかけ)

緊急事態宣言で全社員が在宅勤務に

緊急事態宣言の発令をきっかけに、全社員が在宅勤務となりました。顧客先を訪問していた営業活動は、電話やメール、FAXでのやりとりに制限され、接触機会の減少とともに受注も減少していきました。そこで、Web会議システムを導入し、オンライン商談に取り組むことにしました。実施にあたり、各営業担当がオンラインでのコミュニケーションに慣れること、営業活動状況や情報を営業部内で共有することが課題となりました。

▶ 取組み内容や仕組み

ポイント① リモート環境の整備

在宅勤務でのオンライン商談を実現するにあたって、営業資料や顧客情報の持ち出しを許可するかが検討事項になりました。セキュリティの観点から、自宅へのデータ持ち出しが不可とし、会社のパソコンを自宅から操作できるシステム(リモートデスクトップ)を導入しました。在宅作業用のパソコンを支給し、自宅から会社のパソコンを操作し、Web会議システムや営業情報を利用できるようにしました。

ポイント② オンライン商談のロールプレイング研修

オンライン商談を進める中で、対面時と同じようには相手に伝わりにくいという課題が出てきました。対面での営業トークやプレゼンテーションの研修は、以前から実施していましたが、別途、Web会議システムによるオンライン商談のロールプレイング研修を実施しました。その結果、オンラインでの会話や操作に慣れることができ、接続トラブルも減り、スムーズに商談が行えるようになりました。

ポイント③ こまめな情報共有

在宅勤務中、週に一度、オンラインにて部署内での情報共有を行いました。その際、商談で営業担当者が感じ取った顧客の雰囲気や感触といった数字以外の情報も共有するようにしました。また、隨時、上長と部下の1対1でのリモート会議を設けました。これにより、部下が抱える課題等に対して適切なフォローができるようになりました。

▶ 取組み後

現地訪問できなくても顧客との関係を維持

リモートでは、現地を訪問できなくてもオンライン商談の場を設ければ、お客様の顔を見ながらの打ち合わせをして、関係維持やニーズの聞き取りができます。特に、先方の担当者が変更となった際には、画面越しであってもお互いに顔を見て挨拶だったので、関係構築がスムーズにいきました。また、テレワークにより出張旅費等のコストを削減でき、移動時間が無くなつたことから残業時間も減りました。



社風と人柄が伝わるオンライン採用活動を

Web会議システムを利用してオンラインで会社説明会や面接を行う際、雰囲気や人柄といった非言語情報が、対面に比べて伝わりにくいことに注意が必要です。社風や社員の雰囲気が伝わらないと、応募者の「この会社で働きたい」という動機づけが高まりません。また、オンライン面接の場合は応募者の人柄がわかりにくく、人柄重視の選考は困難です。そのため、求める人材要件を具体化し、それを測定するための質問・評価基準をあらかじめ設定します。また、対面での面接を併用し、対面面接では人柄を判断する等、目的に応じたオンラインと対面の使い分けを行います。

オンライン採用のポイント

目的・場面に合わせて使い分ける

オンライン
説明会の
配信方法
面接

ライブ配信／リアルタイムで質問を受け付けられる。
録画配信／応募者が都合のいいタイミングで視聴できる。撮り直しや編集が可能。

対面面接／応募者の人柄や雰囲気といった非言語情報を評価できる。
オンライン面接／経歴・スキルなど言語化できる情報を評価しやすい。遠方の応募者にも対応可。

応募者の志望度を高める工夫を

採用プロセス内で会社の雰囲気や社風を知ってもらい、入社意欲を高める。
社員のインタビュー記事や対談動画などのコンテンツが有効。

求める人物像・評価基準を明確に

人柄が伝わりにくいオンライン面接では、評価するための質問を事前に用意する。
求める人材要件を具体化し、その基準に合致するかどうかを測定する。

- ✓ 応募者の視点を持って採用プロセスを見直す
- ✓ 自社の求める人物像を明確にして見極める

オンラインで会社説明会を行う場合は、ライブ配信と録画配信を、目的に合わせて使い分けて実施しましょう。また、採用プロセスを通じて応募者の志望度を高めるために、社風を伝える工夫をすることが重要です。社員のインタビュー記事や対談動画等のコンテンツを用意することで、会社の雰囲気を伝えることが有効です。

専門家からのアドバイス

オンライン採用の導入は、大企業だけでなく中小企業にも広がってきてています。求める人材を採用するためには、採用業務をオンライン化する必要性が高まっています。導入事例で紹介するのは新卒採用の事例ですが、中途採用でも取り組める内容です。採用業務のオンライン化や採用戦略についてのご相談はお任せください。

私が解説します



中小企業診断士

おかもと ともみ

岡本 友海

いすみ経営研究所

人材は会社の重要な財産です。人材の採用から定着・育成までトータルで支援します。

動画はコチラ





オンライン採用の実施で新入社員を獲得

▶ 取組み前(きっかけ)

緊急事態宣言で採用活動がストップ

緊急事態宣言の発令後は、従来の対面での会社説明会や面接が実施できなくなりました。採用活動が停止し、このままでは来年度の新入社員を採用できないという危機に陥りました。そこで、会社説明会と面接の一部をオンライン化し、非対面で採用活動を進める決断をしました。オンライン採用の実施にあたって、説明会のオンライン配信体制の整備と採用担当者のオンライン面接スキルの向上、応募者に社風をいかに伝えるかの3点が課題となりました。

▶ 取組み内容や仕組み

ポイント① 会社説明会動画をYouTubeにアップ

採用担当者が会社や採用情報について説明している様子を録画し、会社説明会動画を作成しました。動画はYouTubeにアップし、URLを知っている人だけが見られる「限定公開」の設定にしました。使い慣れたアプリを使ってスマホ・PCのどちらからも手軽に何度でも見られるため、応募者に好評でした。

ポイント② オンライン面接では質問内容を事前に用意

1次面接はWeb会議システムを使いオンラインで、2次面接は対面で実施しました。オンライン面接では、求める人物像に合うかどうかを測る質問を用意し、質問ごとに応募者の回答に点数をつけ評価をして2次面接に進む人数を絞りました。なお、オンライン面接は、感染症の不安もなく自宅から面接が受けられるため、遠方に住む応募者にも好評でした。2次面接は、緊急事態宣言が明けた時期に実施し、対面での面接により人柄と志望度を確認しました。

ポイント③ 社長と若手社員の対談動画を配信

会社説明会の動画のほかに、若手社員が社長にインタビューするという動画コンテンツを作成しました。応募者に社長の想いや考え方を知ってもらうと同時に、会社の雰囲気や、社員と社長の距離感が伝わるコンテンツにしました。オンライン採用では伝わりづらい社風についての情報が得られることで、応募者の不安は払拭され、応募(エントリー)につながりました。

▶ 取組み後

採用計画通り3名の新入社員が入社

会社説明会と面接をオンライン化することで緊急事態宣言中も採用活動を行うことができ、計画通りの3名の新入社員を採用することができました。新入社員からは、社会情勢に合わせて採用活動をオンライン対応したことは、会社のイメージアップにつながったという声が聞かれました。入社後の業務もテレワークが中心ですが、社長と若手の対談動画を見ていたことで会社の雰囲気がつかめており、Web会議でも先輩社員とのコミュニケーションはスムーズに取れています。



テレワークは“現場ファースト”で

建設業や物流業等の現場系の職種の方は、ITツールの使用機会が少ないものです。そのため、テレワークはもとより、ITツールを導入することに対して抵抗を感じる方も少なくありません。それは、IT導入によって現場の仕事の進め方が、大きく変わるためにです。現場のテレワークを推進するためには、「在庫数量を倉庫に行かなくても現場で把握できる」、「作業に必要な最新図面等を現場で直接受信できる」、「現場担当者は直行直帰でき、管理者は外出先でも現場の状況をリアルタイムに確認ができる」といったメリットを丁寧に伝え、テレワークに取り組む動機づけをしましょう。

現場のテレワーク導入ポイント

IoT機器の活用

IoT機器(センサー等)を用いて現場や在庫等の状況をリアルタイムで把握できる環境を構築する。

クラウド通信環境の構築

事務所以外の場所からでも、現場や顧客との書類や図面のやり取りができる環境を構築する。

直行直帰の仕組みづくり

わざわざ現場や事務所に行かなくても、リモートで必要な作業や確認ができる環境と仕組みを構築する。

- ✓ 十分なテスト導入期間を設けて、ITを使い慣れることから始める
- ✓ テスト期間中に問題が生じたら、すぐに改善策を検討する

現場系の業務はITの活用が進んでいないことが多いため、テレワークの導入をきっかけにIT活用・DXに取り組むことで、作業効率が大幅に改善される可能性があります。その恩恵を受けるために、現場で働く方はITに苦手意識を持つ方も多いことに留意し、「現場ファースト」の視点を持って、十分なテスト期間を設けながら進めていきましょう。

専門家からのアドバイス

新しいITツールの導入には、入念な準備が必要です。自社の業務プロセスを分析・整理したうえで、ありたい姿から適切な仕様書を作成し、最適な業者を選定することが成功への近道です。現場業務のIT化、テレワークの導入に伴う業務の再設計は、当社にお任せください。

私が解説します



中小企業診断士

やまもと だいすけ

山本 大介

有限会社三喜サービス

従業員の働きやすさを考慮した「定着するIT化」の実現に向け、伴走型の支援をいたします。

動画はコチラ



✓ 在宅勤務&クラウドワーク導入で残業時間75%減

▶ 取組み前(きっかけ)

緊急事態宣言による休校で、担当者が出勤できない事態に

施工管理担当者の長時間残業が問題となっており、移動時間の削減が検討されていました。その矢先、緊急事態宣言の発令により小学校が休校した影響で、在庫管理担当者が在宅勤務を余儀なくされました。これを機に、施工管理担当者と在庫管理担当者のテレワークに取り組むこととなり、業務に適したITツール導入が課題となりました。

▶ 取組み内容や仕組み

ポイント① 日報管理アプリの導入

施工管理担当者の残業は、施工終了後に事務所に戻ってパソコンで日報を作成し、印刷した日報を上長に提出していました。そこで、日報管理アプリを導入し、スマートフォンで日報の作成・送信ができるようにしました。その結果、事務所へ移動する時間が不要になり、直帰が可能になりました。また、スマートフォンのカメラで撮影した写真データを現場の状況報告として添付することで、日報の作成時間を短縮できました。

ポイント② インターネットFAXの導入

在庫管理担当者は、FAXで顧客や仕入先と連絡していたために事務所に出勤する必要がありました。そこでインターネット経由でFAXを送受信できるインターネットFAXを導入しました。会社に届いたFAXは指定したメールアドレスで受信し、送信時はメールに添付したワードやPDFデータをFAXに変換して相手に送信するようにしました。インターネットFAXの導入により、FAXの送受信のために事務所に出勤する必要がなくなり、在宅勤務が実現しました。

ポイント③ スマートマット(重量管理)による在庫管理

在庫管理担当者の在宅勤務の実現には、紙の台帳と、倉庫の現物確認で管理していた在庫管理のテレワーク対応も課題でした。そこで、倉庫に無線LAN環境を整備し、「スマートマット」という重さで在庫量を計測するIoT機器を導入しました。これは、倉庫から在庫を持ち出せば重量が減り、仕入れた分を追加すれば重量が増えることで、リアルタイムに在庫量が分かる仕組みです。これにより、在庫管理担当者は、自宅で在庫管理ができるようになりました。

▶ 取組み後

施工管理担当者の残業時間は1/4、在庫管理担当者の出勤日数は1/10に

施工管理担当者の残業の原因となっていた日報業務にかかる現場・事務所間の移動や日報作成の時間を大幅に削減できた結果、残業時間はテレワーク導入前の1/4になりました。在庫管理担当者は、自宅でも在庫管理業務が行えるようになり、必要な出勤日数は週5日から2週間に1日の1/10になりました。



業務プロセスの見直しと環境整備と一緒に

バックオフィス（総務や経理、人事に関する業務）は、テレワークを実現しやすい部門です。テレワークの導入が容易であるがゆえに十分な準備がされず、「稟議の申請や承認が遅延する」、「郵便物を担当者に届けられない」、「従業員に金銭負担が発生する」などの問題が、テレワーク開始後に表面化することも少なくありません。ITツールを利用し始める前に、業務プロセスの見直しが必要です。テレワーク導入を機に、無駄な作業が見つかり、業務効率が高まる可能性もあります。その上で、ITツールの導入やテレワーク実施による会社の経費負担等のルール整備をしていきましょう。

テレワーク導入ポイント

業務プロセスの見直し

- 全社業務の整理
- 管理資料作成や過去の慣習で実施していた作業など、ムダな作業の削減
- 紙を使わない業務へシフト

徹底的な環境整備

- クラウドサービスの活用
- チャットツール、モニタ支給などの自宅環境整備
- 電気代などのテレワーク導入費用を会社が負担

全社を巻き込んだ取り組みに

- 営業や製造部門を巻き込み、バックオフィス部門以外でもメリットを享受
- 各部門の業務に合った働き方を構築する

- ✓ テレワーク導入目的を明確にし、業務プロセスを見直す
- ✓ 自社の組織や業務に合わせて環境を整備する

バックオフィスは、他部門との連携や書類のやりとりが多い部門です。そのため、他部門を巻き込んで取り組むことが大事です。テレワークでは、紙やモノを扱う業務ができません。他部門の誰が何（紙やモノ）を使って業務を実施しているのか、紙の書類等が本当に必要かなど、関連部門と協力しながら検討しましょう。全社を巻き込んだ取り組みとなれば、テレワークをきっかけに、社員の柔軟な働き方の実現や経費削減といったメリットも享受できます。

専門家からのアドバイス

バックオフィスは業務範囲が広く、臨機応変な対応が求められる部門です。そのため、テレワーク導入の目的設定や業務整理、自社に合ったITツールの選定など、検討事項が多く、社内の人材だけで実現できないことが多いものです。当社は、システム導入による業務改善の実績が豊富ですので、お気軽にご相談ください。

私が解説します



中小企業診断士

ひろた ゆうき

廣田 有樹

SKコンサルティング株式会社

経営や事業方針に基づいた業務プロセス改善やシステム導入を多数支援しています。

動画はコチラ





テレワークを機に業務効率化を実現

▶ 取組み前(きっかけ)

バックオフィスの人材採用・残業時間削減が課題に

事務員の高齢化による退職と育児休暇が重なり、既存社員の残業時間の増加が課題となっていました。早急に人材採用が必要でしたが、拠点が地方ということもあります。人材が思うように集まりません。また、事務部門の女性比率は高く、子どもの病気等で予定外の有休取得も発生していました。そこで、バックオフィス業務の円滑化と残業時間の削減を目的とし、女性社員の柔軟な働き方を可能にするテレワーク導入に取り組むことにしました。

▶ 取組み内容や仕組み

ポイント① 業務プロセスの見直し

バックオフィスだけでなく、営業や製造部門も含めた全社員にヒアリングし業務を整理しました。すると、これまで慣例で実施していた作業の中に、「やらなくても業務が回ること」が数多く見つかりました。具体的には、伝票の控えのチェックや各種一覧表の印刷などです。それらの作業をなくすことでバックオフィスの業務負担が大幅に軽減されました。また、紙の書類を扱うことがなくなり、テレワーク環境でも作業ができる様になりました。

ポイント② クラウドサービスや通信機器、在宅勤務手当の導入

会計システムや販売管理システムの改良や、インターネット上に書類を保存できるクラウド共有サーバの導入により、自宅から会社のデータにアクセスできるようにしました。さらに、チャットツールやWeb会議システムを導入し、こまめな“報連相”ができるようにしました。また、自宅用のモニターやスピーカー付イヤホンを支給したり、自宅の電気代等のテレワークにかかる費用として在宅勤務手当を支給することにより、金銭負担がかからないようにしました。

ポイント③ 営業・製造部門にメリットを伝える

在宅勤務するバックオフィス担当者宛の郵便物の受取・転送等には、他部門の協力も必要です。そこで、営業・製造部門の協力を得るために、テレワーク導入の取り組みを通して、営業・製造部門の業務負担を軽減することを約束しました。その結果、全社的な取り組みとなってバックオフィスのテレワークを実現できただけでなく、各部門が「最適な働き方を実現していく」という意識の浸透につながりました。

▶ 取組み後

人材採用をせずとも既存社員だけで業務が可能に

バックオフィス部門の8割の社員は、在宅勤務ができるようになりました。テレワーク導入時に業務プロセスを見直したこと、伝票チェック等をシステム化して不要な作業をなくすことができたため、業務効率が大幅に改善しました。その結果、人材採用をしなくても既存社員のみで業務ができるようになり、人件費の削減にもつながりました。