

働き方改革 レポート!!



リクルートキャリア
コンシューマサービス
営業2部 森 マネージャー

訪問を越える
インサイドセールスシステム

bellFace

働き方改革の1つとして、既存の営業方法を変えて「ベルフェイス」を活用してのインサイドセールスを推進し、結果を上げているコンシューマサービス営業2部(以下、コンサ2部)の森マネージャーに、新しい仕組みを導入にあたり大事にしたことや、実際の活用シーンや上がってきている成果を具体的に伺いました。



CHECK POINT!!

- “ベルフェイスター”を誕生させて、成功事例をつくる!!
- 疑問や、ハードルになっていることの排除をした上で導入の目的をしっかりとすりあわせてから運用
- 先ずは試してみることは大事!! (利用回数を、KPIに) その後は、良さに気づいたメンバーが自発的に利用開始…!



SUCCESS!!



労働時間

188時間

の削減!



顧客接点が

200%

に増!



お客さまからいただく「有り難い」という言葉。

求人ですぐに困った時に

即対応

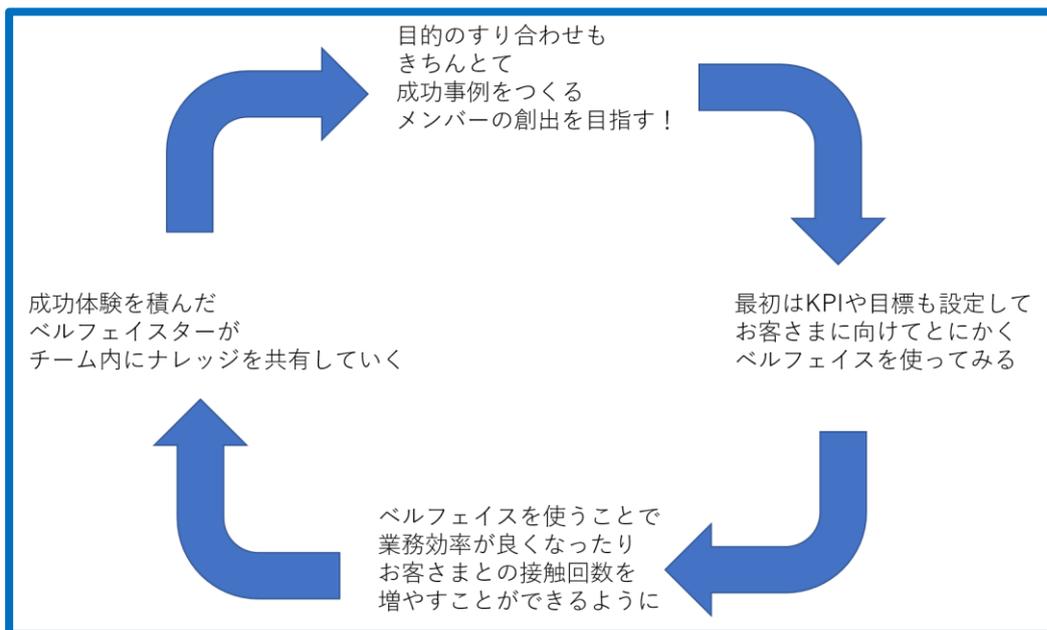
が可能!!

導入から定着までの、取り組みの流れ

マネージャー会で各グループから推進メンバーを出して欲しい旨を伝え、各グループから 1~3 名をピックアップし、キックオフ MTG を開催しました。

【MTG 内容】

- メンバーを「ベルフェイスター」と名付け、ベルフェイスを使って成功事例をつくるメンバーとして抜擢
- ベルフェイス導入目的を口頭 + 資料※1を使って、利用用途をインプット。「そもそもベルフェイスアポが取れない」「カメラが無いので使えない」が利用における壁になっていたので、その点は別資料※2を使い、壁を取除く。
 - ※1 <https://user.bell-face.com/l/fc4120487b#pg-3>
 - ※2 <https://user.bell-face.com/l/ee1d687962#pg-1>
- 利用して顧客から怒られることが怖いという声もあったので、関係性が良い 3 社にまずは使うことを推奨。
- ベルフェイスターに「週 10 回 B ベルフェイスを利用すること」を KPI として設定 & 8 月 25 日までに 1 回はメンバーが利用する様にコミット。（本格利用スタートは 8 月 9 日から）
- 利用事例をグループ内で展開する。
その後は、推進にバラつきはありますが、利用⇔成功事例の展開の輪が広がっていています。



6つの具体的な活用シーン

① 残業代の認識についての確認作業

コンサ2部の顧客属性上、従業員規模や売上規模が比較的小さい企業が多く、残業代の認識が曖昧な企業に対して、電話で確認をするケースが多かったのですが、資料を見せられない状態で確認をしていたため、企業が「何を認識しているのか」を理解出来ず、意思疎通が出来ないことがありました。これをベルフェイス上で一緒にフローチャートの資料を見ながら会話することでスムーズに確認が進みました。

② PTA、CAST 提案

今まで対面で行っていましたが、電話 & ベルフェイスで提案→受注が来ています。

③ CA、HG 同席

対面同行だと移動時間の観点から同席の場をつくるのが難しいケースもありますが、移動時間が無いため場のセットアップのハードルが低くなりました。

④ 求人票の流通前確認

新規獲得求人や求人内容変更の際は、求人票をメールで送り確認をしていましたが、企業が確認をしない or 見落としていらっしゃるケースがありました。それをベルフェイスで求人票を一緒に見ながら確認することで、確認漏れが防げました。また、文言の背景を伝えることで意図が伝わり、企業と担当のコミュニケーション往復が削減され、流通までのリードタイムが短縮されました。

⑤ 新規獲得求人及び要件変更のヒアリング

ヒアリングまでのリードタイムが短縮されることで、早期流通に繋がっています。

⑥ 定例アポ

今までは企業側が打ち合わせのための会議室を予約することが手間がかかっていたのが、それが無くなり月1回→隔週1回の頻度で実施できるように。顧客接点が増えました。

ベルフェイス活用による効果



- ★労働時間188時間減!!
- ★メンバーとのコミュニケーション増!!
- ★訪問接点2倍!!
- ★顧客の求人ニーズに即対応!!
- ★お客さまから、ベルフェイス商談クレーム0。むしろ「ありがたい」の声

■労働時間の削減

コンサ 2 部全体で約 188 時間の労働時間の削減。

※8 月単月のコンサ 2 部の BF 接続件数が 125 件。1 件あたり 1 時間の打ち合わせ。従来のアポ 1 件につき、準備、移動時間、帰社まで合わせて約 2.5 時間（メンバーヒアリング、スケジュールの時間から試算）かかっていた。125 件×差分の 1.5 時間 = 188 時間

■顧客接点の増加

8 月、ベルフェイスの利用回数が多い者に関しては、週平均 2~3 件だった訪問接点が、ベルフェイス利用により、週平均 4~6 件にまで増えており、約 2 倍になっています。

■売上への影響

（直接の因果はまだ断定できないが）ベルフェイスにより移動時間が削減され、その分の時間を GM、リーダーとの棚卸しや、CA との会話の時間に費やすことが出来るため、分業制だからこそ大事にしなければならぬコミュニケーションに活かせることが可能になります。

■商談を受けた企業からの声

企業からクレームがあったという声は一切ありません。むしろ「有難い」という声ばかりでした。

企業からした場合、バンクに同時発注をすると全てのバンクと対面で会い、同じ話をする事になり 1 社あたり 1 時間かかります。ですが、ベルフェイスであれば気軽に話せ、アポ時間も短縮し、すぐに企業に求人活動をスタートして頂けます。

森マネージャーから一言

推進方法においては、私自身は特別な推進方法はしていないと思います。ベルフェイスを活用してのインサイドセールスが働き方を変えると確信し、ベルフェイス社からアドバイス頂いた内容そのままに、推進をしただけでした。

最初は KPI 設定等、一部強制力を働かせた部分はありますが、それはきっかけにすぎません。実際に利用したメンバーがメリットを感じたからこそ、自然に利用が促進されていっているのだと思っています。