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　小山 政慶さん

×

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、成果を上げている、コンシューマサービス営業２部。RA の小山さまに、実際に活用しているシーンや、変化などを伺いました。

CHECK POINT!!

- ベルフェイスで良いポイントは
  移動時間の削減だけではなかった!!
- 自分たちの働き方も変わったが、何より
  お客さまが喜んでくれる。そのポイントは？
- “不を解決する”リクルートだからこそ
  大事にしたいこと、実現できることがある!!

先ず、小山さんのお仕事の内容、担当されている領域を教えてください

私はリクナビ NEXT という中途採用の広告媒体で、エージェントサービスを企業に提供しています。担当社数で言うと 100 社程で、主に中小企業やベンチャー企業を担当しています。中には人事というセクションがない企業も多く、直接社長や役員クラスの方とお話をするようなことも多いです。ベルフェイスでは、このような資料をそういった方々に展開しながらお話をしています。

before after

ベルフェイスを導入前と導入後で変化したことを教えてください。

中小企業の課題として、今は（人材側が）売り手市場なので、大手企業と人材の取り合いになるんですね。転職する方は様々な企業の面接を受けます。そういったデータを数値で見せながら話すと「早く動かないと人材は逃げてしまう、採用できない」ということに納得感を持っていただけます。

私がただ単に「早く動いてください」と言っても納得感はないと思いますが、こういうデータをお渡しをすると人事の方も社内で動きやすくなる、話を進めやすくなる、というお声を頂いています。

最初はベルフェイスを使うことに怖さや不安も有りました。**自分の中で、営業はお客さんと顔を合わせるものだ、という固定概念があった**んですね。でも使ってみた瞬間にそれは全部飛びましたね。１回目に使った時から「これいいですね！」という反応をいただいたので、びっくりしました。

ベルフェイスで資料を見せると（お互いの見ているところにポインタが表示されるので）お客さまもどこを見ているかが即座に分かるじゃないですか。それがすごく喜ばれたんですよ。「この表示マーク出るの、わかりやすい！！」って。

訪問や電話での商談ですと、お互いが資料のどこを見ているのかがわからないことがあります。そのまま、向こうがどこを見ているかがわからないまま話を進めてしまい、後から「そういえばよくわからないことがあったから教えてくれない？」というような質問が入ってタイムロスが起きる、というようなこともあります。

それが**ベルフェイスだと「ココ教えてもらえますか？」というようにポインタで指し示して質問・確認していただきながら話ができますので、即座に疑問を解決出来る**、ということが増えました。

訪問に１件行くと、私の場合東京 23 区外や神奈川県なども担当エリアに入るので、準備や往復あわせ

て平均 2 時間半かかっています。お客さまのところに行くまでに 1 時間以上かかって、でもお客様と結局お話したいのは採用の部分で、そのメインの時間は 20 分から 30 分くらいなんですよ。

部署の他のメンバーを見ても、訪問にかかっていた時間が短縮出来て、まだ注力出来てないところに仕事が回せたりとか、生産性の低い労働時間が減ってきている、という良い兆しが生まれています。週の商談回数が平均 5 件くらいだったのが、そこからプラス 3、4 件出来るようになって、**お客さまのフォローを 1.8 倍くらい出来るようになっている**感じです。

お客さまからも喜ばれるベルフェイス

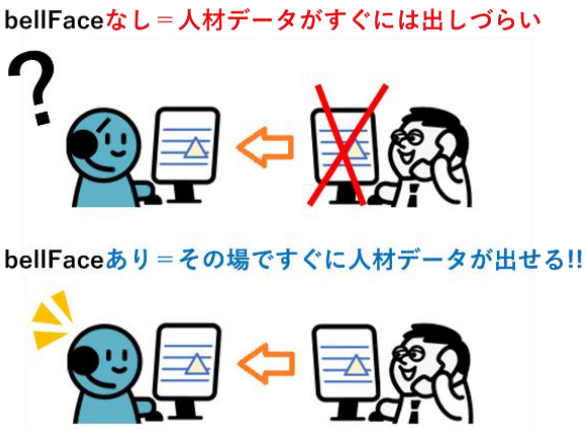
お客さまはベルフェイスのことをどのように感じていらっしゃるでしょうか？

私達が働きやすくなっただけではなく、お客さまに喜んでいただけることが増えました。訪問の際は、お客様も会議室など打ち合わせの場所を取ったり、社内調整にも時間がかかります。そこが不要になりました。

また、今までの商談だと、わからないことが出てしまった時に「後で資料送っておいてください」「また教えてください」となっていたんですよ。社内に戻ってデータを確認して、お送りするんですが、その対応が 1 日後とか、忙しくて 2 日後、3 日後になることもあったんです。

訪問に出ている間に別件の電話やメールが入っていて、会社に帰ったらその対応をしなきゃいけない…その分どんどん色んなことが後回しになってしまう。結果、素早く対応できないことも起きてしまっていましたんですね。それからお客さまに再度連絡するけどお客さまが忙しくてつかまらなかったりとかして、その分リードタイムが伸びてしまったり。

弊社はシステムで個人情報を管理していますが、セキュリティの高いもので、外出している時に自由に閲覧をすることが難しいです。ベルフェイスだと社内にいながら商談ができるので、お客さまから例えば「こういう条件の人はどれくらいいるの？」ということを聞かれたら、その場で調べてデータを伝えることが出来ます。



訪問の商談でも、その場でお客さまが聞きたいことに対して何でも答えられるのがベストなんですけど、どうしても想定していなかった質問が出ると、会社に戻ってデータベースから調べるしか無くて。お客様からするとその瞬間に知りたいものを知れるのはストレスがないですよね。結果として今ではお客さまから「もっと（ベルフェイスで）打ち合わせやりましょう」と言っていただいています。

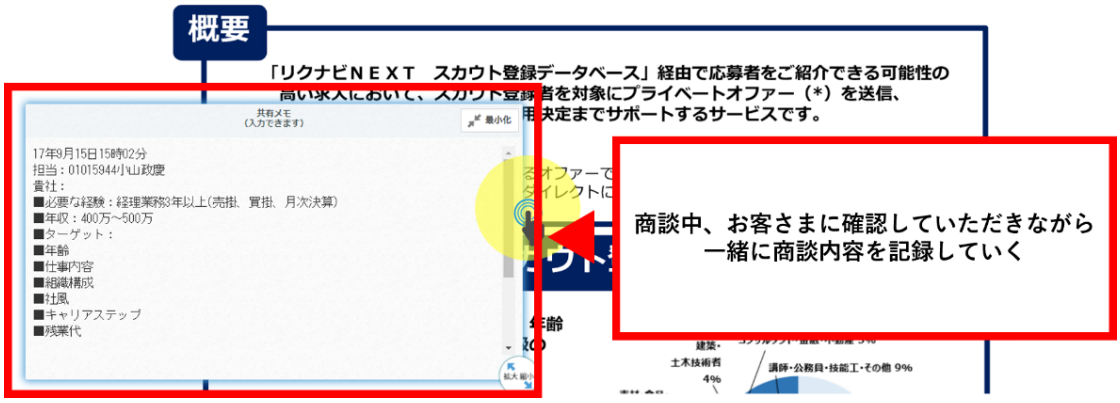
今まで求人の確認をして、それが流通するまでに**平均 3 日**くらいかかりましたが、ベルフェイスがあれば早い日で **1 日くらいですぐに求人流通することができ、ギュッと短縮**できています。競合のことを考えたり、人材の動きを考えるとスピードが命なので、この部分は大きいですね。

リクルートキャリア・ベルフェイス活用ワンポイント

ベルフェイスを活用する際、工夫されていることはありますか？

はじめてベルフェイスでの提案をするお客さまには、先にメールを送って、そこにベルフェイスの URL を貼り付けておく、というようなことをしています。お客さまに電話して、アイスブレイクで何か話をした後に「そういえば今パソコン開けますか？」と聞いてみる。大体「見れますよ」って言っていただけるので、今度は「私から送ったメールなんですけど、見ていただけますか？URL をクリックしていただけますか？」って話した後に、オンラインで資料見せながらお話できるので今からお話させていただけませんか？みたいな形で話をしていくと、スムーズですね。後は「今回のお打ち合わせですが、20 分から 30 分ですぐ終わる良いやり方があるんですよ」みたいにお伝えしたりしていますね。

求人票の作成にも活用しています。求人票は 1 枚作成するのに 15 分以内で完了するのを目標としていますが、今までは商談の内容を**メモしたノートから書き起こしなどをていたので、20 分とか 30 分かかってしまっていた**んですね。ベルフェイスの共有メモがあれば、商談中に条件やヒアリング内容をそこにメモしておいて、それを後でコピペして少し編集するだけですぐに求人票をつくることが出来て、**1 枚あたり 5 分～10 分くらい作成時間を短縮出来ている**と思います。



ベテランのRAになると扱う求人やご依頼いただく求人が多いので、1週間で20枚ぐらい作成しています。1 枚 20 分くらいかかっているとすると、求人票作成に 1 週間で 400 分かかります。それが今なら 1 枚 10 分でできているとすると、半分の 200 分です。**求人対応は、早ければ早いほど良いですし、削減できた 200 分が他の業務に使えます**から、大きいですよね。

リクルートが社会の不を解決していく

最後にメッセージをお願いします。

我々のミッションは、お客さまに採用と言う部分で価値を提供することです。ベルフェイスを活用することで、今まで注力出来なかった企業様に接点取ることとかですとか、よりお客さまの要望に対応できるようになることで、もっと幅広く価値を提供できるのではないか、と思うんです。

訪問にかかる工数や非生産的な部分を削減出来るかがまずメインでありますが、経理の観点でも良いと思います。訪問にかかる往復の交通費って馬鹿に出来ないです。ざっくりとした計算ではありますが、1 人平均往復で 700 円往復でかかったとして、100 人の RA の訪問をベルフェイスに切り替えたとすると、商談 1 回ごとに約 7 万円の費用の削減が出来ます。

そもそもリクルートキャリアとしての、導入前の課題と言うか、きっかけはやはり**「働き方改革」**です。日本全国どこの会社も一緒だと思うんですけど、やはり**リクルートキャリアは採用や労働に関わる会社なので、特に先陣切ってやっていく使命がある**のではないか、と思います。

リクルートの江副の言葉で**「不を解決する」というものがあり、私たちは社会に新しい価値や機会を提供することを大事にしています。**今は社会全体の課題として労働時間のことがあると思います。リクルートキャリアがそこを改善していくことで「リクルートキャリアが出来てるんだったらウチも出来るでしょ、やらなきゃダメじゃん！」みたいな、そういった社会の変化をつくれていけたら良いな、と思っています。

小山さん、ありがとうございました！