



営業マンの活動を資産化して 一人一人に最適化した レコメンドを

UPWARD 株式会社

営業マンの日々の訪問活動を、位置情報をキーとすることでCRM（Customer Relationship Management：顧客関係管理）情報とシームレスに連携させるアプリケーションをSaaS（Software as a Service）として法人向けに提供しているUPWARD。今秋リリース予定の「UP-AGENT（仮称）」では活動情報の自動入力機能が搭載されるなど、「訪問営業をスマートにする」コンセプトのもと、その機能を高めつつある。そのUPWARDの次なるステップがAIによる個別最適化を実現する「UP-IQ（仮称）」だ。「営業マンの働き方改革」に向けて動き出している開発の経緯や方向性について、UPWARD株式会社 代表取締役社長 CEOの金木竜介氏にお話を伺った。

現場の営業マンの負荷を減らす

UPWARDは世界1位のシェアを誇るSalesforceのCRMソリューションと地図や位置情報を連携させるツールとして2011年に登場、その後、モバイルアプリケーション化や、訪問計画の自動作成機能など、徐々にアップグレードを重ねてきた。今秋にはスマートフォンのオー



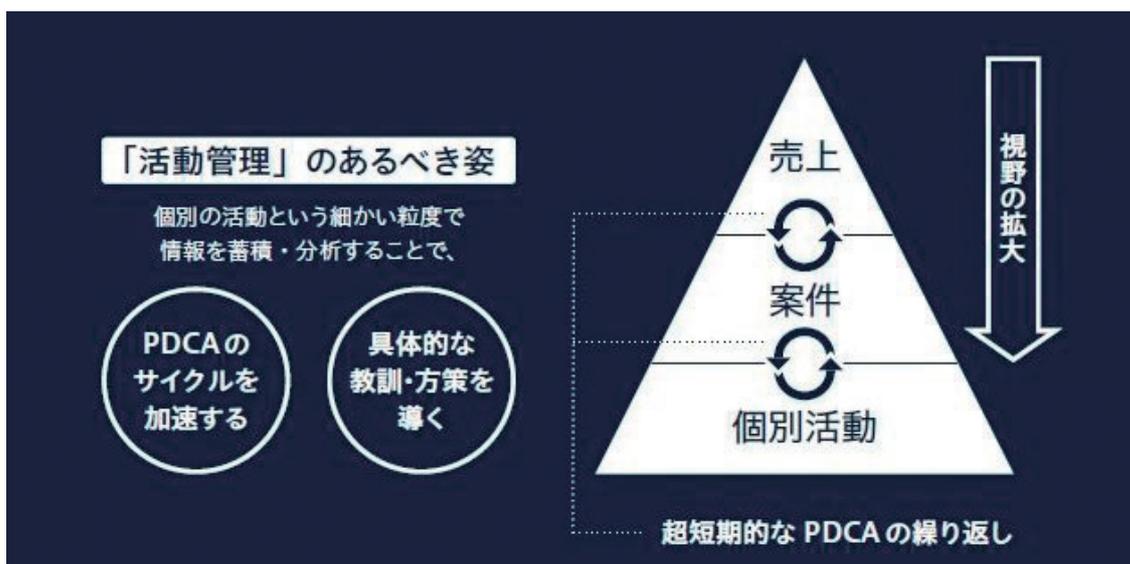
UPWARD株式会社代表取締役CEOの金木竜介氏

トチェックイン機能で、CRMへの自動入力の仕組みを組み込んだ「UP-AGENT」がリリースされる。

「様々な企業の経営層、マネージャー層の方々と話をするたびに、皆さん『現場の営業マンが質・量ともに低下している』という危機感を持っていることに気づきます。さらに、訪問営業という仕事そのものが若者に不人気であったり、それまで現場を引っ張ってきた経験値のある優秀な営業マンが引退したりということで、現場では営業活動の効率化が急務になっている。たとえば、名刺を集めたり日報を提出したりということはしていても、それだけでは定量化されていないので『次の打ち手』のための集計や解析が全くできない。そこで訪問先や訪問回数のような定量情報は自動化して、その分、商談内容など、定性情報を入力しやすいようにUIを改良していくことも必要です。たとえば必要なシーンで『活動情報を入力してください』ということポップアップでサジェスチョンする。それだけで有効な情報を、より少ない負荷で収集できるようになる」（金木氏）

こうした自動化により営業マンの雑務を減らすことで、「顧客と向き合うクリエイティブな時間を大切にしよう」（金木氏）ことを実現させることになる。そしてその先にはAIによるレコメンド機能の提供がある。

「『UP-AGENT』で実現するのは活動情報入力の自動化の部分です。次のステップとして、収集した営業活動情報、CRM情報、そして営業マンの商談情報をクラウドに集約して、それを自動解析することで一定の規則性を見つけ、その人に最適化した『次のアクション』を提供することをしていきます。AIを組み込んだ『UP-IQ』という仕組みで、蓄積したデータを基に深層学習を用いて、最適な訪問日はいつなのか、あるいは何%訪問回数を上げることで売り上げはどれくらいになるのかと



理想的な営業管理のあり方

いったシミュレーションを行い、成功率の高い営業先をレコメンドする機能の提供に今後取り組んでいきたいと思っています」(金木氏)

UPWARDの強みは何と云ってもSalesforceのソリューションとの連携にある。そのSalesforceは「Einstein」(アインシュタイン)というAIエンジンを搭載しており、リードスコアリングや商談スコアリング、売り上げ予測などを提示する形で、営業活動をサポートすることを実現している。UPWARDでも、この「Einstein」も積極的に活用すべく、社内にAIチームを設けて「UP-IQ」の開発を進める予定でいる。

「将来的には、Salesforceに限らず、マルチクラウドでさまざまなサービスと繋がっていくイメージを持っています。ユーザーはUPWARDがセットされたデバイスを持っているだけで、次の最適な行動を促してくれるようになる」(金木氏)

現在の課題を捉え、訪問活動が的確にデータ化されて蓄積され、過去の情報から未来を予測して最適解を提示する。営業マンは実りのある商談に集中することができるようになる。

「より良い解を導くには、企業情報も自社が保有している以上のものが必要になってくると思っています。たとえば類似した業種・業態の顧客情報も使ってレコメンドできないかというところは考えていきたい。その

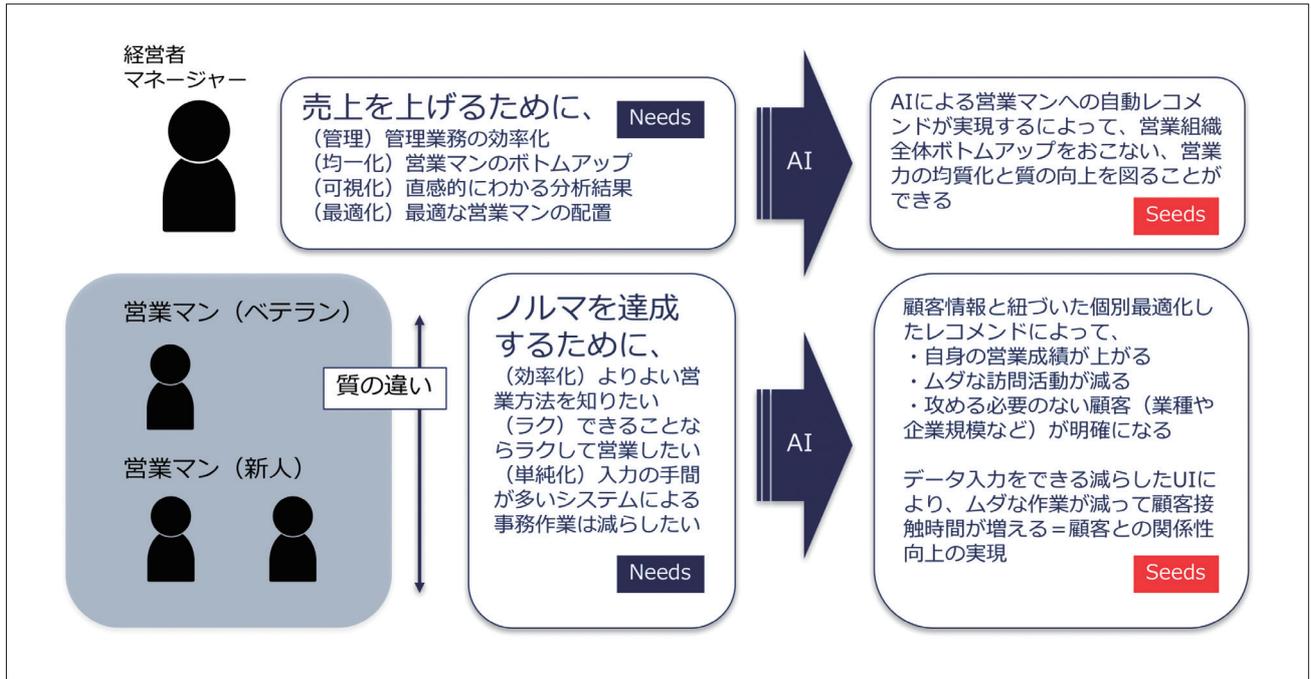
ためには、UPWARDとして企業情報を保有することもしていかなければならない。それも課題として取り組んでいきたい」(金木氏)

営業マンの活動を「資産化」するための管理

「UP-AGENT」のリリースにより、これまで面倒だった入力が自動化することは、いわば「営業マンをスマートにしたい」という発想だ。もちろんこうした形で有効な活動情報を収集できることは、(営業マンの担い手不足の件は置いておいたとしても)経営者や管理者にとっても意味のあることだ。しかし管理者にとって大事なのはその先の一手だ。UPWARDのAI化の大きなモチベーションもそこにある。

「現状のSales Tech(営業活動のテクノロジーによる効率化)が解決すべき課題として、多くの企業において、日々の営業活動と結果予測(売上予測)をリアルタイムでマネジメントできないということが挙げられます。たとえば売上が月末にならなければわからない。現場の目標達成のためのオペレーションも『とにかく頑張ります』『何とか売り上げてきます』といった定性的なものが多くなってしまっているのも現実です。

よくテレビドラマなどで『刑事は足で稼げ』みたいな台詞がありますが、それは刑事という仕事が、『(聞き込みなどの)足数と複雑な因果関係から構成される



NeedsとAIによるSeeds

ソリューション』であるからこその話だと思います。営業も昔は『足で稼げ』ということがよく言われていて、無駄打ちすることが美徳であるかのような風潮もあった。しかし、嫌がられても話を聞きだす刑事と違って、営業はNeedsに対してSeedsを提供するという意味で、もっとシンプルなものはずです。ポテンシャルのある顧客にいいタイミングでアプローチすることこそがソリューションになる。『足で稼げ』と言うことで、訪問件数がKPI (key performance indicator: 目標の達成度を評価する指標) になってしまうのは本来の目的から外れてしまっています。大事なことは顧客との接点である営業マンの活動を『資産化』することにあります(金木氏)

顧客のニーズに適切なアプローチで応える

『UP-IQ』による管理情報の可視化、あるいは営業マンの活動を資産化することは、経営者・管理者に寄った機能のように見えるが、実際には実は現場の営業マンにとってもメリットが大きい。近年では顧客の考え方も変化しており、ビジネス慣習も変わってきている。もちろん、それは訪問営業の方法にも関わってくる。たとえば、かつては顧客のもとへ何度も足を運んで顔を見せるような誠意を示すことがマナーであり、また

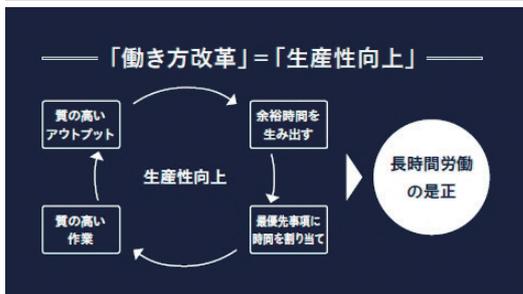
そうした営業スタイルが推奨されていた。しかし最近では、『顧客にムダな時間を使わせない』ことがマナーになっているという。

「顧客の効率も考えてあげることが重要で、営業マンが本質的にすべきことは『ニーズのある商品を適切なタイミングやアプローチで示す』ことであり、顧客にとっての『いいタイミング』を意識し、見極めることが『気が利く』営業マンの資質にもなります。『UP-IQ』ではAIを使うことで、顧客にとって最高のタイミングでレコメンドすることをしていきたい(金木氏)というように、「UP-IQ」は営業マンにとってもメリットをもたらすことになる。

「ただし、現場の営業マンは営業活動中の移動軌跡を取られることなどには心理的ハードルがあるものです。それだけにプライバシーへの配慮は重要で、チェックイン時に承認を求める、あるいは営業活動情報以外はデータを取らないなどの工夫(機能)も必要です。こうした部分をAIで個別最適化していくことも考えていきたい(金木氏)

「人間くさい現場」にこそAIを

「UP-IQ」で興味深いのは、AIを「人のために使う」ことがポイントになっている点だ。



UPWARDが目指す働き方改革の概念

「現在の社会は情報で溢れています。その中には重要性の高いものもあれば、そうでないものもある。（重要性の低い）膨大な情報を人がすべて受け取る必要はない。受け取ってしまえば、大事な時間がそこに割かれてしまう」（金木氏）

また、金木氏は「誰に対して何を提供していくかを突き詰めることが営業活動」であるという。日々の限られた時間を不要な情報を処理するための雑務に追われてしまうのとはすれば非常にもったいないことだ。一人一人の営業マンに対して、最適化された有効な情報（今やるべきこと）を選別して提供することで、よりクリエイティブなことに時間を使うことができる。それがUPWARDが考える働き方改革だ。

「営業マンの日々の業務は、顧客との一連のトランザクションに追われがちです。しかし本来営業のミッションは顧客のNeedsに対してSeedsで応えること。限られた時間が雑務に追われて大事なことがおざなりになってしまうとすれば本末転倒です。顧客とのトランザクションの部分にAIで代用してあげる。それだけで時間を有効に使えるし、働き方改革につながります。AIだから

こんなことができる、ということではなく、営業というミッションの本質をきちんと見極めて、その流れの中でAIが本当に生きる仕組みを考えることが重要です。ビジネスの上で、『人と人とがコミュニケーションする』という部分はこれからも変わらない。しかしそのアプローチは変わってきている。顧客のNeedsに応えるSeedsを提供するためにも、コミュニケーションの時間はもっとクリエイティブなものにしていく必要がある。そのためにAIを使う」（金木氏）

営業という、極めて「人間くさい」仕事の中にAIを生かす意義はまさにそこにある。

営業マンの日々の活動の中には、課題や可能性も含めたさまざまな有効な情報が詰まっている。それを共有するための仕組みがあったとしても、手動入力の手荷が大きく、場合によっては抜け落ちてしまう重要な情報があるかもしれない。入力を自動化し、蓄積されたデータの中からAIが最適解を導き出すことができれば、営業マンの日々の活動は余すところなく会社の資産となり、営業マンはその資産を有効に使うことができる。それがUPWARDが実現する新しい営業スタイルなのかもしれない。

関連リンク
UPWARD
<https://upward.jp/>

[取材・執筆／遠藤宏之]