



MAGIC MOMENT
PLAYBOOK

Magic Moment Playbookのご紹介
LTVの最大化と営業効率化の実現

アンケートにご回答いただいた方には「営業DX」をプレゼントいたします



<https://lp.magicmoment.jp/nttdata-oi-2022>

LINE

USEN-NEXT GROUP



TOPPAN

AsahiKASEI

vector ANTIL

PLAID

GLOBIS

Increment P
FEEL THE SPACE

NEW STORY
ナールストーリー

umu
www.umu.co

metaps

INNOVELIOS

Rockets

BEARTAIL★

Meets More
ミツモア

OPTIMIND.

mento

TOMOWEL
共同印刷株式会社

BEDORE

ReLic

EXIDEA

CANCERSCAN

VAAK

2021年8月現在：申込済企業含む

週刊東洋経済

すごいベンチャー100に選出

週刊東洋経済の「すごいベンチャー100」に Magic Momentを選出いただきました。同時に編集部厳選7社として取り上げていただいております。



日本経済新聞

ツボを押さえる営業テック

日本経済新聞、日本産経新聞にてアナログな営業活動から効率的なものに改める「第2世代」の営業を体現する営業テックとして取り上げていただいております。

日本経済新聞

トップ 選別 オピニオン 経済 政治 ビジネス

ツボを押さえる営業テック

日経産業新聞 + フォローする
2021年10月1日 2:00 [有料会員限定]

保存

NIKKEI BUSINESS DAILY
[読者専用紙]

メディア掲載多数

TC
TechCrunch

BRIDGE

SalesZine

DIAMOND SIGNAL



顧客の購買活動の変化



営業活動の複雑化



チャネルの変化



SaaSの台頭

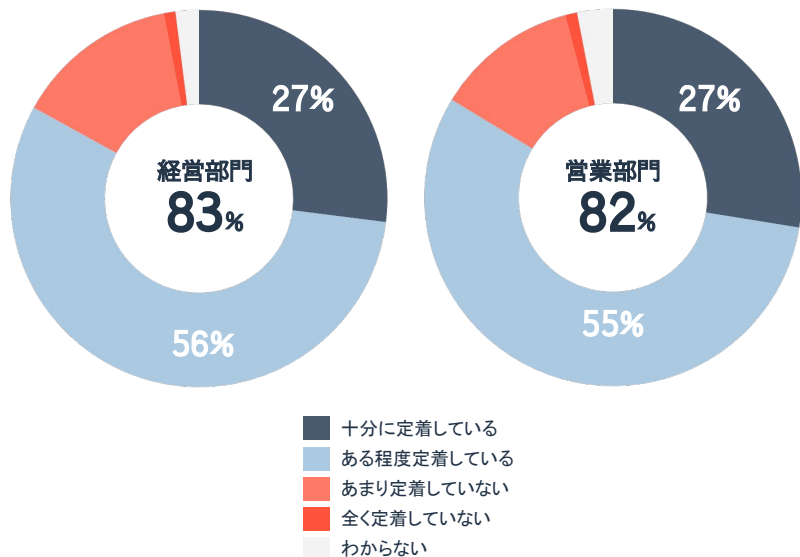


プロダクトの複雑化



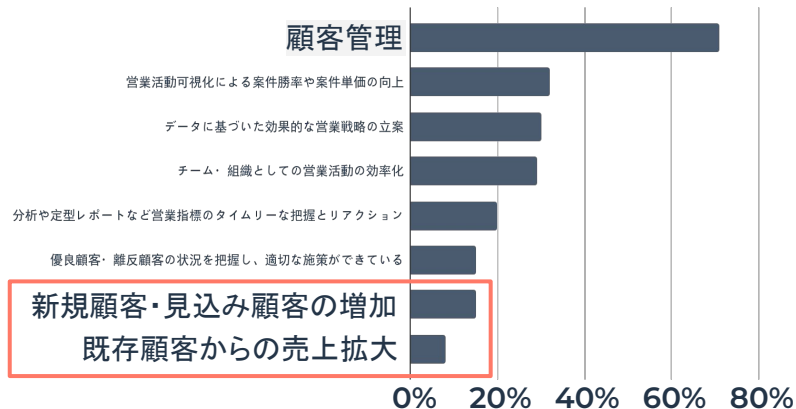
営業人材の採用難

利用中のSFA/CRMは自社内に定着しているか



SFA/CRM の定着率のアンケート結果

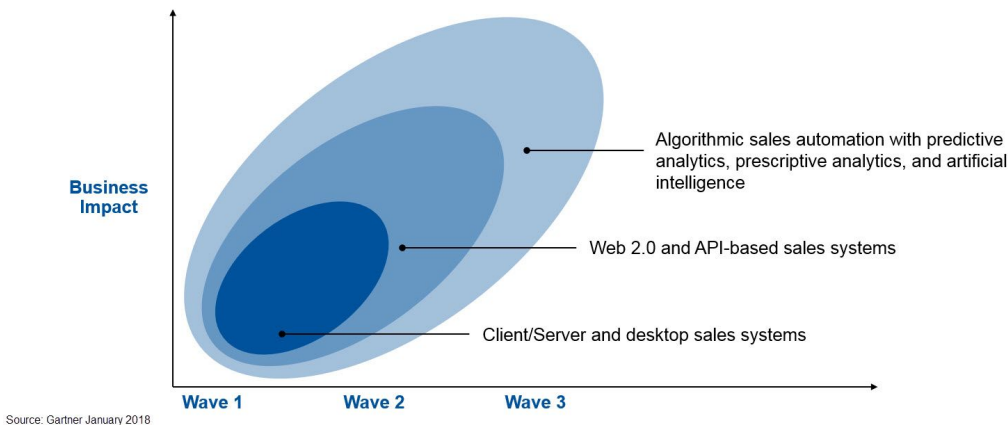
SFA/CRMを導入、利用して達成できていることは何か



CRM / SFA の導入効果に関するアンケート結果

1) Scale Venture Partners 『Sales Technology Landscape』

The Third Wave of Sales Force Automation



従来のツールの課題が顕在化

- 活動データの入力の手間
- 過去の活動データの活用における属人的な判断
- 分析や予測に掛る工数

課題解決のためにSales Techは第三の波がきている

- SFA/CRMデータの分析・予測の自動化
- 営業部隊の次善のアクションの継続的な予測分析
- 分析結果を踏まえたAlgorithmic-guided Selling
- 販売・トレンド予測を行うPredictive Lead Analytics

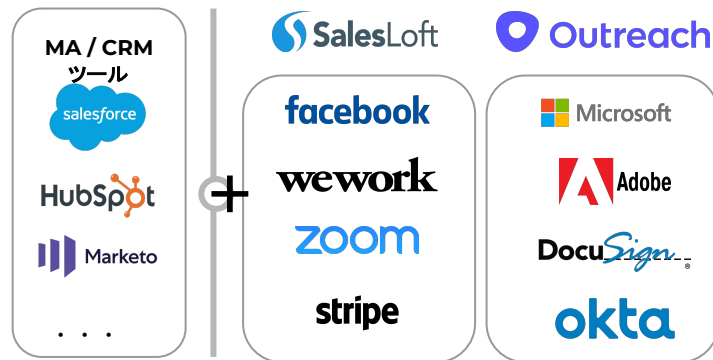
ツール先進国の米国では、 ツール/データ連携の課題が顕在化



- 組織がサイロ化し、連携が困難に
- 組織ごとにツールが断絶
- 結果、不完全なデータのみが蓄積

Sales Engagement/Enablement Technology (SET)の誕生 → 利用が必須のツールとして活用されている

先進企業はMA/CRMに加えてSETを活用：
見込み顧客や顧客とのコミュニケーションを
スケーラブルかつ効果的に行うテクノロジー



海外企業の営業組織は、より強固な機構で動いている




Sales Playbookの存在




sales playbook



 [すべて](#)

 [画像](#)

 [動画](#)

 [ニュース](#)

 [ショッピング](#)

[もっと見る](#)

[ツール](#)

約 46,600,000 件 (0.57 秒)

Sales Playbookとは...

営業担当者が販売プロセスの特定の時点で使用できる、繰り返し可能なステップ、アクション、およびベストプラクティスのハンドブックです。

Playbookにより、営業担当は販売戦略を最初からブレインストーミングすることなく取引を進めることができ、すべての顧客は、話をする営業担当に関係なく一貫したエクスペリエンスを得ることができます。

※Hubspot ホームページより抜粋



顧客エンゲージメント構築を実現する
クラウドサービス



Magic Moment Playbook

Playbookがもたらす価値



営業担当者の
行動量アップ

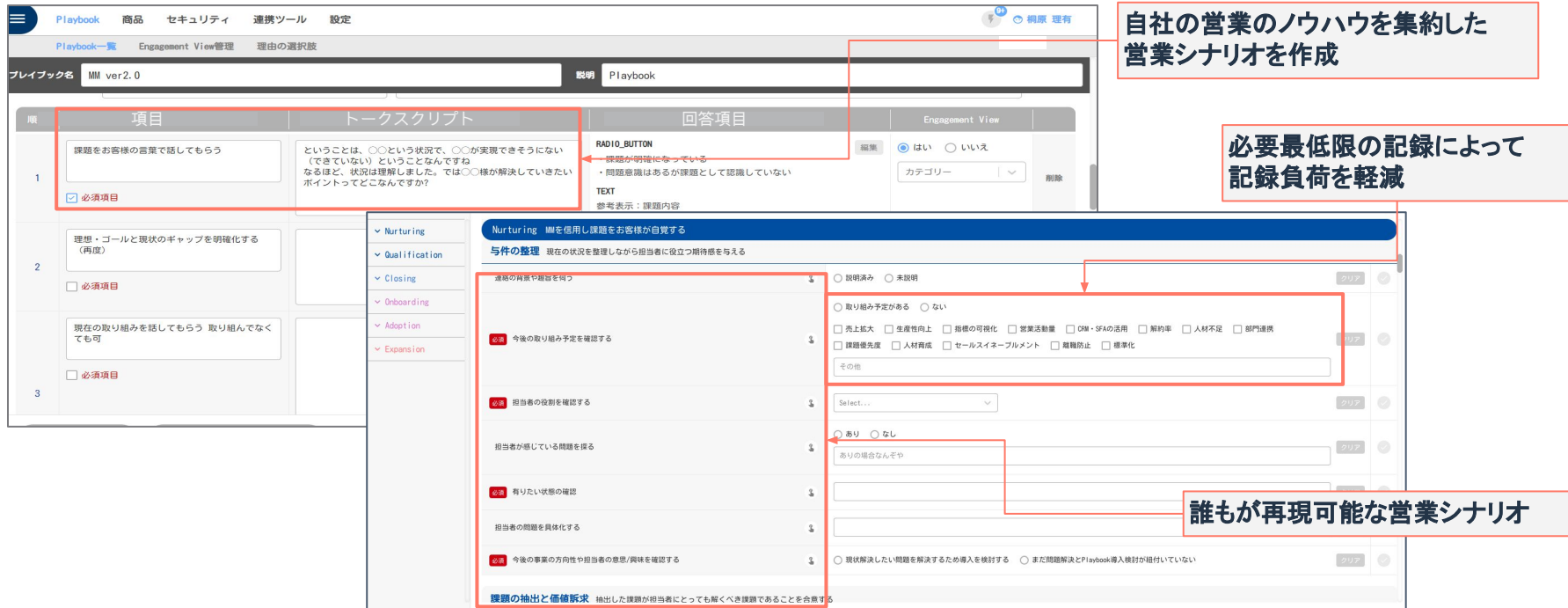


提案の質向上

営業成果(LTV)最大化

再現性のある合意の台本(≒勝ちパターン)を改善徹底

- 顧客との関係性を深める為に何を話すのかが分かり、活動の中でデータを蓄積
- 編集機能: 精度を高めよりソリッドなエンゲージメント活動を。
- 切り替え機能: 商材や顧客パターンによって複数の Playbookを保持



The screenshot displays the 'Engagement View' of a Sales Playbook. The interface is divided into several sections:

- Header:** Includes navigation tabs like 'Playbook', '商品', 'セキュリティ', '連携ツール', and '設定'. Below this, there are fields for 'プレイブック名' (MM ver2.0) and '説明' (Playbook).
- Table:** A table with columns '項目' (Item), 'トークスクリプト' (Talk Script), and '回答項目' (Response Item).
 - Item 1: '課題をお客様の言葉で話してもらう' (Talk about the issue in the customer's own words). The script contains a question about the customer's current status and a goal. The response item is a 'RADIO_BUTTON' with options 'はい' (Yes) and 'いいえ' (No).
 - Item 2: '理想・ゴールと現状のギャップを明確化する(再度)' (Clarify the gap between ideal/goals and current status (again)).
 - Item 3: '現在の取り組みを話してもらう 取り組んでなくても可' (Talk about current actions, even if none are taken).
- Task List (Checklist):** A list of tasks for the salesperson, such as '今後の取り組み予定を確認する' (Check future action plans), '担当者の役割を確認する' (Check the role of the person in charge), and '担当者が感じている問題を探る' (Explore problems the person in charge is feeling).
- Engagement View:** A detailed view of a task, showing a checklist of sub-tasks like '取り組み予定がある/ない' (Action plan exists/does not exist), '売上拡大' (Sales expansion), and '課題優先度' (Issue priority).

Annotations in red boxes highlight key features:

- Top Right:** '自社の営業のノウハウを集約した営業シナリオを作成' (Create a sales scenario that consolidates your company's sales know-how).
- Table Row 1:** '課題が明確になっている' (The issue is clear) and '問題意識はあるが課題として認識していない' (There is a problem awareness but it is not recognized as an issue).
- Task List:** '必要最低限の記録によって記録負荷を軽減' (Reduce record load by recording only the minimum necessary records).
- Engagement View:** '誰もが再現可能な営業シナリオ' (A sales scenario that anyone can reproduce).

活動数の向上とフォロー漏れ防止: 営業 TOP画面とカード表示

優先度

◆ルール1: 商談最優先

- ・10分後に商談が始まる顧客

◆ルール2: 必須Todo優先

- ・必須Todoがある顧客

◆ルール3: 優先度を自動判断

- ・一度もアタックしていない顧客
- ・確認Todoがある顧客
- ・掘り起こし対象顧客

・
・
・

カスタム推薦(優先度は自由に設定可能)

Magic Moment Playbook の営業担当者画面

営業担当者がログインすると、システムが今アプローチすべきあたり先を画面に表示



MM ver2.0	全体	【REP】島本 永樹 (2)	【REP】柳原 理有 (1)	【REP】佐藤 史崇 (1)	【REP】齊藤 三朗 (1)
フェーズ達成数	42	14	11	11	2
項目入力率	38.1%	53.8%	28.2%	59.7%	23.6%
必須項目入力率	44.1%	55.4%	34.6%	93.7%	26.1%
確認項目入力率	33.4%	52.6%	23%	32.5%	21.6%

①組織全体とトップ営業のメンバーを比較し違いを確認します

0 Playback: MM ver2.0 特定された推進者（チャンピオン）が優先課題と認識する

課題の合意形成（深堀り）	【REP】齊藤 三朗 (1)	【REP】島本 永樹 (2)	【REP】柳原 理有 (1)	【REP】佐藤 史崇 (1)
	69%	80%	72%	100%
必須 課題をお客様の言葉で話してもらう	課題が明確になっている 86% 問題意識はあるが課題として認識していない 13%	課題が明確になっている 62% 問題意識はあるが課題として認識していない 37%	課題が明確になっている 63% 問題意識はあるが課題として認識していない 36%	課題が明確になっている 91% 問題意識はあるが課題として認識していない 8%
理想・ゴールと現状のギャップを明確化する（再度）	11%	47%	4%	16%
現在の取り組みを話してもらう 取り組んでなくても可	CRM/SFA 活用 38% 指標可視化 28% 営業活動量向上 28% 生産性向上 4% 売上拡大 0% 解約率低減 0%	売上拡大 33% CRM/SFA 活用 21% 営業活動量向上 16% 人材育成 16% 生産性向上 10% その他 2%	売上拡大 33% 生産性向上 25% CRM/SFA 活用 17% 人材育成 10% 営業活動量向上 7% 指標可視化 5%	人材育成 29% 売上拡大 19% 指標可視化 19% 営業活動量向上 19% その他 9% CRM/SFA 活用 2%

②具体的にどのような内容で顧客と合意しているかを確認します


③トップ営業の商談の特徴をもとにメンバーと議論を行いましょう

④必須にすべき合意項目や選択肢として設けるべき項目について議論し、Playbookコア改善を図りましょう

営業改革をサポートすることで受注率を大幅に高め収益向上を実現

組織変革準備

実装・オンボード

名称	RevOps	 MAGIC MOMENT PLAYBOOK	CS-BPO
Type	Professional Service	SaaS	Inside Sales BPO
概要	<p>営業の先端知見を導入するコンサルティングサービス</p> <ul style="list-style-type: none"> 最先端の営業組織を構築するプロフェッショナルサービス 戦略策定/環境設定/実行迄を一貫提供 	<p>営業活動を支援し、顧客との関係性をリアルタイムで可視化するソリューション</p> <ul style="list-style-type: none"> データ記録を効率化するUI/UX タスク管理を自動化し、顧客との関係性を深める活動を推奨 顧客との関係性の状態を組織横断でリアルタイムに可視化 	<p>組織を内部から変革する。営業リソース提供サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> MMP導入先企業にチームを派遣し、顧客のMMPの利用 / 習熟を支援 チームはMMPを活用しながら顧客営業を代行し、MMPを利用して成果を創出

LINE

リーチ率、商談化率、成約率を合わせて10倍の成果

直販チャンネル強化の目的でご支援

- メディアプラットフォーム(広告)
事業の直販チャンネル強化が目的
- MMP導入と同時に営業プロセスを変革
 - Magic Moment Playbook導入
 - 導入時に営業プロセスを型化

営業効率が向上し成果が10倍に

- 仮説構築の精度向上し、合意形成の漏れがなくなり商談化率が向上
- 情報連携がスムーズになり、商談単価・受注率も向上

	リーチ率 (MKT)	商談化率 (IS)	成約率 (FS)	合計
導入前	13.49%	27.05%	7.07%	0.26%
導入後	32.73%	43.31%	19.31%	2.74%
効果	2.43倍	1.60倍	2.73倍	10.54倍

単一のKPIではなく、オペレーション全体の各変数を
乗算できるため、インパクトが甚大に

強い絆で、社会をつなぐ。

テクノロジーの力で、人と人との関係を可視化し、

顧客と強い絆を結ぶための最適な営業活動を支援する。

それが、Magic Momentの果たす使命です。

顧客と信頼関係を築くことで、新たな価値を次々と提案することができる。

営業が推進力となって、ビジネスの可能性は無限に広がっていく。

それだけではありません。人々の暮らしや、社会のあり方を一変させる

キッカケをつくることだって、きっとできる。

モノを売るだけじゃない。営業とは「未来を創造する仕事」、そう信じて。

この国の営業職に従事する400万人の方々とともに、私たちは挑戦を続けます。

アンケートにご回答いただいた方には「営業DX」をプレゼントいたします



<https://lp.magicmoment.jp/nttdata-oi-2022>

THANK YOU

ありがとうございました



MAGIC MOMENT