

営業のプロとして 最高の顧客満足を提供する

ビートレード・ パートナーズ

<http://www.btdp.co.jp/>

藤井聡社長のプロフィール

生年月日/1976年10月11日

出身地/福岡県

趣味/ゴルフ、サッカー、スノーボード

新規開拓営業に特化して企業の販路拡大を支援するビートレード・パートナーズ。顧客とのコミュニケーションを深めながら、営業アウトソーシングから展示会支援、人材ビジネスと業容を広げている。

—— 事業の概要から。

藤井 当社では、顧客の真のビジネスパートナーになることを目指して、コンサルティングやアウトソーシングなどの営業支援サービスに取り組んでいます。スピード感や実行力を含めた総合的な営業力により、顧客の営業組織やマーケティング全体の課題を明確にした上で解決策を探る、という思考プロセスが一番の強みです。現在はクラウド系やサーバー関係、ソーシャルアプリ、スマートフォン向けのソリューションなど、主にIT関連のサービスを取り扱っています。

—— 展示会でのサポート営業が好評ですね。

藤井 展示会の現場では、とにかく目立つようにブースの装

飾を派手にしたりパンフレットを豪華にしたりという企業が大半です。われわれは逆にそういうコストを圧縮して、顧客を獲得するという本来の目的に徹底することで成果を挙げています。具体的には、ブースのレイアウトに対する来場者の動線分析し、営業マンの立ち位置からトークのスク립トまですべて事前に設定、展示会本番では名刺交換した相手の見込み度をその場でランク付けし、展示会後にはそれらをデータベース化して1週間以内にテレアポから商談まで進めます。展示会の前後2週間の取り組みで、はつきりと目に見える効果が出ることもあり、今後はこのサービスをパッケージ化してより多くの企業に提供していきます。

—— 新たに人材ビジネスにも参入されました。

藤井 われわれの組織力、スピード実行力を生かせる領域として、この一月から本格的にスタートしました。新卒採用から

中途採用、そしてアルバイトまでさまざまな求人媒体の広告を取り扱い、一次受付から面接まで採用全体のコンサルティングを担当しながら、より良いサービスをより安く、そしてスピーディーに提供したいですね。

—— 今後の事業展開は

藤井 社員それぞれが自由に発言して、それがすぐに反映されるという風通しの良い現在の社風は維持しながら、新たな雇用を生み出すために会社を成長させていきます。ITが発達する中で営業活動自体の概念が10年前、20年前とは変わっていますが、人を介したコミュニケーションによる営業活動自体がなくなることはありません。営業をもっと科学的に研究して、購買プロセスにおける営業の役割をよりプロフェッショナルに追求したいと考えています。

【会社データ】

設立/2009年1月

資本金/800万円

従業員/13人

所在地/東京都新宿区