

在宅ワーカーを活用した 新規開拓営業チーム 立ち上げ～運用事例ご紹介

フォーム営業編



remocos!

新規営業を始めたい！と思っても...

外注は不安だから
内製化したい、でも
やるべきことがわからない

どの業界をターゲットに
営業をしたらいいのか
わからない



営業できる
人手が足りない

という課題にぶつかっていませんか？

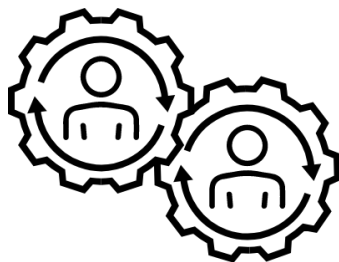
そういった課題をお持ちの時に注目したい 新規開拓手段のひとつが**フォーム営業**です

フォーム営業のメリット

- 一件あたりにかかる**時間と単価が安い**
(1時間に60件、1社5円程度でアプローチ可能)
- **連絡先を知らない担当者**へアプローチできる
- 短期間で大量の見込み顧客にアプローチができる
- **様々な業界**にアプローチ可能
→ 自社商材のニーズがある業界を知ることができる

在宅ワーカーを活用することで自社内にフォーム営業チームが構築できます！

この資料では在宅ワーカーによる
フォーム営業チーム構築と運用の成功体験をもとに
実際の事例と運用ポイントをご紹介します



フォーム営業の仕組み



営業チームの構築



運用体制の構築
PDCAを回すポイント

- 目次 -

- ① フォーム営業の概要 …… P6～
- ② フォーム営業チーム立ち上げ事例 …… P7～
- ③ フォーム営業運用フロー …… P10～
- ④ 運用ポイント …… P16～
- ⑤ 失敗例と対策 …… P21～
- ⑥ まとめ …… P25～

■ フォーム営業の概要

フォーム営業とは…

企業HPなどの「問い合わせフォーム」から、営業アプローチを実施する手法のこと

アプローチをしたい企業のURLをリスト化しておく、必要情報を自動で入力してくれる営業ツールも多数あります！

📄 「remodoo!」 お問い合わせ

中小企業の経営にお悩みの皆さまへ
「remodoo!（リモドゥー）」では、在宅ワーカーを活用した組織構築を行い、新しい経営体制の実現をサポートいたします。
外注費削減・集客・利益率向上など幅広い課題に対処するための新しい視点を持つ機会として、
[無料オンライン相談](#)をご活用ください。貴社に最適な組織構築のご提案を行わせていただきます。

会社名 必須

お名前 必須

メールアドレス 必須



▲フォーム送信イメージ

フォーム営業チーム立ち上げ事例



■ フォーム営業チーム立ち上げ事例(弊社事例)

構築のきっかけ

当時はテレアポだけで集客をしており集客の柱が1つしかない状況でした。
集客において、**複数の柱を作る戦略**がフォーム営業を始めた背景にありました。

採用職種と人数

立ち上げ当初(2022年11月)

リスト作成・フォーム送信者5名採用

社員がワーカー5名を取りまとめる形でチームを構築しました。

商談獲得ができる見立てがついてきたため増員

現在

リスト作成・フォーム送信者11名

現在ではアシスタント(1名)がチームを取りまとめています。

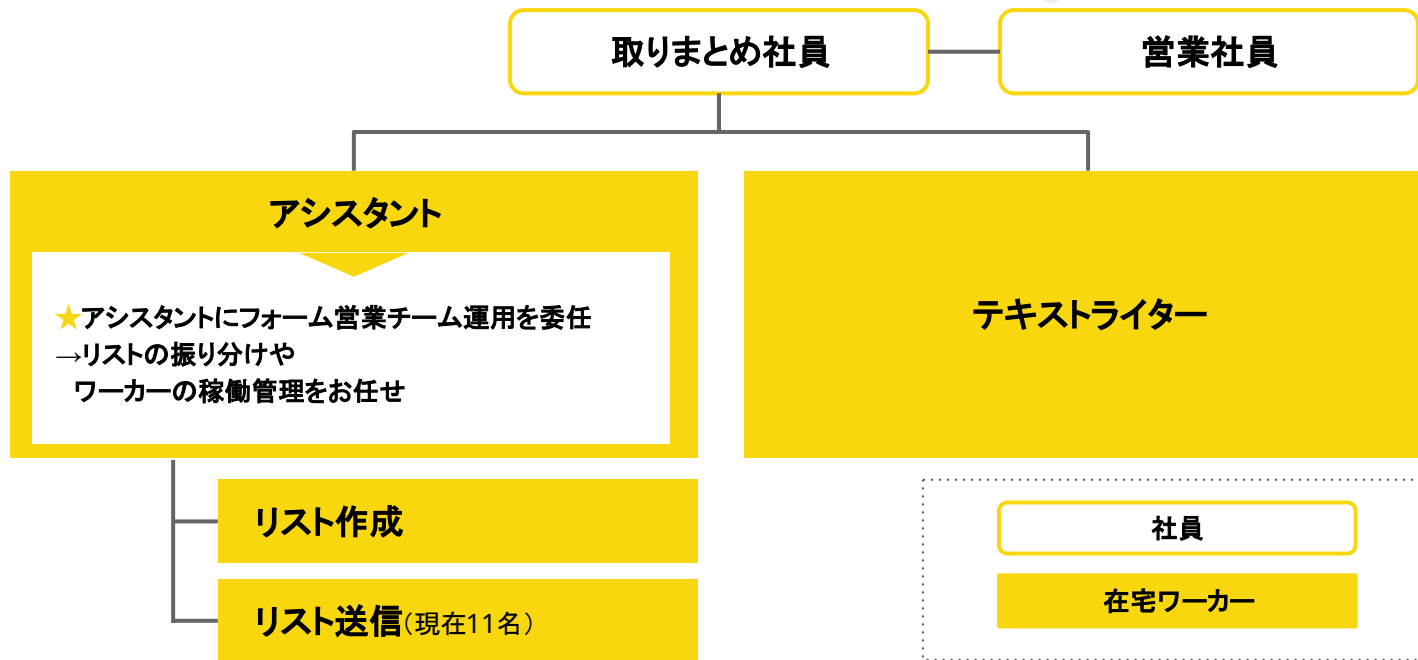
社員は営業戦略設計に注力できています！



■ フォーム営業チーム立ち上げ事例(弊社事例)

構築後の体制図

★営業社員との連携・ユーザー分析の共有
→お客様の声を営業テキストに反映



フォーム営業運用フロー



■ フォーム営業運用フロー

アプローチの切り口
テキストの決定

リスト作成

リスト送信

振り返り

● アプローチリストの検討

- ・業界
- ・リスト取得サイト
- ・職種
- ・マッチングサイトetc...

● アプローチテキストの切り口

- ・悩みに寄り添う
- ・サービス紹介
- ・メリット訴求 etc...

👤 営業アシスタント

- ・業務の割り振り
- ・チャットでワーカーへ依頼
- ・日報管理
- ・質疑応答

👤 リスト作成者

- ・スプレッドシートに指定企業をリスト化

👤 営業アシスタント

- ・問い合わせ対応
- ・業務の割り振り
- ・チャットでワーカーへ依頼
- ・日報管理
- ・質疑応答

👤 リスト送信者

- ・リストに沿って指定テキストをコピーして送信

● 振り返り

- ・商談化数
- ・受注数
- ・反響率の良い業界、テキスト

→上記指標を元にPDCAを回して
マーケティングの効率を上げていく

→次月の戦略考案

ToDo

■ フォーム営業運用フロー - アプローチの切り口・テキストの決定 -

アプローチの切り口
テキストの決定

リスト作成

リスト送信

振り返り



アプローチの切り口(戦略設計)

- ・自社商材の分析
→ どのような課題を抱えている企業(業界)
に刺さるのか仮説を立てる



テキストの切り口

- ・業界全体から見た、自社商材の強みを売り出す
- ・メリット訴求/悩み訴求など複数種類を用意

在宅ワーカー活用ポイント

テキスト作成はワーカーに委任できます！
社員は切り口を考えワーカーにお伝えする、出来上がったテキストを確認するだけなので戦略設計に専念できます。



■ フォーム営業運用フロー - リスト作成 -

アプローチの切り口
テキストの決定

リスト作成

リスト送信

振り返り



質を重視: 自社で作成

ターゲットの特定ニーズや要件に合わせたリストを作成できます
(リスト作成5円/件)

* **ターゲット業界が決まっている**場合におすすめ



量を重視: 有料サイトを活用

すぐに大量のリストを入手可能。

迅速に大量の潜在顧客にアプローチができます

* **これからターゲット業界を決めたい**場合におすすめ



在宅ワーカー活用ポイント

リストの作成、リスト取得先の調査はワーカーにお任せできます。
リスト作成・送信者へリスト割り振りもアシスタントに委任できます。

■ フォーム営業運用フロー - リスト送信 -

アプローチの切り口
テキストの決定

リスト作成

リスト送信

振り返り



リスト送信

・フォーム送信1件あたり5円



お問い合わせ対応

- ・メールチェック
- ・リスト重複チェック
- ・商談日程の調整

在宅ワーカー活用ポイント

リスト送信～お問い合わせ対応は全て在宅ワーカーに運用をお任せできます！
(例)リスト送信後の反響チェック、日程調整、リストの重複チェックなど



■ フォーム営業運用フロー - 振り返り -

アプローチの切り口
テキストの決定

リスト作成

リスト送信

振り返り

振り返りをする際の視点

- ・テキスト内容
- ・送信先(リストのセグメント)
- ・送るタイミング(繁忙期、年末年始など)

これらを週次で見直して、改善を重ね効果的な
フォームマーケティングに繋がります

▼ 振り返りを行う数値一覧の例

| 週初め | 週終わり | リスト名 | 総数 | 送信成功 | 送信失敗 | 合計送信数 | CV | CV率 | 商談獲得単価 | テキスト | 備考 |
|------|------|------|------|------|------|-------|----|-------|---------|---------|------------------------|
| 2/27 | 3/5 | □□□ | 3000 | 2500 | 500 | 3000 | 7 | 0.23% | ¥12,571 | テキストURL | 【所感】 【課題とネクストアクション】 |
| 2/20 | 2/26 | ××× | 3000 | 2600 | 400 | 3000 | 2 | 0.07% | ¥13,200 | テキストURL | 【所感】 【課題とネクストアクション】 |

在宅ワーカー活用ポイント

送信件数やCV(資料DLや商談数)の確認はワーカーに委任をして
社員は課題や改善案を考えることに注力できます！



運用ポイント



POINT

アプローチ業界×テキストでPDCAを回す

【例】

- ・飲食業界×テキストA
- ・飲食業界×テキストB
- ・不動産業界×テキストA
- ・不動産業界×テキストB



フォーム営業で成果を出すためには、業界×テキストのPDCAを回していき、どの組み合わせが最も反響を得やすいか、効果測定を行うことが大切です。

■ 運用ポイント - テキスト作成 -

POINT

見込み顧客の心情の変化や行動を促せる構成を考える

- コピーライティングの型「4つのP」で文章を構成します
→ 読み手の心情の変化を促し、最後まで読んでもらうことで
お問い合わせに繋がる可能性が高まります

【例】Problem: ターゲットが共感できる課題

Promise: 提供できるベネフィット

- 資料DL、お問い合わせなど見込み顧客が行動を起こせるポイント(URL設置)を複数用意
します

「4つのP」とは...

- ・Problem 問題
- ・Promise 約束
- ・Proof 証拠
- ・Proposition 提案

これらで構成される売れる
メッセージの型です。

■ 運用ポイント - テキスト作成 -

POINT

お問い合わせフォームの特徴に合わせる

- お問い合わせフォームの文字数制限に合わせて、1,000文字以内で作成します
- 絵文字は使えませんが見やすくする工夫を行い、最後まで見てもらえる確率を上げます
【例】改行、漢字とひらがなのバランス、飾り文字など

POINT

ターゲットごとに細かくテキストのニュアンスを変更する

- 商談担当者と連携をとり
「どんな悩みを抱えていたか」など**お客様の声**を反映させたテキストにします
【例】在宅ワーカー活用の場合
 - 1人社長: 1人で業務を抱えている
→「在宅ワーカーを活用して**社長の時間**を作りませんか」
 - 40名規模の社長: 特定の事業部の人手が足りない
→「在宅ワーカーを活用して**社員の生産性**をアップしませんか」



■ 運用ポイント - リスト作成 -

POINT

業界だけでなく**従業員数**でも分けてリストを作成する

→ 自社のサービスが**どのくらいの規模感の企業にマッチするか**計測しやすくなります

POINT

リスト作成のタイミングでトラブルを防ぐためにも
お問い合わせフォームがない企業、営業禁止の企業をリストに入れない

一通り送信した後は送信失敗した企業を削除することで、有効リストを更新し続けます

失敗例と対策



失敗例



営業禁止の企業に
送ってしまった...

対策

クレームに繋がる可能性がありますので
事前にわかる場合はリストから除外しまし
ょう。

営業お断りのメッセージが届いた場合も
アプローチ禁止などの登録を行うことを仕組
み化しましょう。

■ 失敗例と対策 ②

失敗例



効果のないテキストを
ずっと送り続けている

対策

どのテキストで反響率がいいか分析(振り返り)することが必要です。分析することで**自社**の**営業切り口**を磨いていくことができます。

A/Bテストを行い効果の高いテキストにブラッシュアップしていきましょう。

弊社は**3,000件**を目安に反響率を確認しています。

失敗例



フォーム営業からLPや
資料DLフォームに
着地した方を追える
仕組みができていない

(フォーム営業の成果なのかわからない)

対策

MAツールやGA4などを活用することでユーザーの動きを追える仕組みを作ります。

資料DLがあったら電話追客をするなど、見込み顧客を商談に繋げていくための取り組みも大事なポイントです。

まとめ

フォーム営業は
初期費用を抑えて、自社の商品・サービスのニーズがある業界を探す
ために有効な新規開拓営業手法です。

限られた社員のリソースでも在宅ワーカーを活用することで
幅広い業界にアプローチができます。

「PDCAを回していくポイントがわからない」
「営業テキストを作成した経験がない」
「自社の強みがわからない」
などのお悩みはぜひremodoo!にご相談ください！



当サービスは在宅ワーカーを活用して企業の課題を解決するサービスです

新規事業推進

集客体制の強化

マーケティング
体制の強化

人材不足



このような課題に関して、在宅ワーカーの採用から業務整理、運用などを専任CSがサポートいたします！

ただのコンサルタントではなく、お客様と一緒にプロジェクトを進める**推進者**としてCSがいます！

お問い合わせ

 お問い合わせはこちら 

メール

zaitaku@sal.ne.jp

サービス紹介ページ

<https://zaitaku.sal.ne.jp>

在宅ワーカー活用について詳しくお話を聞きたい方や、
貴社業務の中で在宅化できる部分があるかのご相談など、
在宅チーム構築について詳しく知りたい方はぜひお問合せください！
貴社の経営課題を解決するためのご提案を無料で行わせていただきます！