

富田賢の新規事業&CVCのための 情報 Station

富田 賢
CVC JAPAN 株式会社
代表取締役社長

アライアンスによる 売上アップの仕方

～「ディール・フロー」構築の大切さ～

1 アライアンスの重要性

アライアンス（事業提携、業務提携）は、「複数の企業が独立したままの状態、新規事業構築や既存事業の事業拡大のために、各企業が持つ経営資源を提供し合って相互補完し、契約の締結や資本関係の有無に関わらず、継続的な協力を行って、その成果を分け合うこと」と定義づけることができます。

そして、次のようなメリットがあり、重要です。

- ① スピード・アップできる！
- ② 成功確率をアップできる！
- ③ 事業構築ができるようになる！
- ④ リスクをシェアリングできる！
- ⑤ 「ディール・フロー」からの売上アップができる！

※アライアンスについては、CVC JAPAN の Web の「アライアンス（事業提携）のアドバイス・推進」のページをご覧ください。

<https://www.cvcjapan.com/consulting/service/service03/>

今回は、それらの中の⑤の「ディール・フロー」からの売上アップを取り上げます。

2 「ディール・フロー」の構築

「ディール・フロー（Deal Flow）」とは、案件の流れのことで、M&A やベンチャーキャピタルの業界でよく使われる言葉かもしれませんが、様々な業種・状態で、同じような考え方・取り組みができます。つまり、自社で直接営業開拓するだけでなく、紹介で案件（仕事）が入ってくるよう

な形にして、自社だけで苦勞して営業するのではなく、自然に案件が入ってくる流れを作ることが有効です。こういった提携先による「ディール・フロー」からの売上アップができることが、アライアンスのメリットの一つです。



案件を紹介してくれる提携先を増やすことで、継続的に案件が入ってくる体制を構築し、「ディール・フロー」（案件の流れ）の確立は、売上の伸びが足りない時や不安定な時には、常に行っていくべきこととなります。マンパワーが限られている中では、特に、営業効率が大切ですので、「ディール・フロー」になる提携先は、どんどん、増やしていくことが肝要です。

最初は、数が多ければ多いほどよいと考えて、難しく考えず、かき集めるイメージ感じで、様々なパターンを試してみるとよいと思います。

売上アップに向けて、「ディール・フロー」となる提携先を増やしていきましょう。

※「ディール・フロー」の構築による売上アップについては、CVC JAPAN の Web の「営業力強化のサポート」のページをご覧ください。

<https://www.cvcjapan.com/consulting/service/service06/>

3 営業先が共通の企業同士の提携

「ディール・フロー」の構築、提携先の発掘において、重要な視点となるのは、営業先に共通性があるかどうかです。つまり、顧客の属性、BtoC か BotB か、どういう業界か、企業規模はどのくらいかなど、営業ターゲットが同じ、もしくは似ていると良いアライアンスとなります。

自社が今後攻めていきたい潜在顧客をすでに、ユーザー・会員・顧客として抱えている企業とは、是非、提携したいものです。そうすれば、一気に売上を伸ばせる可能性があります。「ディール・フロー」となる提携先の発掘においては、そのように、営業先が共通かどうかを見ていくようにしましょう。

また、同業者でも、対象エリアが異なる企業同士は、アライアンスをすることによって、「規模の経済」を働かせたり、サポート・メンテナンス体制を拡充させたりすることができるようになります。

※どのような企業とどのような企業の組み合わせが良いかについては、単発の経営相談や月次コンサルティング、そして、富田賢の著書『新規事業立ち上げの教科書』

<https://www.cvcjapan.com/profile/writing/book02/>

にて、解説しています。

4 「ディール・フロー」が機能するために

「ディール・フロー」となる提携先を作ったとして、それが、うまくワークしてくれるためには、ポイントがあります。それは、提携先企業が、自社

サービスや製品を、潜在顧客に紹介してくれやすくなるように、トーク・スクリプト（営業トーク）やキャッチフレーズなどを作り、そして、チラシやWeb など営業資料をきちんと作るということです。そのようなマーケティング資料が、きちんと整備されていないと、提携先企業としては、紹介（代理営業のような形）がしにくくなり、その結果、「ディール・フロー」となるはずの提携先企業からの案件の流入がしてこなくなることとなってしまいます。提携先企業が売りやすい形にすることが大切です。

そして、何より、自社の直接販売の実績をしっかり積み上げていくことも大切です。自社で売れるようになっていないものは、他社は担いで売ってくれません。提携先を増やして、「ディール・フロー」からの売上アップは有効な手段ですが、それと並行して、自社での営業強化、営業ノウハウの蓄積をすることが、「ディール・フロー」の仕組みをうまく機能させるために必要であることを忘れないようにしましょう。

5 おわりに

このように、アライアンスの一つのパターン、すなわち、営業先が共通の企業同士のアライアンスとして、提携先を作って、「ディール・フロー」を構築し、案件（仕事）が流れてくるようにする手法は、売上アップのために有効です。

直接営業をまったくせずに（販売実績も営業ノウハウも何もない状態で…）、いきなり、「ディール・フロー」を作ろうと思っても、作れないですが、一定の実績が出たものの、売上の伸びがいま一つ足りない、不安定であるといった時には、「ディール・フロー」を作ることを考えてみていただけたらと思います。

今、
ここにない
未来を描く。



CVC JAPAN 株式会社

〒107-0062 東京都港区南青山 2-11-13
南青山ビル7階

Tel : 03-6455-5255

★お問い合わせフォームはこちら！

<https://www.cvcjapan.com/contact/>

★メールは、info@cvcjapan.com まで！

