



“女性営業”のススメ

はじめに

ジェイックでは「女子カレッジ[®]」というサービスを通じて、企業の女性採用・活躍をサポートしています。以前は“事務職”や“販売職”での採用も多かったですが、この数年は“営業職”の採用ニーズをいただくことが多くなってきました。企業からは「女性のコミュニケーション力や感受性が有効に働く」「男性が多い業界だからこそ、女性営業が活躍する」「内勤営業のチームがあるので、育休後なども時短勤務で働ける環境がある」などのお声をいただきます。一方で、まだまだ「営業職で女性の採用は・・・」という企業もいらっしゃいます。企業の声やジェイックでの経験をもとに、“女性営業”の活用をおススメする理由をまとめました。

こんな風に思う方もいらっしゃると思いますが…

ガッツがなさそうなんだよなあ…

結婚・出産で退職しちゃう…

感情的になりやすい…

何かとめんどくさそう…

女性はキャリア志向がない…



それ、
本当ですか？



例えば・・・

・ **感情的？**

⇒ 確かにそういう部分あるけど、男性も一緒！？

・ **結婚・出産で退職？**

⇒ いまは殆どの女性が環境さえあれば、
職場復帰を考えています

・ **産休・育休で穴が空く**

⇒ 確かに1年～1年半はお休みが入る
復帰後も時短勤務であるケースが多いでしょう
しかし、育児を経験した女性は、
確実にパワーアップして復帰します！

・ **キャリア志向じゃない**

⇒ 女性の問題というよりは年代の問題かも？
ミレニウム世代は“上を目指してガツガツ働く”
価値観を持っている人が少数派です

女性営業が持つ4つの特徴

● 第一印象や声色の柔らかさ

女性の第一印象や雰囲気は多くの場合、相手の警戒心を和らげ、関係づくりにプラスに働きます。

● 感受性の豊かさ

「女性は感情的な生き物」と言われることが多いですが、裏を返すと「感受性が豊か」ということ。相手の反応や要望を的確につかんで提案する「感受性の高さ」を活かして成果をあげる女性営業が多くいます。

● 責任感の強さ

女性の傾向として「失敗したくない」という安全動機が強い傾向があります。「責任感の強さ」の裏返しでもあります。営業では、念入りに準備して商談に入る姿勢が成果に繋がっている方が多いです。

● ライフイベントの存在

女性の多くは新人のころからライフイベントの可能性を念頭においています。近年では、「独りで生きていける、子供を育てていける」実力をつけたいと考える女性が増え、だからこそ、「ライフイベントの前に力をつけたい！」という成長志向を持った女性が増えています。

オンライン商談と女性営業

2020年、新型コロナの感染拡大はビジネス環境にも大きな変化をもたらしました。最も大きな変化は「営業活動のオンライン化」です。また、展示会や産業フェアなどの対面型のイベントが中止になる中で「インサイドセールス（内勤営業）」を設置して、営業活動や商談創出する企業も増えています。

これらの電話営業やオンライン営業において、女性営業が持つ「感受性の高さ」や「準備力の高さ」は対面営業に以上に有効に働きます。インサイドセールス（内勤営業）は短時間勤務やテレワークにも対応しやすいため、産休後の女性営業を活かして業績に繋げる一手としても注目を集めています。

ジェイックの女性営業



ジェイックは社員の男女比は6：4程度。社員の40%程度が女性です。営業職でみると、まず入社1～3年目程度における「早期戦力化」は女性メンバーのほうが早い傾向にあります。

産休・育休から復帰した女性社員は、復帰後の数年間は短時間勤務で働くことが大半です。時間の制約はありますが、対応力がパワーアップ、時間生産性や標準化への意識が格段に向上して戻ってきます。会社としても、在宅勤務やインサイドセールス機能の設立などを通じて、活躍をサポートしています。

結果的に全社で優れた仕事を表彰するイベント等でも、育休から復帰したママ社員が2年連続で第1位に選ばれるなど、女性が活躍しており、業績の成長に貢献しています。