



会社紹介資料

株式会社Respectify

Company Profile

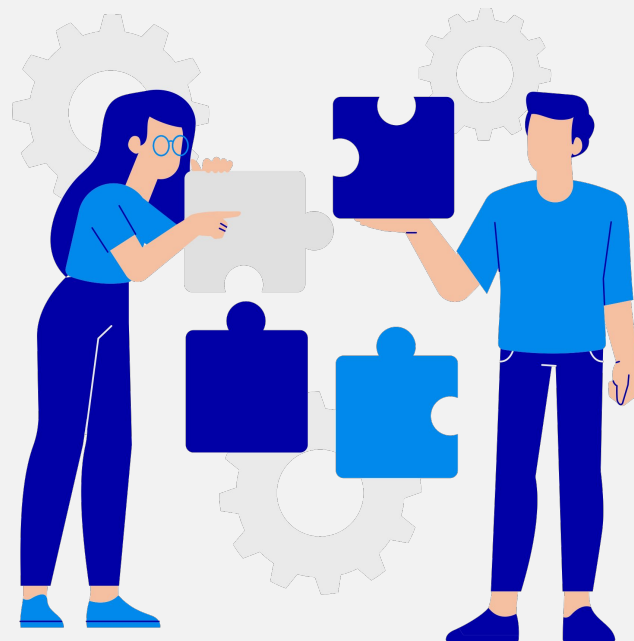
会社名	株式会社 Respectify
資本金	1,000万円
所在地	東京都中央区日本橋兜町 17番1号日本橋ロイヤルプラザ 706
代表取締役	杉江 昂
設立	2023年5月
事業内容	中小企業の営業 DX支援 HubSpotの導入・運用支援 コワーキングスペース「Workspace & Bar 56」(日本橋・人形町) の運営
顧問税理士	さくら中央税理士法人
お問い合わせ	support@respectify-inc.jp



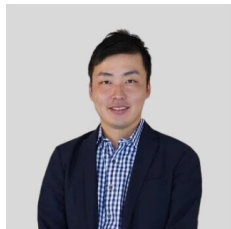
Our Mission

私たちは「テクノロジーの力でより良い世の中を」を
ミッションに設立された、中小企業のデジタルトランスフォーメーションを支
援する会社です。

HubSpotを含めたSaaSの最適な導入・運用支援を通じてデジタルトラン
スフォーメーションの加速に寄与し、中小企業における生産性、および競
争力の向上に貢献することを目指しています。



Management Team



CEO / Founder

杉江 昂 (Akira Sugie)

2012年、楽天株式会社(現・楽天グループ株式会社)に入社。2016年からはHubSpotの日本法人の立ち上げに参画。

1人目のパートナーセールスとして従事後、セールスマネージャー、パートナーセールス責任者、大手企業向けセールス組織の立ち上げなどを行い、同社の成長を牽引。2023年4月に独立し、2023年5月に株式会社 Respectifyを創業。



Head of People and Operations

江口 竜也 (Tatsuya Eguchi)

2013年から日本オラクルにて SaaS事業の日本チームの立ち上げを含む、年間 300人以上の中途採用 PJをリード。

2016年からHubSpotの日本法人の立ち上げに参画。人事担当者として中途採用、社員トレーニング、社内規程作成等の人事業務を担当。

2023年7月に独立し、個人事業主としてスタートアップ企業を中心に中途採用支援を行う。



Head of Marketing

亀山 将 (Masashi Kameyama)

イベントマーケティング支援企業・シードスタートアップにて企業向けイベント企画制作、海外進出支援など各種新規事業の立ち上げ支援、

マーケティング部門立ち上げなどを担当。2016年以降はSalesforceやHubSpotなど外資系 SaaS企業にて B2Bマーケティング / 事業開発支援に従事。

2024年、シンガポールにて食品小売事業を手がける IROHA International Pte.Ltd、リテールテックスタートアップ (ミッケテクノロジーズ株式会社)を共同創業。

The image shows the interior of a modern cafe or bar. On the left, there is a long, light-colored wooden counter with several black metal stools. Behind the counter, shelves are stocked with various bottles. In the center, there are two long wooden tables with black metal chairs. A large glass door at the back provides a view of the outside. To the right, there is a potted plant and a small table with a stool. The ceiling features exposed wooden beams and modern lighting fixtures.

02 | Business

事業内容

営業戦略設計や実行のためのツール導入を通じ、中小企業の営業 DXをご支援

営業DX支援事業

中小企業の営業戦略立案から実行をご支援



良質な顧客体験の提供と
継続的な事業成長の実現に必要な
営業戦略の立案から実行をご支援

再現性が高く効果的な営業プロセスの
構築と運用をサポート

HubSpot導入・運用支援事業

初期導入や運用の見直しを手厚くサポート



マーケティング・営業・カスタマー
サービスなど、優れた顧客体験を
提供するCRMプラットフォームHubSpot

業務プロセスに合わせたHubSpotの設計・構築
や運用支援、トレーニング等を実施

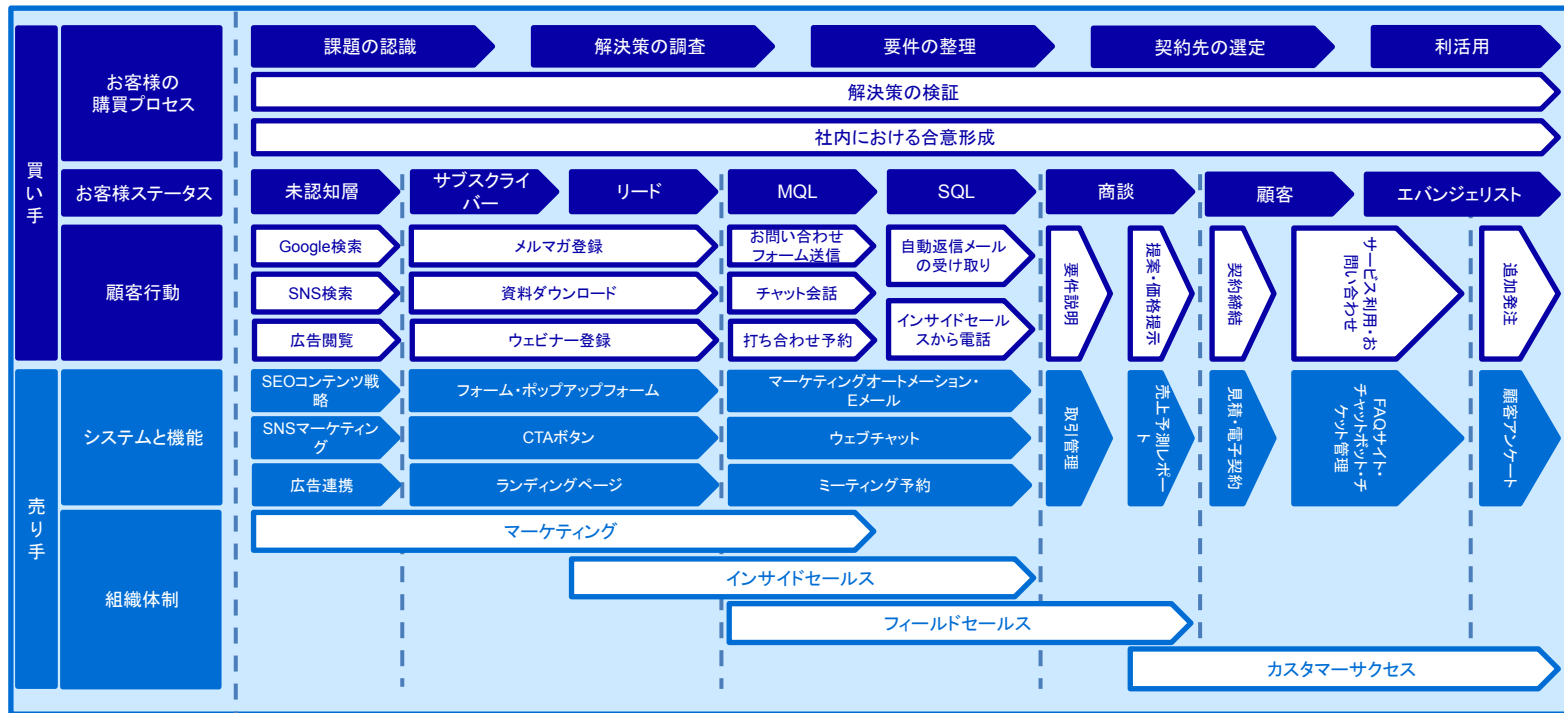
HubSpotパートナー支援事業

HubSpot事業の立ち上げや強化をご支援



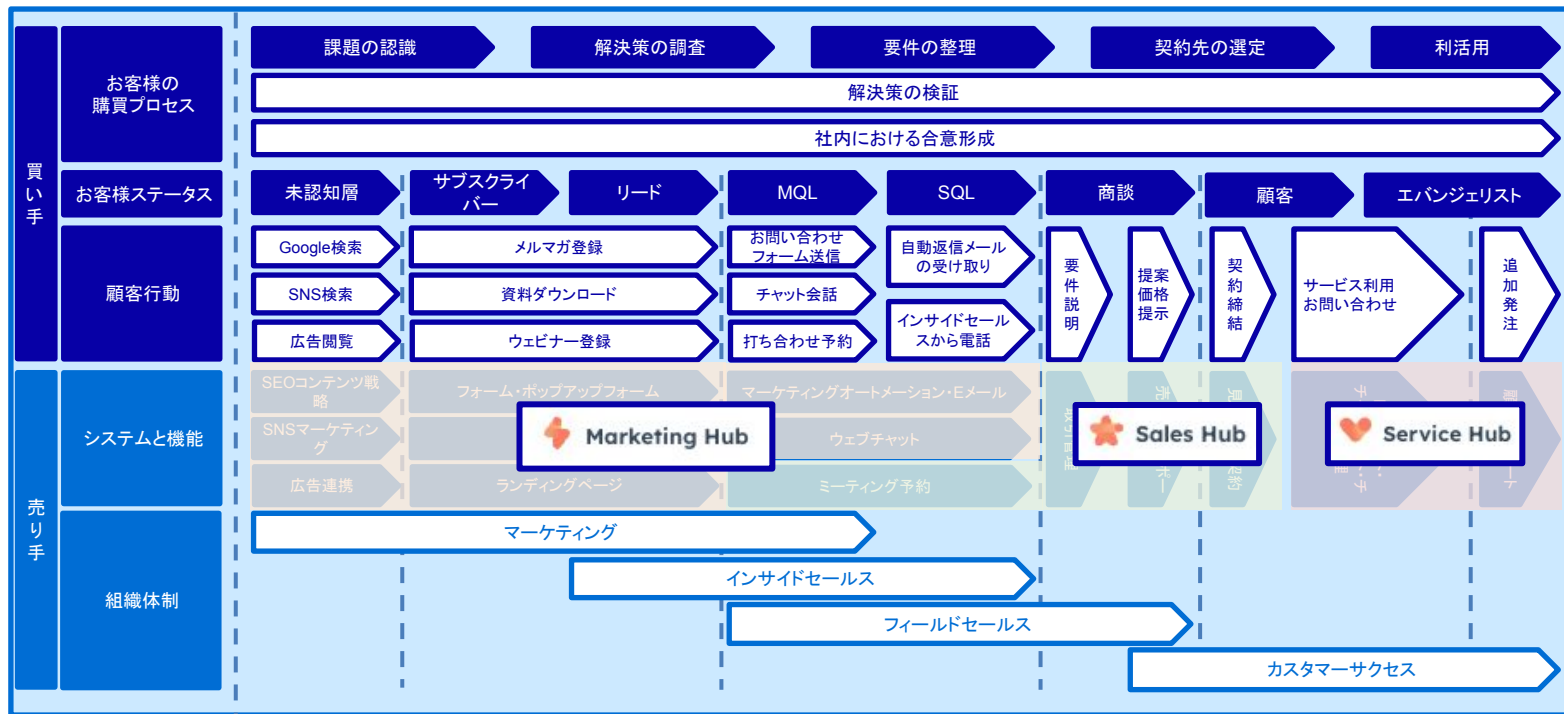
HubSpotパートナー事業の
サービス設計・価格設定支援や
より良いサービスデリバリーのための
社内トレーニング等を実施し
HubSpotパートナー事業の強化をご支援

顧客の購買プロセスと社内業務プロセスを整理し、実施すべき施策をご提案



※BtoBセールスを例として記載

各種施策実施に必要なシステム要件を整理し、ツール導入・運用をご支援

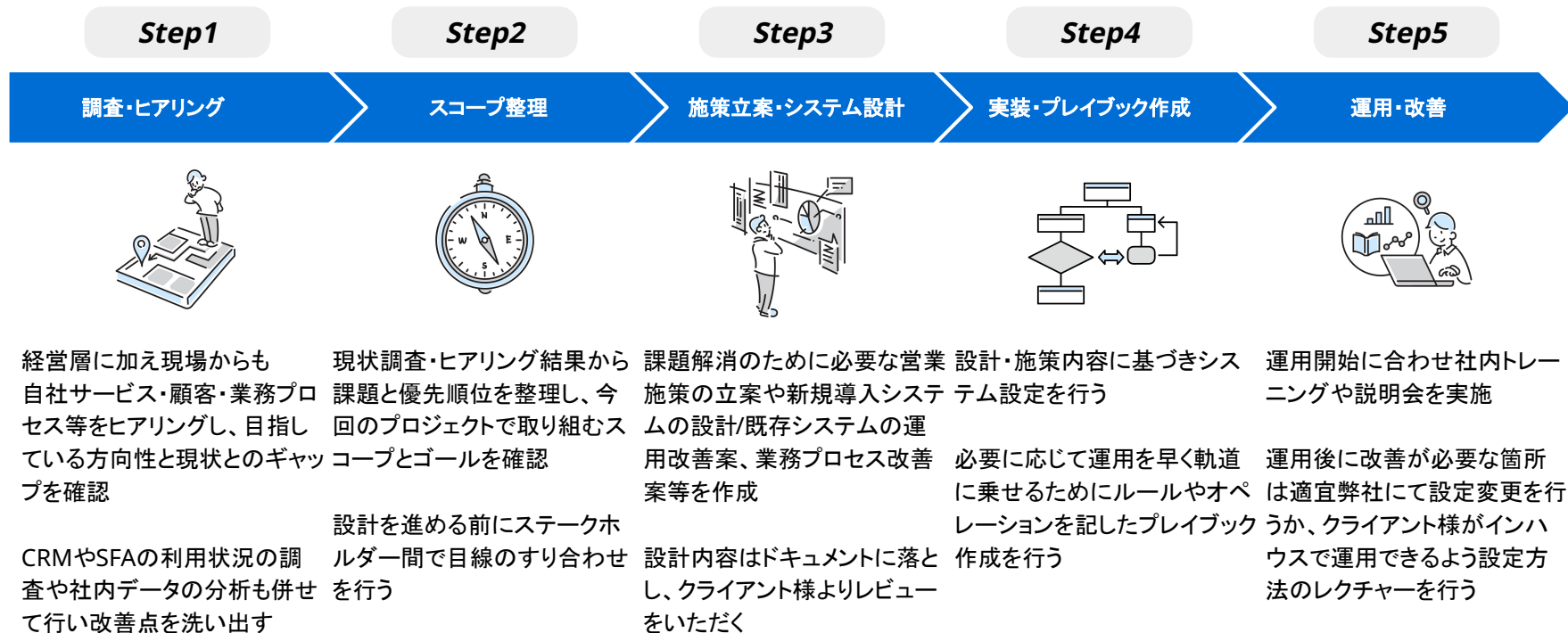




03 | Project Management

プロジェクト進行イメージ

経営層・現場双方の意見を取り入れ、地に足のついたシステム・施策設計を行う



※進め方の一例です。プロジェクト内容によっては変更される場合もあります。

Step1 調査・ヒアリング

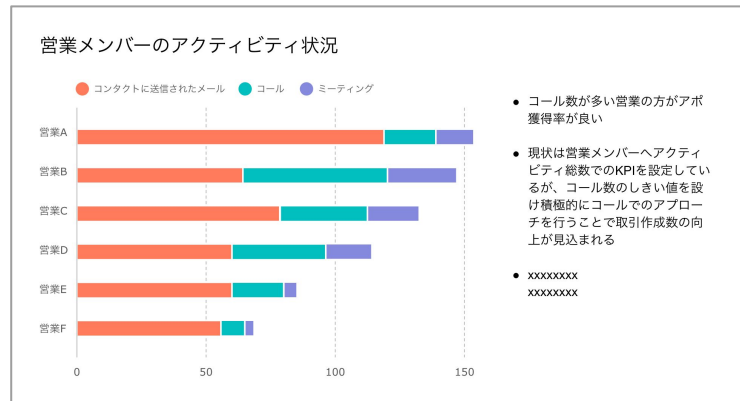
▼ヒアリングシート例

事前に質問項目を記したヒアリングシートをお渡ししMTGにて詳細を伺い事業や業務プロセス、顧客理解を深める

カテゴリ	質問事項	回答
【全員】 ポジションについて	所属部署・役職を教えてください。	
	どの拠点で働いていますか？	
	勤続年数を教えてください。	
【営業】 営業プロセス・業務内容について	見込み客へ最初に連絡をするところから案件を受注するまでの一連のプロセスを細かく教えてください。	
	取引作成（＝最初のアポイントメント獲得）まで何回程度電話やメールを行いますか？	
	取引作成から案件成立まで、何回程度お客様とMTGを行いますか？	
	最初の連絡はどのような行いますか？（見込み客のデータはどこから取得し、どのように初回コンタクトを行うのか）	
	どのような見込み客を優先してフォローしますか？優先順位はどうやって決めますか？	
	どのようなSQL（Sales Qualified Lead - 営業が有効と判断したリード）と見なしますか？	
	リードや SQL から「取引」に転換する定義は何ですか？	
	初回MTGの目的と議題は何ですか？	
	どのようなステップに進むことができますか？	
	初回MTGの内容は定型化されていますか？どの程度カスタマイズしますか？	
	デモにはどのような準備が必要ですか？	
	どのようなステップに進むことができますか？	
	案件に合わせて提案・デモをどの程度カスタマイズしますか？	
	取引が成立する可能性があるかどうかはいつ判断しますか？	
	取引失注の判断はどのようなタイミングで判断しますか？	

▼データ調査例

CRMやSFAへのログイン権限をいただき、システムの利用状況を確認するとともに、データから問題点の把握を行う



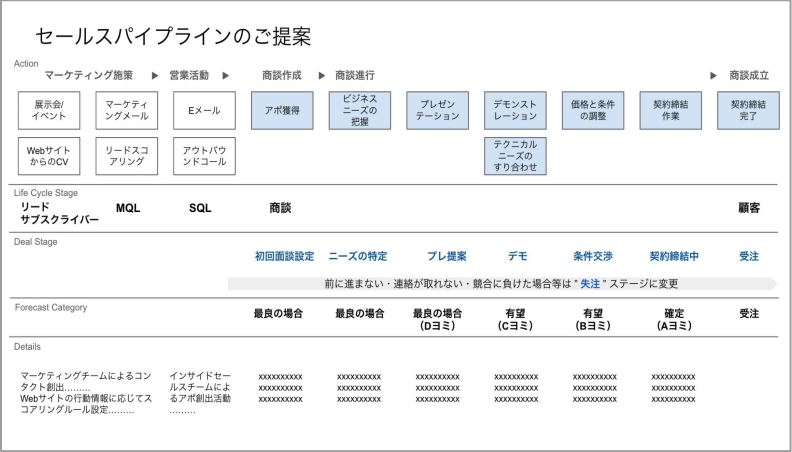
Step2 スコープ整理

Step1にて把握した問題点の中から優先度・緊急度の高いものについてステークホルダーと認識を合わせ、今回のプロジェクトで取り組むスコープをあらためて決定する

Step3 施策立案・システム設計

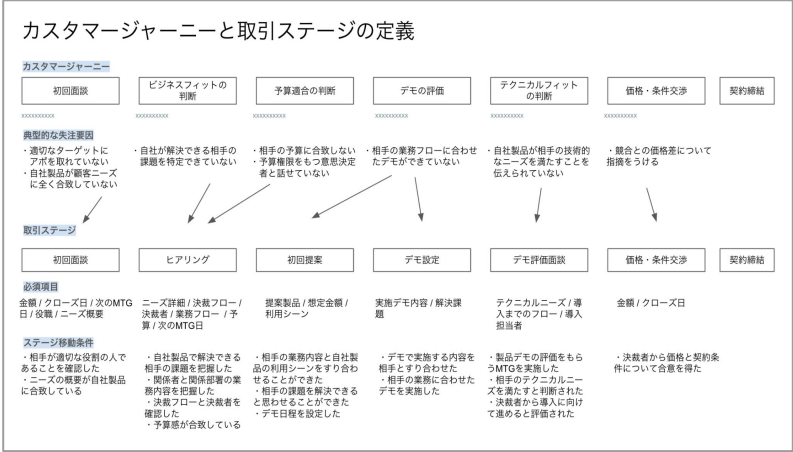
▼セールスパイプライン定義例

業務プロセスに合わせて最適なセールスパイプラインをご提案
成約までのリードステータスから取引ステージの各ステップ、フォーキャスト等の一連の流れの整合性・妥当性を検討



▼取引ステージ定義例

調査したカスタマージャーニーや失注要因を整理し、取引ステージの各段階でどのような対応をすべきかを提案
運用ルールを検討し、SFA設計に落とし込む



Step4 実装・プレイブック作成

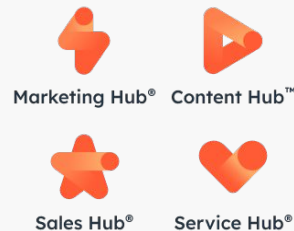
設計内容に合わせてHubSpotのプロパティやワークフロー、レポート・ダッシュボードの設定を行う

▼プレイブックイメージ

各取引ステージで各メンバーが何をすべきなのか、商談を前に進めるためにどのようなタスクをこなす必要があるのか、ルールをまとめ現場の認識のズレをなくSFA運用をスムーズに進める

取引ステージ	詳細	必須の入力項目	HubSpotでの操作	終了条件（次のステージへ進むための条件）	フォーキャスト
初回面談設定	・最初のアポを獲得した段階 →初回面談実施後、ヒアリング項目を全て確認でき、終了条件を満たした場合は次のステージへ進むが、 ・必須のヒアリング項目を聞けておらず追加のヒアリング時間を設けた（or 設ける予定の）場合はこのステージのままに設定 ※初回面談を行ったが、商談相手として自社にマッチしないと判断した場合は失注ステータスに変更する	・取引予定金額 ・ニーズ / 課題 ・商談相手の部署/役職 ・クローズ想定日	・コールログ<初回面談>を残す ・必要プロパティへの入力 ・取引に関連コンタクトを紐づけ、役職および購入時の役割プロパティ入力 ・次のタスクを作成 ・次のミーティング予定を作成	・商談相手の部署/役職を確認し、商談相手としてマッチしていると判断した ・相手の課題やニーズが自社が提供できるサービスに見合っていると判断した ・予算獲得の見込みがあることを確認した ・相手が自社サービスに興味を示し、提案を進めることに同意した（次のMTGの日程調整を行った / 行っている）	最良の場合
詳細ヒアリング	・最初の商談でヒアリングニーズ/課題についてより詳細を確認し、相手のニーズを自社サービスが満たすことができそうかを再度確認 ・デモに向けてテクニカルニーズを確実に把握する段階	・ニーズ / 課題詳細 ・相手が求める機能要件 ・提案サービス ・意思決定フロー ・デモ実施予定日	・コールログ<詳細ヒアリング>を残す ・必要プロパティへの入力/更新 ・テクニカルニーズの詳細をメモに記載し、SEをメンション ・次のタスクを作成 ・次のミーティング予定を作成	・相手のテクニカルニーズの詳細を把握し、デモで検証 or 確認してもらうべき内容を確認できた ・意思決定フロー、意思決定者の情報を確認することができた ・SEに要件を伝え、デモ実施が問題ないことを確認できた ・デモ実施予定日の調整を行った（行っている）	有望

▼弊社にて実装可能なHubSpotシステム



※高度なWebサイト実装等は要相談

Step5 運用・改善

運用後の設定変更は弊社で実施するかクライアント様にて実施するか都度相談
インハウスでの運用を目指す場合はハンズオンにて設定のレクチャーやトレーニングを開催

