口コミと有料広告　史上最速で成長するスタートアップ：Slackが営業マンを雇わない理由

現在、４０００億円の企業価値とされる社内チャットアプリであるSlackには営業マンは一人も居ません。

Slack企業にソフトウエアを売る会社としては前代未聞の口コミと少しの有料広告だけで現在まで成長しました。

CEOであるSTEWART　BUTTERFIELD氏は、「口コミは企業成長戦略として最も良い方法で、あなたが信用する誰かがあなたに商品サービスを勧める事で、あなたはその商品サービスを使う可能性が一気に上がる。」

「そして、口コミの次に良い企業成長戦略は有料広告で、その理由は有料広告はお金を掛ければ掛けるほど多くの人の元に広告を届ける事が出来、広告掲載を辞めたい時にすぐに辞める事が出来る。」

「営業マンを雇う事は複雑な雇用契約であったり、解雇する際の費用など、有料広告に比べて柔軟性が無いのが大きな欠点であり、広告のようにスピーディーに規模を拡大する事が出来ないのも大きな欠点。」とおっしゃっています。

しかし、未だかつて、年間総収入がアメリカで上位５００社であるFORTUNE５００の企業に対して、

アウトバウンド営業チームの無いソフトウエア会社が大型契約を勝ち取った事は無いと言われています。

Slackが今後、大企業との契約を勝ち取るために、どのような企業戦略に打って立つのか見ものです。

絶対に営業はやりたくない！と言う方はSlackに入社するのが良いかもしれませんね。