

BDR KPI DESIGN TEMPLATE

# BDR KPI 設計テンプレート

アカウント浸透度スコアカード & 四半期レビューシート

---

「商談数」から「浸透度」へ。エンタープライズ BDR の成果を正しく測る指標設計の全技法。

対象読者： BDR マネージャー / Sales Ops / RevOps / 営業企画 / VP of Sales

付属テンプレート： Excel ・ Google スプレッドシート対応

**Dealforth**

# なぜ「商談数」ではなく「アカウント浸透度」なのか

## 従来型：行動 → 成果 の直結構造

第3層 行動指標（架電数・メール数）

↓ 直結

第1層 成果指標（商談数・パイプライン）

### 問題点：

- 行動量を増やせば成果が出るはず、という短絡的因果
- 質の低い商談の量産
- AE の工数浪費
- BDR の疲弊とモチベーション低下

## 浸透度モデル：3層 KPI 構造

第1層 成果指標

パイプライン創出金額・件数・受注貢献

↑

第2層 浸透指標（BDR 固有の中間 KPI）

カバレッジ率・接続率・パーミッション獲得率  
マルチスレッド率・エンゲージメントスコア

↑

第3層 行動指標

架電数・メール数・CxO レター数・コネクト数

第2層がなければ、第1層と第3層が直結してしまう

# 浸透指標の5要素と相互関係

#	指標名	計算式	ベンチマーク	役割
①	アカウントカバレッジ率	$\frac{\text{有効リード保有アカウント数}}{\text{ターゲットアカウント総数}} \times 100$	Tier1:80% / Tier2:60% / Tier3:40%	全体進捗を「面」で捉える
②	ターゲット接続率	$\frac{\text{接続済みキーパーソン数}}{\text{想定キーパーソン総数}} \times 100$	5 ~ 10%	受付突破・本人到達の実力値
③	パーミッション獲得率	$\frac{\text{パーミッション獲得数}}{\text{ターゲット接続数}} \times 100$	精度高 :40% 精度低 :10 ~ 20%	関係の入口が開いたか
④	マルチスレッド率	$\frac{\text{2名以上パーミッション獲得アカウント数}}{\text{ターゲット総数}} \times 100$	Tier1:50% / Tier2:30%	複数経路での関係構築度
⑤	エンゲージメントスコア	MA ツール / ABM プラットフォームで計測	ツール依存 (閾値を自社設定)	デジタル接点の温度感

## 浸透フロー

②接続 → ③パーミッション → ④マルチスレッド → Stage4 (商談準備完了)  
「温度感」

①カバレッジ = 全体進捗の「面」

⑤エンゲージメント = 行動外の

# 浸透ステージ定義

ステージ	条件	アカウントの状態	BDR のアクション方針
Stage 0 : 未着手	接続 0 名	未着手	リサーチ & 初回アプローチ設計
Stage 1 : 接触	接続 1 名以上 パーミッション 0	会話実績あり 関係未構築	価値提案を磨き再アプローチ
Stage 2 : 入口開通	パーミッション 1 名以上 (シングルスレッド)	関係の入口が 1 本開通	情報提供を継続しつつ 別部門を探索
Stage 3 : 浸透中	パーミッション 2 名以上 (マルチスレッド)	複数経路で 関係構築中	課題の解像度を上げ 商談トリガーを探る
Stage 4 : 商談準備完了	Stage 3 + エンゲージメント閾値超	商談準備完了	AE ハンドオフ & 共同戦略立案

# SaaS / IT ( ACV 600 万円 ) — 前提条件と逆算ロジック

## 商材プロフィール

商材：クラウド ERP ( 年間契約 )

ACV：600 万円

平均商談サイクル：5 ヶ月

ターゲット：従業員 1,000 名以上の製造業

BDR チーム：3 名体制

## 四半期 KGI → 逆算

パイプライン創出目標：1.8 億円

→ 必要件数： $1.8 \text{ 億} \div 600 \text{ 万} = 30 \text{ 件}$

Stage4 → 商談化率：70%

→ 必要 Stage4： $30 \div 0.70 = 43 \text{ 社}$

Stage3 → Stage4 昇格率：55%

→ 必要 Stage3： $43 \div 0.55 = 78 \text{ 社}$

Stage2 → Stage3 昇格率：40%

→ 必要 Stage2： $78 \div 0.40 = 195 \text{ 社}$

## SaaS / IT ( ACV 600 万円 ) — Tier 別シミュレーション

	Tier1 ( 20 社 )	Tier2 ( 50 社 )	Tier3 ( 100 社 )	合計 ( 170 社 )
想定キーパーソン数 / 社	8 名	5 名	3 名	—
想定キーパーソン総数	160 名	250 名	300 名	710 名
②ターゲット接続率	10%	8%	5%	—
接続見込み人数	16 名	20 名	15 名	51 名
③パーミッション獲得率	40%	30%	20%	—
パーミッション獲得見込み	7 名	6 名	3 名	16 名
①カバレッジ率 / 見込み	80% / 16 社	60% / 30 社	40% / 40 社	— / 86 社
④マルチスレッド率	50% / 10 社	30% / 15 社	15% / 15 社	— / 40 社
Stage4 到達見込み	8 社	18 社	17 社	43 社
商談化見込み ( ×70% )	6 件	13 件	12 件	31 件
パイプライン金額見込み	3,600 万	7,800 万	7,200 万	1.86 億

行動逆算 ( Tier2 の例 ) : パーミッション 6 名 ← 接続 20 名 ( 獲得率 30% ) ← 架電 1,500 回 / Q ( 接続率 8%×6 回試行 ) → BDR1 人あたり : 架電 約 42 回 / 週、メール 約 21 通 / 週

# コンサル / PS ( ACV 2,000 万円 ) — 前提条件と逆算ロジック

## 商材プロフィール

商材：DX コンサルティング ( 年間リテイナー契約 )

ACV：2,000 万円

平均商談サイクル：10 ヶ月

ターゲット：売上高 5,000 億円以上の大手企業

BDR チーム：2 名体制 ( シニア BDR )

## 四半期 KGI → 逆算

パイプライン創出目標：2.0 億円

→ 必要件数：2.0 億 ÷ 2,000 万 = 10 件

Stage4 → 商談化率：60%

→ 必要 Stage4：10 ÷ 0.60 = 17 社

Stage3 → Stage4 昇格率：45%

→ 必要 Stage3：17 ÷ 0.45 = 38 社

Stage2 → Stage3 昇格率：35%

→ 必要 Stage2：38 ÷ 0.35 = 109 社

# コンサル / PS ( ACV 2,000 万円 ) — Tier 別シミュレーション

	Tier1 ( 10 社 )	Tier2 ( 25 社 )	Tier3 ( 50 社 )	合計 ( 85 社 )
想定キーパーソン数 / 社	12 名	7 名	4 名	—
想定キーパーソン総数	120 名	175 名	200 名	495 名
②ターゲット接続率	8%	6%	5%	—
接続見込み人数	10 名	11 名	10 名	31 名
③パーミッション獲得率	40%	30%	15%	—
パーミッション獲得見込み	4 名	3 名	2 名	9 名
①カバレッジ率 / 見込み	90% / 9 社	60% / 15 社	36% / 18 社	— / 42 社
④マルチスレッド率	60% / 6 社	32% / 8 社	12% / 6 社	— / 20 社
Stage4 到達見込み	4 社	6 社	7 社	17 社
商談化見込み ( ×60% )	2 件	4 件	4 件	10 件
パイプライン金額見込み	4,000 万	8,000 万	8,000 万	2.0 億

行動逆算 ( Tier1 の例 ) : パーミッション 4 名 ← 接続 10 名 ( 獲得率 40% ) ← 架電 720 回 / Q ( 接続率 8%×6 回試行 ) → BDR1 人あたり : 架電 約 30 回 / 週 + CxO レター 月 5 ~ 8 通

## 2 パターン比較サマリー

比較項目	① SaaS / IT	② コンサル / PS
ACV	600 万円	2,000 万円
BDR 人数	3 名	2 名
ターゲット社数	170 社	85 社
四半期パイプライン目標	1.8 億円	2.0 億円
必要商談数	30 件	10 件
最重要 Tier	Tier2 (件数のボリュームゾーン)	Tier1 (金額のボリュームゾーン)
BDR 1 人あたり担当社数	約 57 社	約 43 社
BDR 1 人あたりパイプライン	約 6,200 万	約 1.0 億
重視すべき浸透指標	カバレッジ率 (面の広さ)	マルチスレッド率 (浸透の深さ)
行動設計の特徴	効率的なシーケンス運用	1 社ごとの個別戦略設計

同じフレームワークでも、商材特性によって「面で攻めるか、深さで攻めるか」の力点が変わる。

# シート① アカウント浸透度スコアカード

列	項目名	入力内容・数式
A-D	アカウント名 / Tier / 担当 BDR / 担当 AE	基本情報（手動入力）
E	想定キーパーソン数	バイイングセンター内の想定ターゲット人数（手動入力）
F	接続済みキーパーソン数	本人と会話できた人数（手動入力）
G	②ターゲット接続率	$= F \div E \times 100$ （自動計算）
H	パーミッション獲得数	継続連絡の合意を得た人数（手動入力）
I	③パーミッション獲得率	$= H \div F \times 100$ （自動計算）
J	ユニーク部門・役職数	異なる部門 / 役職でのパーミッション獲得数（手動入力）
K	④マルチスレッド判定	$= IF(J \geq 2, "マルチスレッド", "シングルスレッド")$ （自動判定）
L	⑤エンゲージメントスコア	MA ツール / ABM プラットフォームからの転記値
M	浸透ステージ	Stage 0 ~ 4 の自動判定（数式 or 手動）

## 条件付き書式の推奨設定

G 列（接続率）： $\geq$ 目標→緑 / 50 ~ 99%→黄 / <50%→赤  
 K 列（MT 判定）：マルチスレッド→緑 / シングル→グレー  
 M 列（ステージ）：Stage4→濃青 / 3→青 / 2→水色 / 1→グレー / 0→白

# シート② Tier 別目標値設定 + KGI 逆算テーブル

Step 1

四半期パイプライン目標と平均 ACV を入力

Step 2

ステージ間の転換率を入力（初回は本 WP のベンチマーク値を使用）

Step 3

Tier 別のアカウント数と各指標の目標値を設定

Step 4

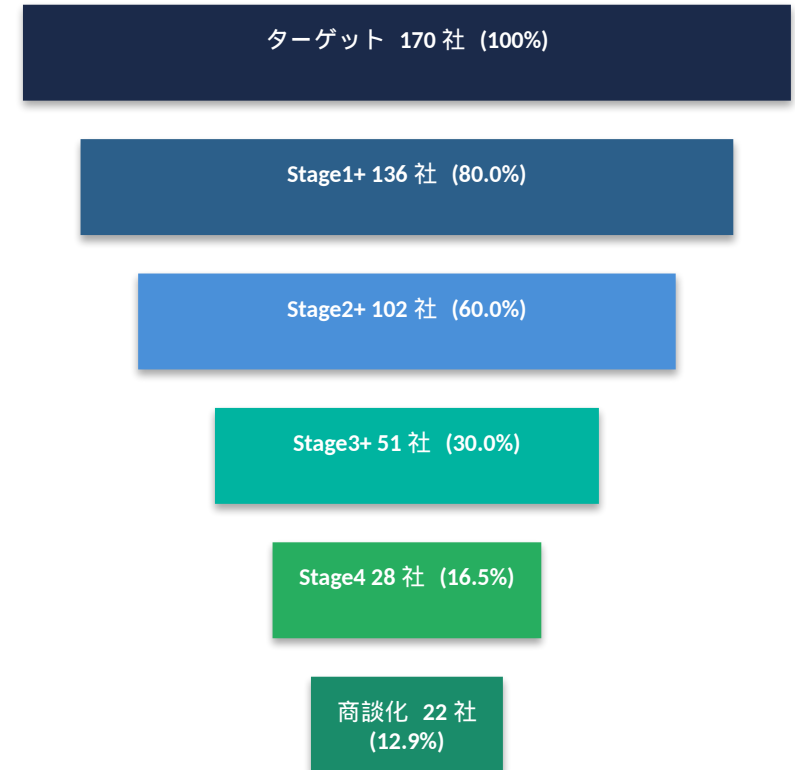
自動計算された必要 Stage3/4 数が Tier 別見込みと整合するか検証

指標	Tier1	Tier2	Tier3
①カバレッジ率	80%	60%	40%
②接続率	10%	8%	5%
③パーミッション獲得率	40%	30%	20%
④マルチスレッド率	50%	30%	15%
⑤エンゲージメント閾値	70pt	50pt	30pt
架電数/週（目安）	30-40	50-60	80-100

# シート③ 四半期レビューダッシュボード

<p>Section 1 全体サマリー</p>	<p>前四半期比較で全指標の達成率・前期比を一覧表示</p>
<p>Section 2 Tier 別ドリルダウン</p>	<p>Tier1/2/3 ごとの Stage 分布・浸透ステージ平均上昇幅</p>
<p>Section 3 浸透ファネル分析</p>	<p>ステージ間の転換率を可視化しボトルネックを特定</p>
<p>Section 4 ボトルネック診断</p>	<p>5 つの診断パターンと示唆されるアクション</p>
<p>Section 5 BDR 個人別パフォーマンス</p>	<p>担当 Tier ・浸透ステージ平均上昇・パイプライン貢献額</p>

浸透ファネル ビジュアル例



# ボトルネック診断チャート

カバレッジ率が低い？

↓ NO

→ YES →

ターゲットリストの量を確認。行動量は十分か？

接続率が低い？

↓ NO

→ YES →

架電時間帯・チャンネルミックス・CxO レター活用を見直す

パーミッション獲得率が低い？

↓ NO

→ YES →

初回トークの価値提案を再設計。ターゲット精度も要検証

マルチスレッド率が低い？

↓ NO

→ YES →

組織図の深掘り、別部門/別レイヤーへのアプローチを追加

Stage4→ 商談化率が低い？

→ YES →

AE ハンドオフの基準とタイミングを見直す。共同アカウントプランニングを導入

## 空白ワークシート① 逆算テンプレート

## 自社の商材プロフィール

商材名： \_\_\_\_\_

ACV： \_\_\_\_\_万円

平均商談サイクル： \_\_\_\_\_ヶ月

ターゲット企業条件： \_\_\_\_\_

BDR チーム人数： \_\_\_\_\_名

## 四半期 KGI → 逆算

パイプライン創出目標： \_\_\_\_\_万円

→ 必要件数： \_\_\_\_\_万 ÷ \_\_\_\_\_万 = \_\_\_\_\_件

Stage4 → 商談化率： \_\_\_\_\_%

→ 必要 Stage4： \_\_\_\_\_件 ÷ \_\_\_\_\_% = \_\_\_\_\_社

Stage3 → Stage4 昇格率： \_\_\_\_\_%

→ 必要 Stage3： \_\_\_\_\_社 ÷ \_\_\_\_\_% = \_\_\_\_\_社

Stage2 → Stage3 昇格率： \_\_\_\_\_%

→ 必要 Stage2： \_\_\_\_\_社 ÷ \_\_\_\_\_% = \_\_\_\_\_社

## ブランクワークシート② Tier 別目標設定

	Tier1 ( ____社 )	Tier2 ( ____社 )	Tier3 ( ____社 )
想定キーパーソン数 / 社	____名	____名	____名
②接続率 目標	____%	____%	____%
接続見込み人数	____名	____名	____名
③パーミッション獲得率 目標	____%	____%	____%
パーミッション獲得見込み	____名	____名	____名
①カバレッジ率 目標	____%	____%	____%
④マルチスレッド率 目標	____%	____%	____%
Stage4 到達見込み	____社	____社	____社
商談化見込み	____件	____件	____件
パイプライン金額見込み	____万	____万	____万
行動量 ( 架電数 / 週 )	____回	____回	____回

# FAQ + テンプレートダウンロード

Q1. パーMISSIONの定義が曖昧になりそうで不安。

「次回こちらから連絡してもよいという明示的な合意があるか」を唯一の判定基準にしてください。名刺交換やメール送付だけではパーMISSIONと認めない——このルールをチームで統一することが運用のカギです。

Q2. マルチスレッドの「異なる部門・役職」はどこまで厳密に区別する？

同一部門の部長と課長は「異なる役職」として1カウントずつとします。意思決定に関わるバイイングセンター内で2名以上のスレッドがあることを重視してください。

## テンプレートのダウンロードはこちら

シート①スコアカード / シート②目標値設定 / シート③レビューダッシュボード / シート④ブランクワークシート

Excel・Google スプレッドシート対応 | [ダウンロードURL/QRコード]

# BDR KPI 設計テンプレート

アカウント浸透度スコアカード&四半期レビューシート

---

[ 会社名 ]

[URL] | [Email] | [SNS]