

eBook シリーズ

Beyond CRM: 販売収益の向上と営業コスト削減のためのCFO 向けガイド

 Microsoft Dynamics 365





1 /

営業の効率を改善し、
手作業のタスクを取り
除く

2 /

営業担当者がリモート
でお客様と連携できる
ツールを提供する

3 /

アカウント情報を一元化
して、複数のツールに費
やす時間を短縮する

4 /

優れた業務運営を簡素
化する

5 /

AI と分析で営業管理を
強化する



マイクロソフトは包括
的な販売ソリューションを
提供します

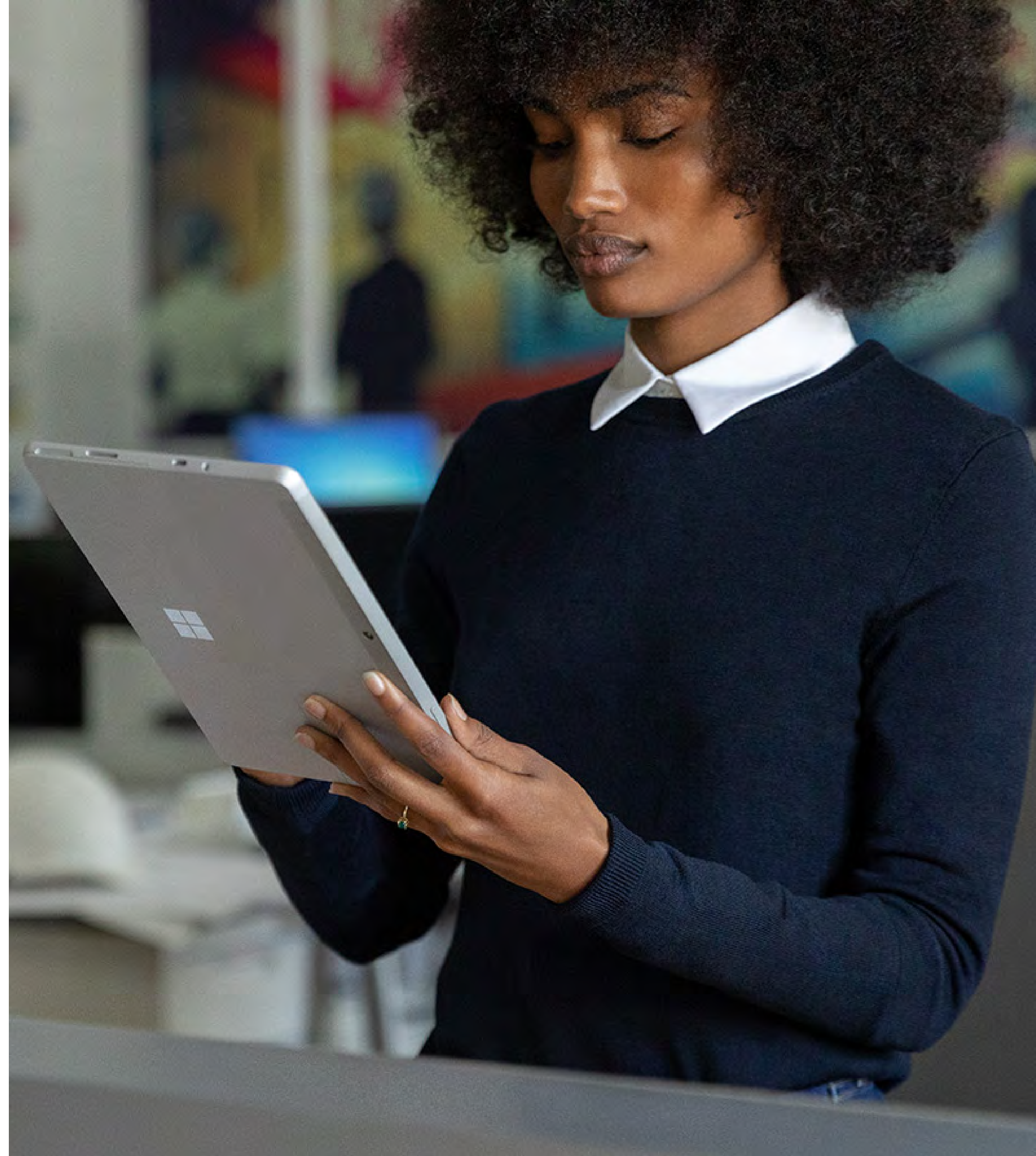


最新のセールス事情を
ナビゲートするための
スマート スタックをお
選びください

上がるコストに、正確性に欠ける売上予測。予測できないが、ビジネスを支えるために必要な経費。これらの一部またはすべてが CFO の課題となります。

そこで大きな効果が期待できるのが、顧客データを統合し、営業とマーケティングを連携させる CRM ソリューションへの更新です。リモート販売とデジタルエクスペリエンスが主要なエンゲージメントモデルになっている世界では、これはさらに重要性を増します。ただ、こうしたテクノロジーを導入するには、その ROI の正当性を説明し、IT 部門の協力も得なければなりません。

Dynamics 365 なら、これらの課題すべてを解決できます。



1. 営業の効率を改善し、手作業のタスクを取り除く

営業担当者は、収益創出につながらないアクティビティに勤務時間の約 3 分の 2 を費やしている可能性があります。営業支援システム (SFA) ソリューションで、これを変えることができます。使い慣れた Office 365 の操作性により、営業担当者は場所を問わず顧客や同僚とシームレスに連携および共同作業ができます。効率性が高まると、生産性が向上し、コストを削減できます。状況依存ヘルプとインテリジェントなイベントドリブン型の営業プロセスにより、すばやく結果を出すことができます。

成功事例 1



売上 670 億ドルを誇る世界的産業用オートメーション企業の Rockwell は、1,600 名の営業担当者、400 名の営業マネージャー、800 名の特定の分野の専門家同士の共同作業を改善する必要がありました。



Rockwell は手作業によるプロセスの削減と共同販売のサポートを行い、リード管理を営業と連携させました。

[記事を読む >](#)



「当社の営業チームは Dynamics 365 Sales を利用して、リアルタイムのインサイトで質問に対応し、営業案件に積極的に対応することで、以前よりも迅速に提案書を作成することができています」

Rockwell Automation

グローバル営業戦略・コマーシャルレ
ディネス担当取締役
Tom Forster 氏



営業担当者が使用するツール

Rockwell は Dynamics 365 の採用率が非常に高く、毎月 71% のアクティブな使用率、手作業によるプロセスの削減、共同販売のサポート向上、営業とさらに連携したリード管理を実現しています。

2. 営業担当者がリモートでお客様と連携できるツールを提供する

営業チームはこれまで以上に、場所を選ばずお客様を案内し、お客様と連携をできる必要があります。購入者のプロセスを簡単にすると、購入者は目的を達成することができ、営業担当者の勝利へとつながります。Microsoft Dynamics 365 ソリューションは、デジタル コミュニケーションとデジタル エクスペリエンスでリモート販売をサポートするように特別に設計されています。これにより、お客様が独自に購入できる方法が増えるため、営業担当者は対応が必要なお客様に集中できます。

リモートの営業担当者が必要とするすべてを備えた単一のワークスペース



Microsoft Teams を使った仮想会議やコラボレーションにより、プライベートかつセキュアな環境で、購入者を引き付ける生産性の高いやり取りを実現できます。LinkedIn Sales Navigator の統合されたインサイトを活用すると、リモートで適切なリードを見つけて作業することができます。さらに、昇進などの大きな変化があったときに様子を確認し、現在の状況に基づいてコンテンツと会話の内容を調整できます。

[デモを見る >](#)



[Dynamics 365 Sales >](#)



[Microsoft Teams >](#)



[LinkedIn Sales Navigator >](#)



3. アカウント情報を一元化して、複数のツールに費やす時間を短縮する

販売はお客様との関係に依存します。これは、購入者とのやり取りがリモートか対面かにかかわらず、営業担当者に大きなプレッシャーをもたらします。営業チームが時間と人材を配備する場所について賢明な選択を行うためには、統合データが必要です。

ライセンスからマーケティング エンゲージメント、サービス リクエストに至るまで、利用可能なあらゆるソースの顧客データを統合する必要があります。これにより、マーケティング、営業、サービスの担当者が、すべてのタッチポイントでエンゲージメントをパーソナライズするために必要なインサイトを得ることができ、顧客中心になりやすくなります。

成功事例 2



Dynamics 365 により、Miami Heat バスケットボール チームと American Airlines Arena は、デジタル トランスフォーメーションを最適化し、先見的で関連性の高い顧客インサイトを取得しています。



エンドツーエンドのデータ管理により、多種多様のデータソースを接続して、お客様、パートナー、社員のための統一されたブランド エンゲージメントを構築します。



Dynamics 365 Customer Insights を活用することで、すべてのタッチポイントでファンの全体像を深く捉えることができ、わずか 3.5% の誤差で数か月前から来場率と収益を予測できます。

[記事を読む >](#)



[Dynamics 365 Sales >](#)



[Dynamics 365 Customer Insights >](#)



[Power Apps >](#)



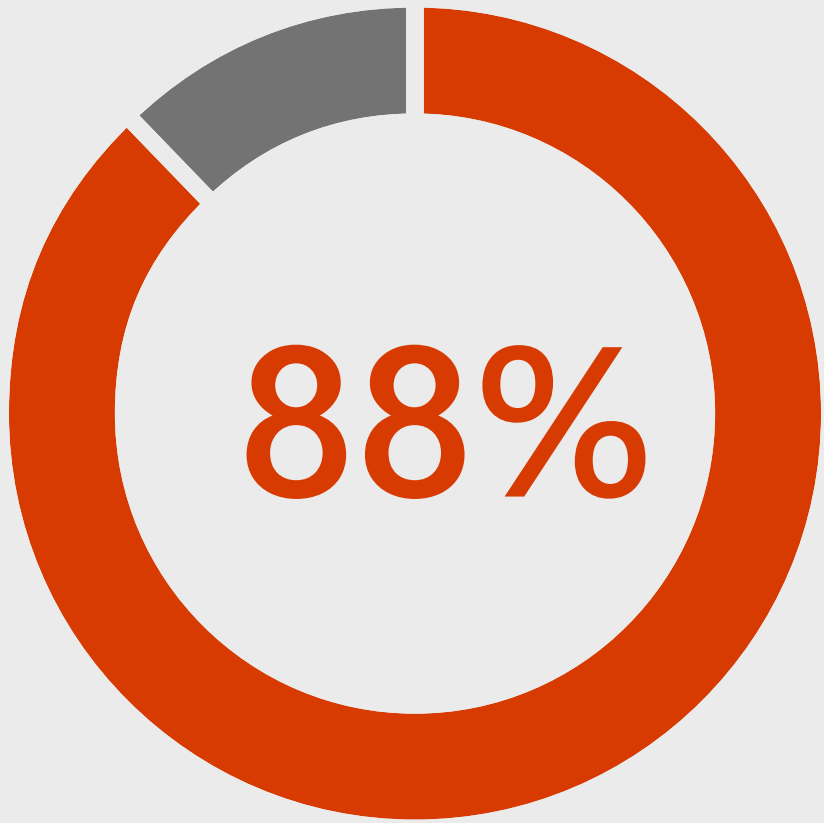
[Power BI >](#)



「これはテクノロジーに限った話ではありません。目の前に大量のデータを提示するだけでは不十分です。スプレッドシートから Power BI や Dynamics などに移行できるようにするには、データに関連性を持たせ、理解しやすく、また利用してもらうようにする必要があります」

Miami Heat および American Airlines Arena

ビジネス戦略の副社長
Matthew Jafarian 氏



最終的に購入の決め手となるのは「信頼できるアドバイザー」となってくれる営業担当者だと考える購入者の割合。

出典 : [The LinkedIn State of Sales Report 2020](#)



信頼関係の重要性 :
Dynamics 365 で顧客関係を強化する方法

- 予測リード スコアリングを使用して、最も有望な見込み客との関係を構築します。
- 6 億 1,000 万を超える LinkedIn プロファイルから意思決定者やインフルエンサーを特定し、つながりを構築します。
- LinkedIn のインサイトを使用して、お客様のニーズを把握し、現在の状況に基づいてコンテンツと会話の内容を調整します。
- 紹介を依頼できる連絡先を提示することで、購入担当者との関係構築を支援します。



[Dynamics 365 Sales >](#)

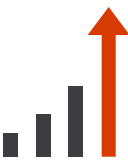


[Microsoft Relationship Sales >](#)

4. 優れた業務運営を簡素化する

効率的なオペレーションは、コスト削減につながり、利益率を向上させます。Dynamics 365 で会社の営業担当者を解放し、力を最大限に発揮できるようにサポートしましょう。状況に応じたプロンプトで時間を節約し、反復可能な手法を使用してベストプラクティスに合わせ、リモート販売を促すプロセスやツールを活用し、ガイド付きエクスペリエンスでトレーニング時間を最小限に抑えることができます。

成功事例 3



Flex は、より優れた可視性とプロセスの自動化を通して、マーケティングと営業のチームを統合したいと考えていました。



Dynamics 365 Marketing によって、Flex は営業とマーケティングの活動を統合し、効率性を高め、可視性を向上させ、社員の自己完結力と共同作業を改善することで、ビジネス開発の次の段階へ移行することができました。



Dynamics 365 の統一されたインターフェイスにより、マーケティング担当者は営業担当者にとって最も優れた商機がどこにあるかを完全に把握できます。またその逆も可能です。また、営業担当者は、販売サイクルでの各アカウントの現在のポジションが常に把握できます。

[記事を読む >](#)



[Dynamics 365 Sales >](#)



[Dynamics 365 Marketing >](#)



[Power BI >](#)



「Dynamics 365 Marketing のセグメンテーションとその他のマーケティングオートメーション機能を使用して、スマート マーケティング キャンペーンの Dynamics 365 Sales データをはるかに効率的に活用しています」

Flex (フレックスプラン サービス企業)

マーケティング部長
Malik Shamsuddin 氏

5. AI と分析で営業管理を強化する

パフォーマンスの高い組織は、分析と AI を使用して営業担当者の成功を後押しし、[B2B 企業の最大 30%](#) は、AI を使用して、少なくとも 1 つの主要な営業プロセスを強化しています。Dynamics 365 Sales では、コスト効果の高いソリューションで毎日のワークフローにインテリジェンスを組み込んでいます。これにより、以下のように営業チームを支援します。



リードと営業案件のスコアリングで、コンバージョン率と成約率を高めめます。



パーソナライズされたコミュニケーションと次のステップに関する推奨事項を取得します。



リレーションシップの健全性スコアを使用して、優先度の高い顧客に重点を置きます。



デジタルおよびリモートでの販売をサポートするための新しい方法を見出します。

[記事を読む >](#)



[Dynamics 365 Sales >](#)



[Dynamics 365 Sales Insights >](#)



[Power Apps >](#)



[Power BI >](#)



「最初の 6 か月で 14,000 以上の個別営業案件を創出して獲得しました。さらに、潜在的な営業案件に関するデータの品質を 89% 向上させました」

C.H. Robinson
CRM ディレクター
Jennifer Stocco 氏

マイクロソフトは包括的な販売ソリューションを提供します



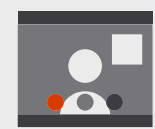
Microsoft Teams や Outlook との緊密な統合を通じて、営業チームがリモートで販売している場合でも、連携して共同作業を行うことができます。



Office 365 でシームレスに共同作業を行いながら、既存の生産性向上ツールと、それらのツールが生成するリレーションシップ データへの投資を最大限に活かします。



Office 365、CRM、ソーシャル メディア、その他のデータを統合し、営業とマーケティングの連携を図ることで、購入担当者との有意義でパーソナライズされたエンゲージメントを支援します。

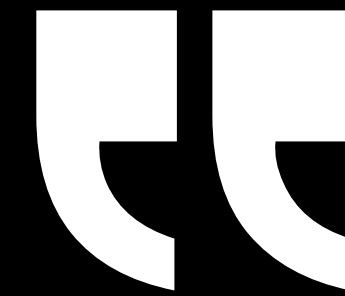


Microsoft Teams と Dynamics 365 Marketing との直接統合を利用して、会議やウェビナーを実施します。



フィードバックを効率的に収集し、感情分析を実施することで、お客様をサポートするための次善のアクションを提供します。

運用面では、マイクロソフトのクラウド プラットフォームにより、IT チームのコストと複雑さが軽減されます。営業担当者は、慣れ親しんだコマンドやインターフェイスにより効率を最大化できるため、少ないトレーニングですばやく使用開始できます。営業担当者が既に使用しているコラボレーション ツールとの統合により、リモートで作業している場合でも、コミュニケーションの齟齬や機会の喪失を避けることができます。何より、Dynamics 365 は、競合する営業支援システム (SFA) ソリューションより少ないコストでより多くの価値を提供します。



「マイクロソフトの製品群が緊密に統合されているため、企業がよりコストの高いクラウド製品から切り替える際の移行先として説得力があります」

Constellation Research

主席アナリスト兼創設者

Ray Wang 氏



販売コストを 10% 削減

マイクロソフトが Dynamics 365 をデジタル セールス チームに導入して以来、過去 3 年間継続的に収益が増加し、販売コストを 10% 削減できました。

[記事を読む >](#)



最新のセールス事情をナビゲートするためのスマート スタックをお選びください

収益を高め、コストを削減し、営業とマーケティングを連携させ、財務、営業、IT 部門のニーズを一度に満たすソリューションをお探しなら、ぜひ Dynamics 365 をご検討ください。

[お問い合わせ >](#)

