

SFAを活用した受注率の高い 強い営業組織の作り方

 DPS for Sales



本書の概要

本ホワイトペーパーでは、SFA（Sales Force Automation）を活用して受注率を高めるための方法について解説します。

SFAとは、「Sales Force Automation」の頭文字を取った略称で、企業の営業活動を支援するシステムのことです。企業の営業活動におけるアプローチ～商談～受注までの一連のプロセス（パイプライン）をシステム上に可視化し、管理・共有・活用しやすくすることで、営業の業務効率や生産性を向上することを目的としています。営業成果を向上させるための具体的なポイントや成功事例を通じて、効果的な営業組織の構築につなげるノウハウをご紹介します。



本書の概要



営業活動とSFAの役割



受注率の高い営業組織とは



SFAの機能と特徴



SFAの導入手順と事例



SFAを活用した受注率向上のポイント



まとめ

営業活動の課題とSFAの役割

営業活動における課題は多岐に渡ります。情報の散逸や重複による営業効率の低下、顧客管理の困難さ、営業プロセスの可視化の難しさなどがその一例です。

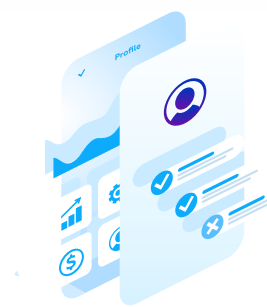
SFAを活用することで、営業の生産性向上や顧客管理の効率化など、営業活動における多くのメリットがあります。SFAの力を借りて、より効果的で成果の上がる営業活動を実現しましょう



情報の一元管理と共有による
効率の向上



タスク管理とスケジュール管理



顧客データの正確な管理と見込み客の
追跡による受注率の向上



営業プロセスの可視化と
進捗管理の実現

受注率の高い営業組織の要素とは

受注率の高い営業組織の要素には、以下のような点があります。

■目標設定の明確化、営業プロセスの最適化



受注率の高い営業組織を構築する上で重要な要素です。目標設定では、営業活動において達成したい目標を具体的に設定しましょう。例えば、月間の受注数や売上目標を定めます。さらに、大きな目標を小さなタスクや指標に分解し、進捗を可視化することで、目標達成への道筋を明確にします。

■アプローチする優先順位をつける



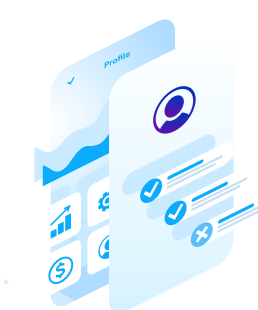
優先してアプローチすべき見込み顧客の見極めも重要です。受注確度が低い見込み顧客ばかり対応しては、確度の高い見込み顧客を逃してしまう可能性があります。優先順位を定める基準も決めておく必要があるでしょう。ただし、見込み顧客の購買意欲は時間とともに低下することがあります。受注確度がある程度高い場合は、なるべくすぐに対応するようにしましょう。

■顧客に価格・スケジュールを明確に提示する



営業プロセスの最適化では、顧客を特定のセグメントに分類し、それぞれに適したアプローチを行います。例えば、購入するか迷っている顧客を受注へとつなげるには、商品・サービスの価格や、顧客がいつまでに何をすべきかのスケジュールを明確に提示することが重要です。また、受け取ったリードを効果的に管理し、迅速にフォローアップができればよいでしょう。

■見込み顧客情報をデータ化・管理する



受注率向上のためには、一人ひとりの見込み顧客（リード）のアプローチ内容、そして見込み顧客のリアクション、といった内容を把握しておく必要があります。過去のやり取りを把握していなければ、購買意欲を分析したり、営業案件の最適なフィードバックもできなくなります。見込み顧客情報をデータ化して管理するには、MAやCRM、SFAなど顧客情報や案件情報を一元管理できるツールを用いると、過去のやり取りや見込み顧客の反応を整理できます。

SFAの機能と特徴

SFAは、営業を支援してくれるツールです。CRM（顧客関係管理）と同じく顧客情報を管理できますが、CRMよりも営業アクションに特化した機能が搭載されている点が特徴です。

1.顧客管理機能



日々の営業活動や展示会などで集めた名刺情報のほか、リスト会社などから購入したターゲット企業のデータをインポートして活用します。顧客の企業名や、担当者の氏名、メールアドレス、役職などのプロフィール情報のほか、過去の商談履歴も記録することができます。

2.案件管理機能



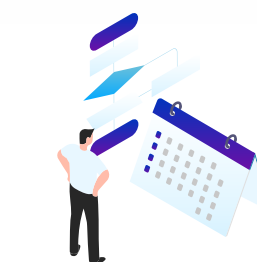
顧客情報をベースに、現在、進行している営業案件の進捗状況を管理する機能です。自社の営業担当者名と、いつ、どの商材においてどのようなやり取りが行われたかを記録しておき、受注確度などについても記録します。

3.商談管理機能



案件管理のうち、各商談の詳細を管理するための機能です。商談の詳細を残しておくことで、一度、失注した案件や休眠顧客を一定期間後に掘り起こす際に、別の営業担当者に代わったとしても引き継ぎの手間なくスムーズに次の商談を行えるようになります。

4.プロセス管理・スケジュール管理機能



営業担当者のコール数、アポイント数、訪問数、提案商材数、受注数といったプロセス（行動）が可視化でき、個々のスキルや業績が一目でわかり、アドバイスや人事評価につなげることができます。

導入手順と運用ポイント

強い営業組織を目指すためのSFAの活用で失敗しないためのポイントを導入準備段階から運用時にまとめると、以下のようになります。

導入前

- 導入のプロジェクトリーダーを立てる
- 導入の目的を明確にして、導入そのものが目的化しないようにする。
- 営業担当者のITリテラシーや業務フローに合った機能・操作性のSFAを選ぶ

導入時

- 営業担当者への説明会やオンボーディングを実施する
- SFAの運用ルール・マニュアル作成
- 分析方法、収集すべきデータの明確化

導入後

- 顧客情報や名刺データ、組織などのマスタ、パラメータ情報を登録
- 担当者ベースに定着化を図るためのフィードバックの実施
- 導入後も定期的に効果測定を行い、運用方法を改善していく

運用時

- **営業担当者一人ひとりの入力の徹底**
 - ↳ 成績の良い営業担当者の案件情報を参考にして行動することができます
- **SFAで案件管理を徹底する**
 - ↳ 管理職に案件の進捗を報告しなくても最適なタイミングでアドバイスや指示ができる状態にできます
- **スケジュール管理機能でスケジュールの可視化**
 - ↳ 営業担当者側にとっては、自己の営業活動の見直しや、今すべきこと、次にすべきことが明確になり、営業活動を効率的に進めやすくなります。

まとめ



営業活動の課題とSFAの役割

伝統的な営業手法の課題を克服し、SFAが効率的かつ成果上がる営業活動を実現することを紹介しました。営業組織を強化するためには、目標設定と目標管理、営業プロセスの最適化、リードジェネレーションと見込み客管理、各営業チームと情報共有が欠かせません。



受注率向上の具体的な手法

SFAが営業プロセスの可視化やタスク管理、しけジュール管理などによって効率化を実現することができます。SFAを導入することにより、生産性向上や顧客情報の一元管理などを行うことで受注率の向上につながります。



SFAの機能と使い方

SFAには営業組織の効率化に役立つ多彩な機能があります。顧客情報の一元管理やタスク管理、セールスプロセスの可視化などを行うことで、個人単位での営業の効果測定や将来の戦略策定に役立てることができます。

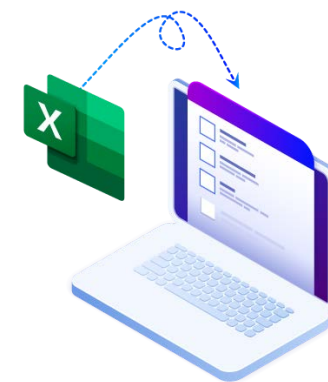
SFAの導入は、営業活動の効率化と成果向上に大きな効果をもたらします。是非このホワイトペーパーを参考にして、SFAの活用を検討してみてください。効果的なSFA活用によって、より強力な営業組織の構築とビジネスの成長を実現しましょう。

サービス概要

DPS for Salesとは？

豊富な業務ノウハウを蓄積し、開発された最先端の営業支援ツール
これまでのSFAが持つ課題だった使いにくさや不便さを解決した上でSFA導入の本来の目的を達成します。

3つの特長



Excel資産を最大活用
オリジナルな帳票がSFAとつながる



名刺情報を有効活用
これまでの営業活動が見える



SFAの定着化を促進
シンプルで直感的な操作が可能

Excel資産を最大活用

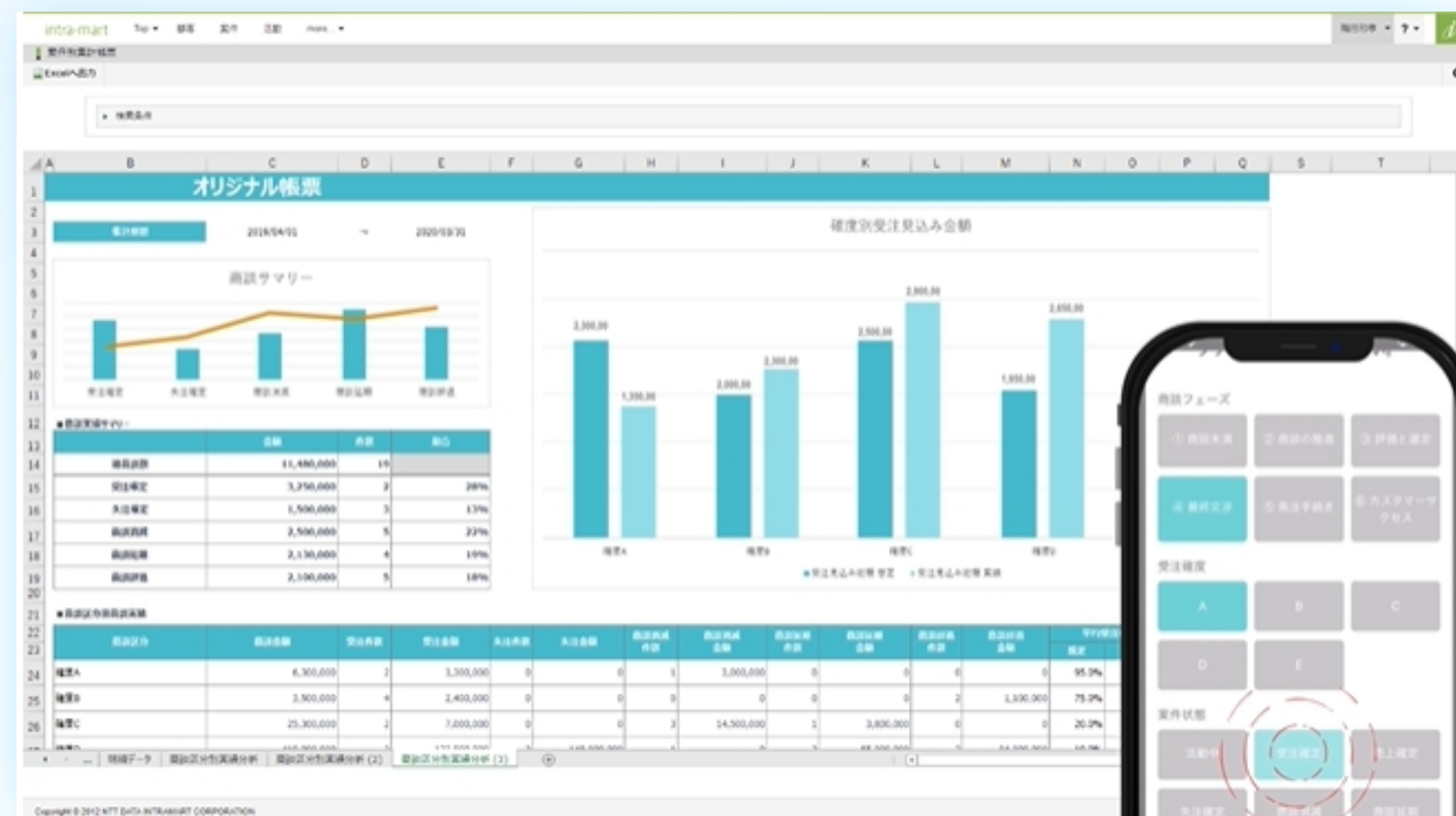
オリジナルの帳票がSFAとつながる

DPS for SalesはExcelで作成した帳票をいくつも登録することができます。SFA上で入力した値とExcelのセルを紐づけておけば入力された値がリアルタイムに反映され、ノンプログラミングでオリジナルの帳票をSFA上に再現できます。

登録から活用までの3ステップ

- 1 DPS for Salesが定義するExcelのデータシートから必要なデータをExcel関数を利用して集計。
- 2 Excelで作成したオリジナル帳票をSFAに登録。
- 3 登録したオリジナル帳票をDPS for Salesの専用画面から呼び出し。

3ステップでDPS for Sales上で自社のExcelをすぐに活用することができます。帳票は直接データベースの値を参照しているため、営業が日報に登録した数字がリアルタイムに反映されます。



名刺情報を有効活用

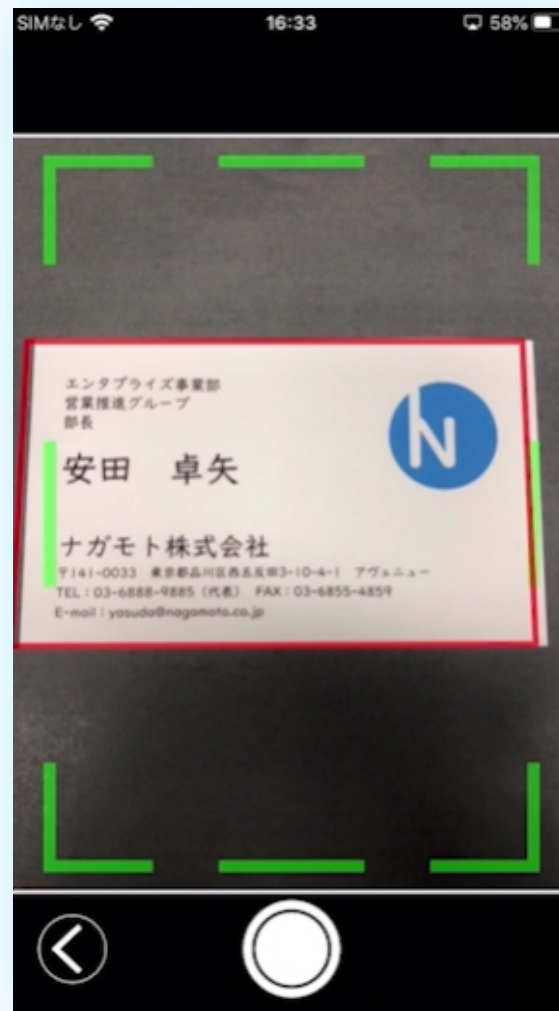
これまでの営業活動が見える

DPS for Salesはスキャナ・スマホで取り込んだ名刺情報と日々の営業活動を紐づけて管理することができます。これまでに会った回数や会った時の商談内容まで、ボタンひとつで簡単に振り返ることができます。

登録から活用までの3ステップ

- 1 DPS for Salesのモバイルアプリから名刺をカメラ撮影。
- 2 OCRにより、即座に名刺データへと変換。
- 3 顧客に対する営業活動と紐づけて管理。

名刺機能はただ情報を登録するだけではなく、名刺交換者や会った回数からどんな人とやりとりをしたかを把握できます。これまでに会った回数や活動内容まで、ボタンひとつで簡単に振り返ることができます。



SFAの定着化を促進

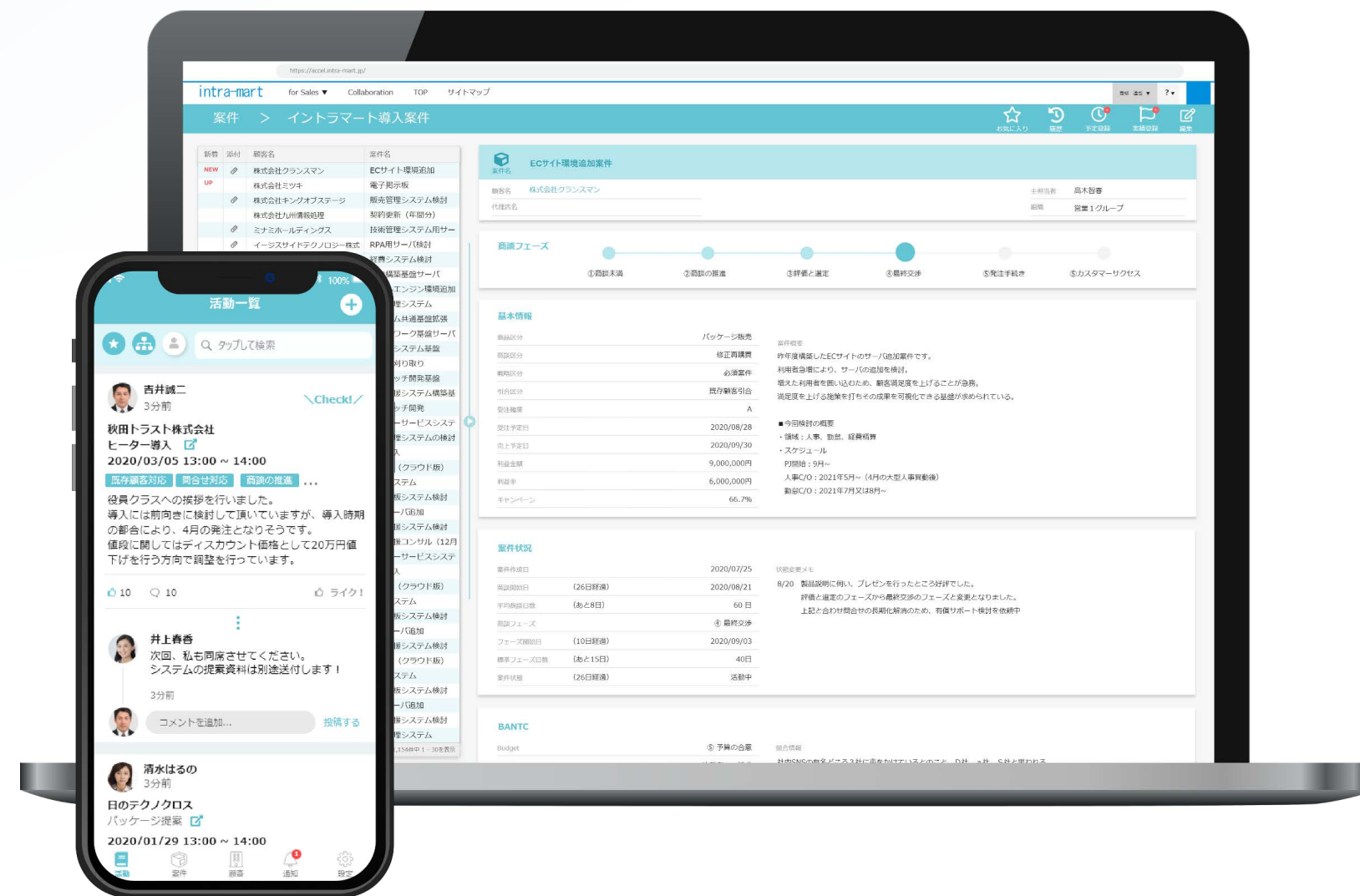
シンプルで直感的な操作性

どんなユーザーもマニュアルいらずで直感的に使いこなすことができる操作画面です。効率化のメリットを感じられるため、スムーズにSFAの運用を始められます。

DPS for SalesのUI/UXの3つの特長

- 1つの画面から必要な情報をすぐにお届け。
- ノンプログラミングで自社の呼び名にあった項目名に変更。
- SNS感覚で使える専用モバイルアプリケーション。

使いやすさを徹底的に追求したユーザーインターフェイスと圧倒的なカスタマイズ性の高さで営業組織におけるSFA活用を強力にサポートします。



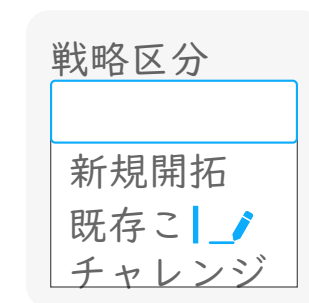
機能一覧

DPS for Salesは営業の武器となる豊富な機能をご提供しています。



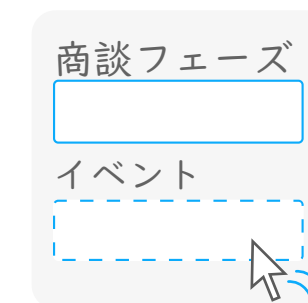
ラベル名編集

DPS for Salesであらかじめ設定されたラベル名称を編集することができます。[案件]を[商談]に変更したりと、自社独自の呼び方に編集することができます。



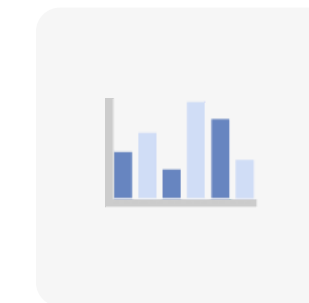
選択項目内の編集

リスト内項目を自由に編集することができます。日報や案件などの定量化したい情報を編集することで社内にデータを蓄積することができます。



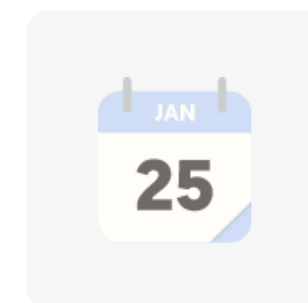
項目の追加

DPS for Salesの初期項目以外に項目をノンプログラミングでカスタマイズすることができます。カスタマイズ項目はオリジナル帳票にも反映されます。



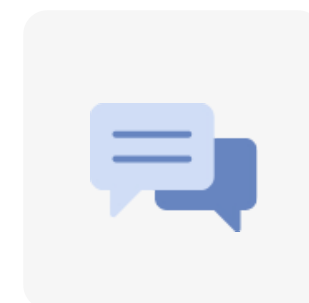
ポータル

ポータルには、受注・売上見込のダイジェストや要注意案件リスト、活動報告のお知らせ、週間スケジュールなど様々な情報を表示させることが可能です。表示する情報は自由にカスタマイズが可能です。



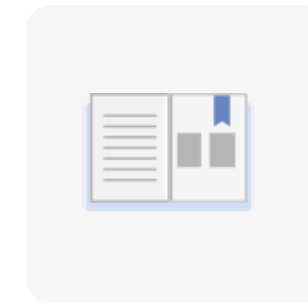
スケジュール管理

DPS for Salesで作成された活動予定やToDoの管理だけでなく、会議やイベントなど全てのスケジュール管理が可能です。スケジュールは外部のカレンダー機能と連携することもできます。



タイムライン

タイムラインにはリアルタイムに活動状況が配信され、全てのユーザーがコメントの投稿やライク！の投稿を行うことができます。ユーザーはSNSのような感覚でコミュニケーションを取り合うことが可能です。



ドキュメント

提案書や契約書などのドキュメントをクラウド上で管理できます。ドキュメントを格納するフォルダは権限管理により公開範囲を柔軟に設定できます。ドキュメントにはモバイルからのアクセスも可能です。



外部サービス連携

取引先情報や商品情報、案件情報などをCSVファイルで基幹システムと連携することが可能です。提供形態によっては、MAシステム連携や既存名刺管理システム連携など様々な外部連携が可能です。

料金・プラン

お客様の導入目的に合わせた3種類の提供方法

SaaS (Accel-Mart Quick)		プライベートクラウド ※1		オンプレミス ※2	
					
こんな方にオススメ		こんな方にオススメ		こんな方にオススメ	
<ul style="list-style-type: none">早く、安く、手軽に使いたいSaaSで運用したい		<ul style="list-style-type: none">カスタマイズして使いたいインフラ運用はお任せしたい		<ul style="list-style-type: none">カスタマイズして使いたい自社でインフラ運用をしたい	
価格	¥300,000～	ライセンス形態	個別見積もり	ライセンス形態	個別見積もり
契約形態	月額利用料	契約形態	月額利用料	契約形態	要お問い合わせ
コスト	◎	コスト	△	コスト	△
導入期間	◎	導入期間	○	導入期間	△
カスタマイズ	△	カスタマイズ	◎	カスタマイズ	◎
外部サービス連携	△	外部サービス連携	◎	外部サービス連携	◎

※1
プライベートクラウドでのご利用を選択される場合は 別途Accel-Martのご契約が必要となります。詳細はお問い合わせください。

※2
オンプレミスでのご利用を選択される場合は別途intra-mart Accel Platformのご購入が必要となります。 オンプレミスでのご利用は必ずライセンス保守契約が必要となります。 詳細はお問い合わせください。

ご契約までの流れ

SFAの導入を検討されている方向けのサポートをご用意しております。

01

無料オンラインデモ

無料デモのご相談は下記のURLよりお申し込みください。

02

お見積り

ご利用目的、用途、ご要望を電話、ウェブ会議または訪問時にお伺いし、最適なプランをご提案。

03

ご契約

申込プラン、ユーザー数などを記載しました専用の申込書をご記入いただきます。

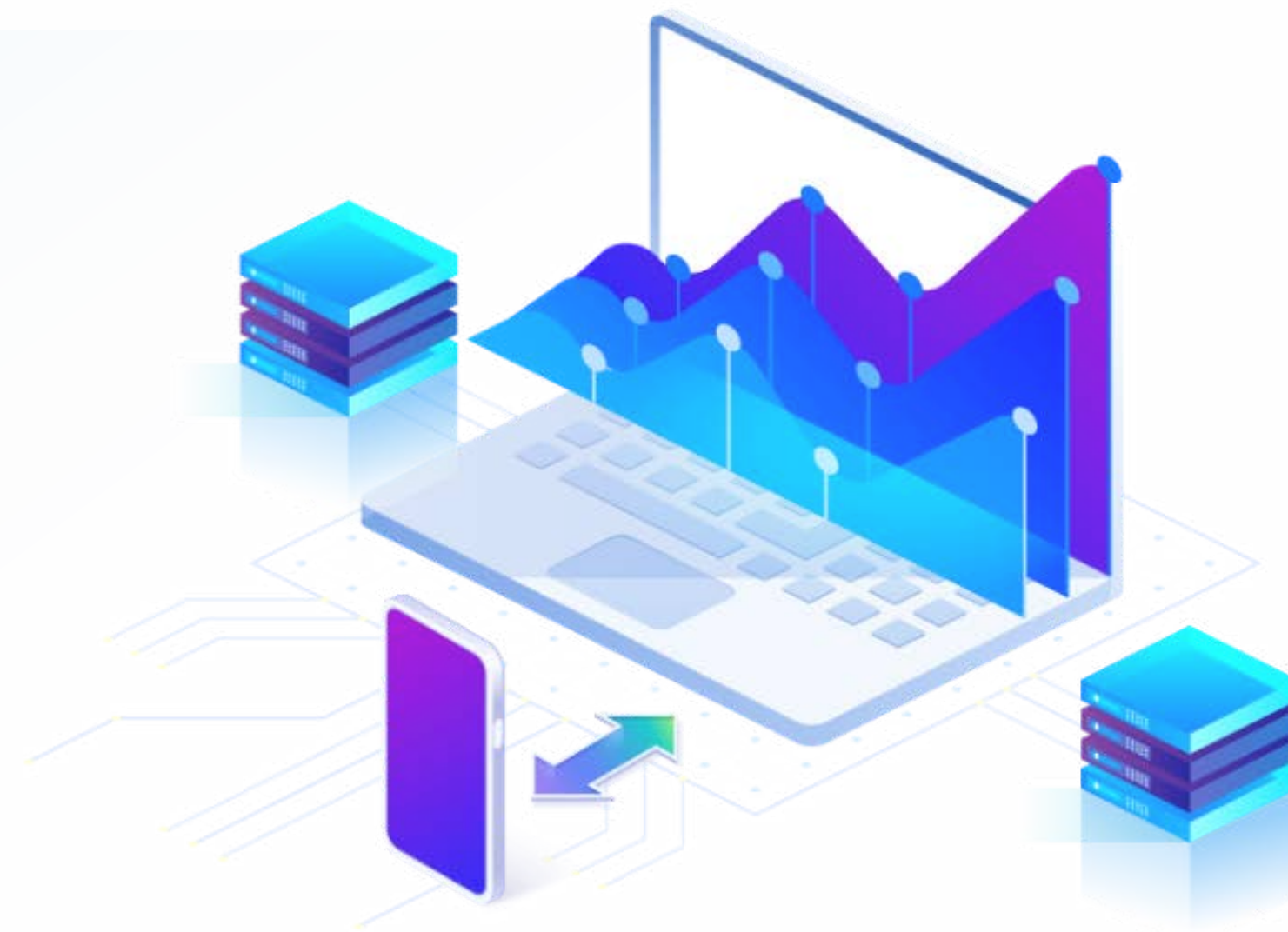
04

利用開始

もっと使いこなしたい場合のサポートも充実しています。

今すぐ無料でお試しいただけます。

<https://dps.intra-mart.jp/forsales/trial.html>



まずはお気軽にお問い合わせください。

弊社担当がお客様にあったプランをご紹介します。

<https://dps.intra-mart.jp/forsales/>

今すぐ無料でお試しいただけます。

<https://dps.intra-mart.jp/forsales/trial.html>