SFAを活用し継続的な営業成績UPを実現する方法

ちきゅう

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

目次

ちきゅう

第一章　時代の変化とそれに対応した営業活動のあり方

- 販売者と購買者の間の情報格差は少なくなっている
- それが営業活動にどのような影響を及ぼすのか？

第二章　SFAを活用し営業プロセスを強化すると営業活動に何が起こるのか？

- SFA導入の最大のメリット
- そもそも営業プロセスって何？
- 営業プロセスが強化されると得られる好循環
- サイクル1：異常値を発見・分析できる
- サイクル2：現状の改善ができる
- サイクル3：モチベーションが上がる

第三章　営業プロセスを効果的に活用する3つのSTEPと活用事例

- STEP1：SFAを中心とした業務フローを作りデータを蓄積する
- STEP2：データの分析と課題の発見
- STEP3：定着への体制づくり
- 営業プロセスの弱点を発見するための「パイプライン管理」
- パイプライン管理を始める手順①商談フェーズの定義付け
- パイプライン管理を始める手順②ゴールを明確にする
- パイプライン管理を始める手順③各フェーズにいる数とCVRの可視化
- SFAの「商談管理ビュー画面」を活用してパイプライン管理

失敗しないSFA導入　ちきゅうのご紹介

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ　TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

第一章
時代の変化と
それに対応した営業活動のあり方

© Geniee, Inc.

販売者と購買者の間の情報格差は少なくなっている。

ユーザーの購買行動はインターネットの普及で大きく変化しました。
自身で必要な情報を検索し、複数の販売者を比較し、選んで購買するという流れが定着した現在、 **自分の要望や課題にフィットした商品であるかどうか？** が購買行動において重要なポイントであると言えます。

そのため、企業（特に中小企業）はこれまでのような大衆受けする商品を安く提供する戦略から、自社の製品やサービスがもっとも価値を発揮する課題を抱えた顧客や、愛着を持って選んでくれるロイヤル顧客と持続的な関係を構築し、 **中長期的な収益の確保と成長を実現する営業戦略にシフトせざる終えなくなったのです。**

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

それが営業活動にどのような影響を及ぼすのか？

売って終わりではなく、**顧客と持続的な関係を構築することが売上拡大において重要な要素** となった昨今、既存客との関係はもちろんですが、新規営業においてもその影響は大きいです。例えば、比較検討する際の情報が膨大になったことで、さまざまな知見をもった関係者が意思決定に関わるようになったことがあげられます。

これにより、意思決定のスピードが鈍化することでアポイントから受注までの期間が長くなってしまい、営業組織も営業プロセスをこれまで以上に、管理・分析・改善し続ける体制が必要になったのです。そして、その体制を構築するために必要なツールが

SFA(セールス・フォース・オートメーション)です。

© Geniee, Inc.

お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

第二章
SFAを活用し営業プロセスを強化すると営業活動に何が起こるのか？

© Geniee, Inc.

SFA導入の最大のメリット

SFAにはさまざまな機能や役割がありますが、

最大のメリットは「継続的な営業プロセスの改善」を

実現できることです。

ここからは、成長し続ける組織をつくる営業プロセスを解説します。

© Geniee, Inc.

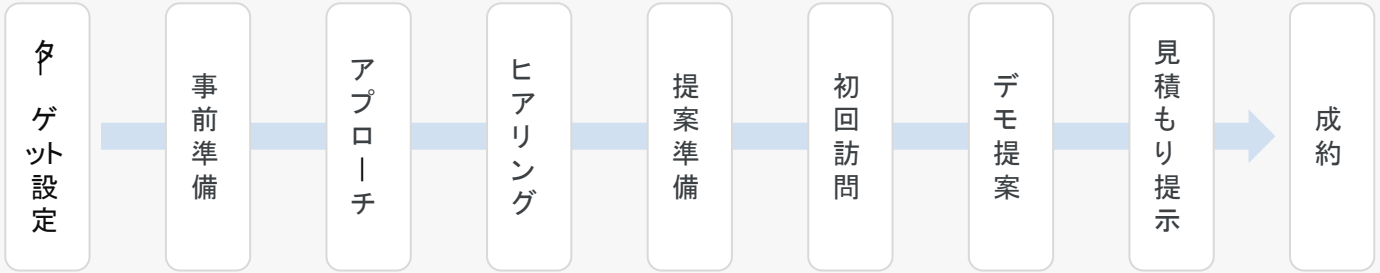
そもそも営業プロセスって何？

ちきゅう

SFAを使って継続的な営業成績の向上を実現するには、営業プロセスの強化にとりくむ必要があるわけですが、そもそもこの「営業プロセス」が何かご存知でしょうか？

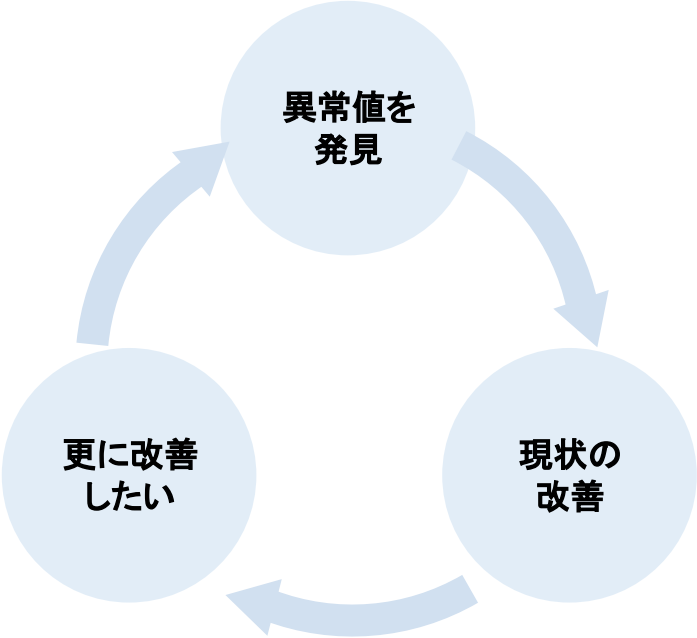
営業プロセスとは、**営業部門が行う「アプローチから受注までにどのような手順があるのか」をステップとしてまとめたもの** です。この**営業プロセスをSFAで可視化・分析し、改善を繰り返すことで継続的な営業成績の向上が 実現するのです。**

営業プロセスの一例



© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

営業プロセスが強化されると得られる好循環



営業プロセスの強化に取り組むことで営業成績を継続的に向上させる好循環を生み出すことができます。ここからは、これらのメリットについてもう少し詳しく解説します。

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

サイクル1：異常値を発見・分析できる

ちきゅう

SFAを使い、営業プロセスを可視化することで「なぜ受注に至らないのか？」「どの段階でどのような障害が起きているのか？」などの **異常値を発見・分析することができます。**

営業プロセスの異常値からわかる課題例

新規獲得件数の異常値からわかる課題

- リードが足りない
- アポが足りない
- 成約率が悪い

商談進捗の異常値からわかる課題

- ニーズがつかめていない
- 進捗が遅い

リピートの異常値からわかる課題

- 解約率が高い
- 他社へ乗り換えられてしまう

営業プロセスの可視化は課題の可視化へと繋がり、**業務内容の改善、研修・トレーニングプログラムの実施などで営業成績の向上へと繋げることができます。**

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

サイクル2：現状の改善ができる

SFAを活用して、営業プロセスの異常値を発見したら、
その異常値の原因を分析します。

例えば、アポ数は増えているのに見積の依頼が増えていない場合は初回のアポイントに原因がある可能性があります。

そして、原因の究明から対応策を導き出さなくてはいけませんが、担当の主観によって書かれた日報や、頻度の低い営業会議での報告で、客観的分析は難しく、**的確な打ち手の実行まで至らないこともあります。**

そこで、SFAを活用し、営業プロセスのデータから客観的分析を行うことで、**効果のある対応策を実行し、改善することができます。**

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

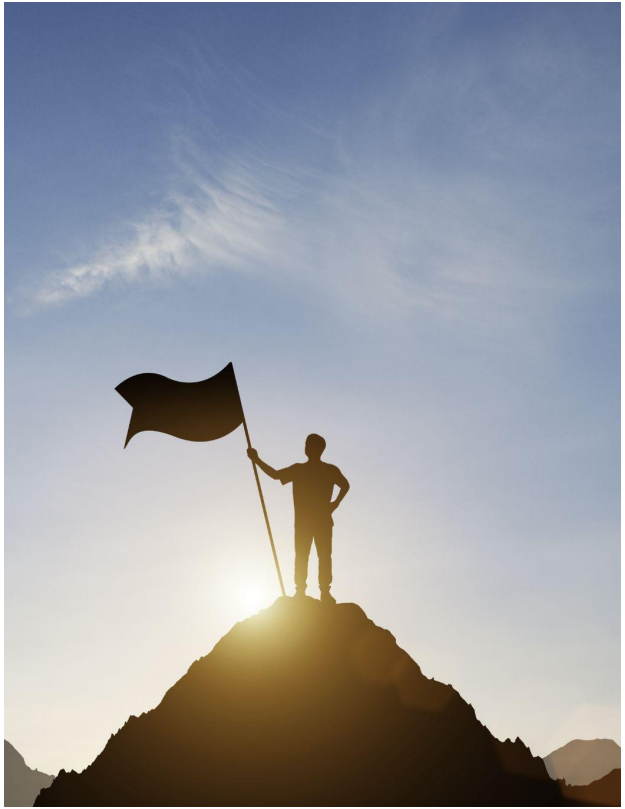
サイクル3：モチベーションが上がる

データを元にした**効果のある施策を実行することで業績が改善され向かうべき目標やアクションプランが明確になります。**

また、SFAを活用することで組織全体だけでなく、個々の担当の営業プロセスの分析もできるので、担当者ベースの弱点やその改善策も明確になります。

「次に何をすればいいのか？」が明確になることで、不安や無駄なプロセスがなくなり、やがて営業成績の向上へとつながります。

この成功体験がモチベーションとなり、**更に成績を伸ばそうと再設定した目標値に対しての異常値を見つけるという好循環が生まれるのです。**



© Geniee, Inc.

お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

第三章
営業プロセスを効果的に活用する3つのSTEPと活用事例

© Geniee, Inc.

STEP1：SFAを中心とした業務フローを作りデータを蓄積する

ちきゅう

初めに、普段行っている業務からSFAを中心とした業務フローへ移行します。これにより、**業務を効率化しながら、営業プロセスの分析に役立つデータ蓄積することができます。**

データを蓄積する場合は、**どのデータが営業プロセスおいてどのような役割をしているかを理解すること**がとても大切です。

1. 売上目標管理

→ 売上目標に対しての達成度がわかる

2. 行動・訪問管理

→ 行動の無駄や優先度の確認ができる

3. 案件・商談管理

→ いつ・いくらで受注できるかを予測できる

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

STEP2：データの分析と課題の発見

ちきゅう

蓄積したデータを元に分析をすることで、
営業課題の迅速な発見が可能になります。

売上目標管理の分析

一般的に売上目標管理で用いられる「月間目標受注金額」「月間目標商談件数」「目標顧客単価」と実績数値の差がどのくらいあるかをチェック。この分析は、営業プロセスのどこに問題があるのか？を探す最初のきっかけとなります。

行動・訪問管理の分析

訪問件数と訪問先及び訪問内容の管理が重要です。訪問件数だけを管理していると、既存客への訪問に偏る傾向があり、営業プロセスと **行動・訪問管理の情報** を連携することで、新規開拓と既存客への訪問のバランスをコントロールしやすくなります。

案件・商談管理の分析

売上予測の精度を高め受注率や顧客単価を向上させることに役立ちます。「進捗している商談件数・金額」と「商談でわかったお客様のニーズ」を分析することで、相性のいい業種や業界の発見につながります。

グラフなどで可視化し、リアルタイムに確認できるようにする

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

STEP3：定着への体制づくり

ちきゅう

営業プロセスは作成しただけで終わりにするのではなく、組織に定着させる取り組みが必要です。営業プロセスの定着化には、下記の2つの取り組みが必要です。

①研修・トレーニングを実施する

営業マンにしっかり研修・トレーニングしましょう。
研修・トレーニングで理解させるべき内容は下記のような内容です。

- 営業プロセスの目的やその効果
- 以前と今後の営業プロセスの違い
- 具体的な運用方法とルール

上記のような取り組みを行うことで、営業プロセスの定着が早まり業績の向上が実現できます。

②営業データを分析する体制を作る

営業プロセスからデータを収集しそれを分析する体制を作ることです。
定期的にデータを収集・そのデータをしっかりモニタリングし確認しておけば、目標達成の障害となっている主要な課題を発見することができます。

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

営業プロセスの活用事例

© Geniee, Inc.

営業プロセスにはさまざまな“パターン”がある

営業プロセスは業種や業界、商品の特徴によりさまざまな
パターンがあります。
本書では、コロナウイルスの流行をきっかけにますます
注目を集めているインサイドセールスや比較検討期間の
長い商材、BtoB営業と相性のいい
「パイプライン管理」というフレームワークを例に、
営業プロセスの作り方を解説していきます。

© Geniee, Inc.

【活用事例】弱点を発見するための「パイプライン管理」

ちきゅう

営業プロセスの管理方法の一つに「パイプライン管理」という管理方法があります。パイプライン管理の特徴は**営業活動のデータを収集することで、そこから目標達成の障害となっている部分を発見することができる**という点です。そしてSFAにはこのパイプライン管理をより効果的に行うことができる機能が搭載されています。

パイプライン管理方法

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

パイプライン管理を始める手順①商談フェーズの定義付け

ちきゅう

パイプライン管理を導入するにあたって、まず初めに、商談フェーズの定義付けから行います。
定義付けは大きく2つの工程に分けられます。

①営業プロセスを細分化
顧客の行動を軸に営業プロセスを細分化。最終的に受注が発生しやすくなる。

②細分化した項目を定義する
「どういう状態になっていなければいけないのか？」を明確化する。

パイプライン管理方法

❶ プロセス

お問い合わせ	ヒアリング	初訪問	決裁者リーチ	提案	合意	契約

❷ 定義事例

お問い合わせ	ヒアリング	初訪問	決裁者リーチ	提案	合意	契約
■ 資料請求がある ■ イベント参加者からアポイントメントが欲しいといわれる	■ お客様と電話で話ができた ■ お客様が聞きたい内容がわかる ■ 訪問日程が決まる	■ 直接対面できた ■ お客様の課題を認識 ■ 予算感がわかる ■ 導入時期がわかる	■ 決裁権者と接触 ■ 意思決定において重要視するポイントがわかる	■ 提案書を提出完了 ■ 見積書を提出完了	■ 口頭での合意をいただく ■ 契約締結日、入金日が明確化されている ■ 契約後のフローが明確化されている	■ 捺印済みの契約書が手元にある ■ 着金確認が取れている

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

パイプライン管理を始める手順②目標を明確にする

ちきゅう

プロセスを細分化するだけでなく、お客様を受注に向かわせるための目標(KPI)を明確にすることで、
営業活動の方向性が揃い、生産性の向上へつながります。

パイプライン管理方法

プロセス	お問い合わせ	ヒアリング	初訪問	決裁者リーチ	提案	合意	契約
定義	■ お問い合わせの定義	■ ヒアリングの定義	■ 初訪問の定義	■ 決済者リーチの定義	■ 提案の定義	■ 合意の定義	■ 契約の定義
目標	■ 50件獲得	■ 40件を初回訪問につなげる	■ 30件は決裁権者と接触する	■ 24件を提案商談に結びつける	■ 15件で合意をもらう	■ 15件全ての契約締結	■ 15件獲得

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール:mkt@geniee.co.jp

パイプライン管理を始める手順③現状とCVRの可視化

ちきゅう

週次や月次で各フェーズにいる数とCVR（前のフェーズから何%次のフェーズに進んだのか？）を可視化します。これを行うことで、**根拠のある売上予測と自社の強みや弱点が明確にわかります。**

パイプライン管理方法

プロセス	お問い合わせ	ヒアリング	初訪問	決裁者リーチ	提案	合意	契約
定義	■ お問い合わせの定義	■ ヒアリングの定義	■ 初訪問の定義	■ 決済者リーチの定義	■ 提案の定義	■ 合意の定義	■ 契約の定義
目標	■ 50件獲得	■ 40件を初回訪問につなげる	■ 30件は決裁権者と接触する	■ 24件を提案商談に結びつける	■ 15件で合意をもらう	■ 15件全ての契約締結	■ 15件獲得
現状	60件	40件	30件	20件	12件	11件	11件
	CVR	CVR	CVR	CVR	CVR	CVR	

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

SFAの「商談管理ビュー画面」を活用してパイプライン管理

ちきゅう

全商談の案件進捗を一画面で把握でき、組織全体の進捗、売上予測などが容易に行える。

ちきゅうの場合はドラック＆ドロップでフェーズを変更でき当画面から商談情報の入力もできます。

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

～　失敗しないSFA導入　～
定着率99%だれでも”使える”国産SFA/CRMちきゅうのご紹介

© Geniee, Inc.

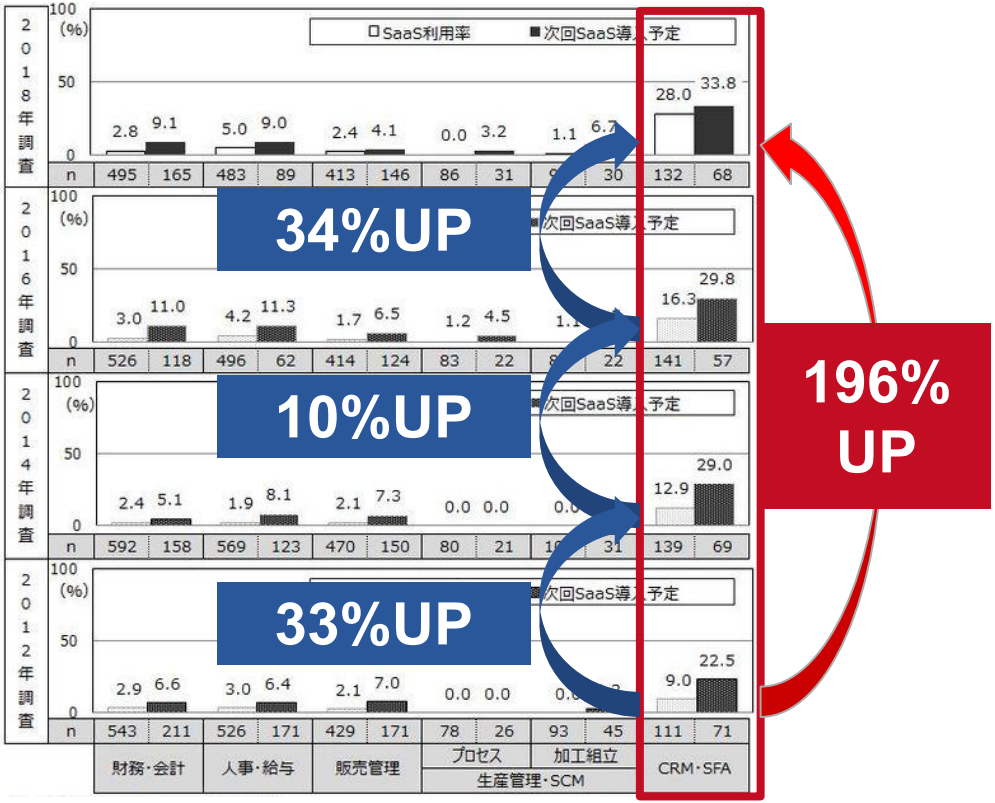
SFA/CRMを導入し、営業力強化に取り組む企業が数年で約2倍に

ちきゅう

数字でもわかる注目度

- 導入率6年間でおよそ2倍
- 2018年時点で61.8%の企業が導入
- 2020年現在コロナの影響もあり
  さらに導入する企業が増えている

2018年　矢野経済研究所調べ



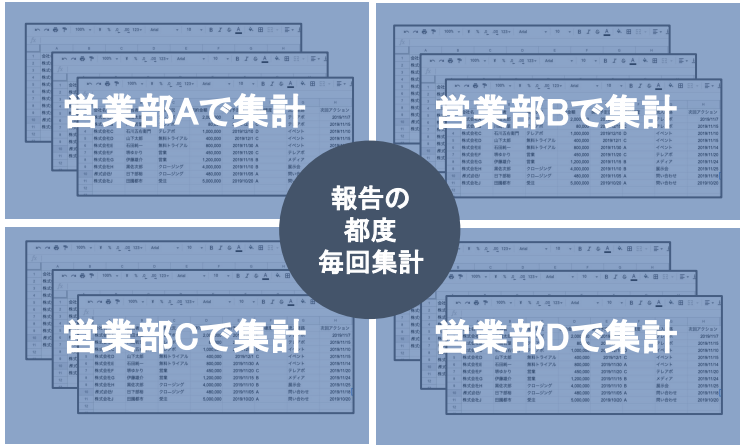
© Geniee, Inc.

お問い合わせはコチラ　TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

SFAを活用すると分析にかかる膨大な作業を削減できる

ちきゅう

エクセル管理の場合



- 膨大なデータの集計に時間がかかりなかなか分析ができない

SFA管理の場合

PCやスマホからすぐに入力

即時に自動集計&状況をリアルタイムに共有

- 取引先情報
- 商談情報
- やりとり履歴の確認
- 日報・週報
- 営業会議資料・グラフ化
- 担当営業のタスク確認

- 案件内容と状況を瞬時に把握できる
- データ集計の作業時間がなくなる

© Geniee, Inc.

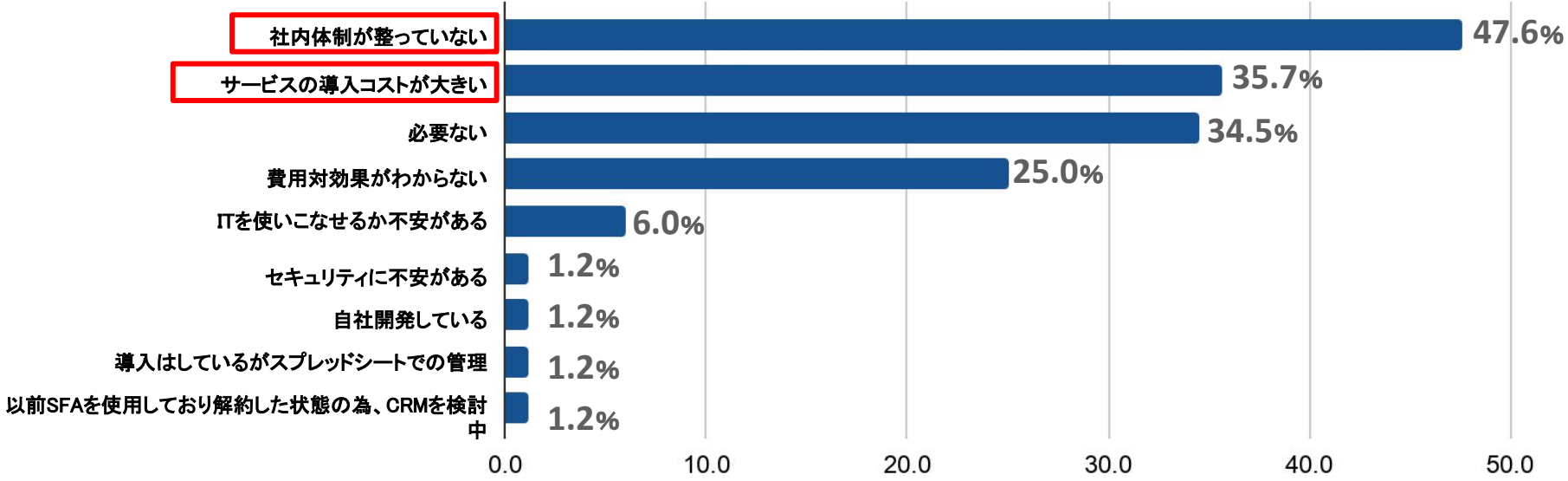
SFAを導入しない・できない企業の悩みとは？

© Geniee, Inc.

なぜSFA/CRMを検討していないのか？

ちきゅう

.SFA/CRMを検討していない理由をお聞かせください。



1位…社内体制が整っていない =使いこなせない

2位…サービスの導入コストが大きい ＝高い

© Geniee, Inc.

そんな悩める企業を支援するために開発されたのが

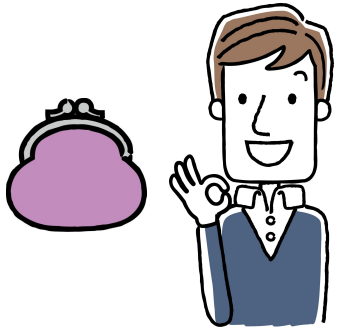
© Geniee, Inc.

じちきゅう

－ 3つの特徴 －

①誰でも簡単に使いこなせる

②リーズナブルな価格



③手厚いサポート

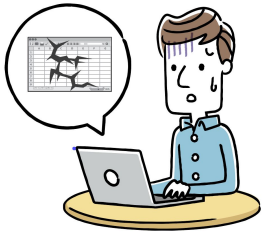
© Geniee, Inc.

「ちきゅう」導入すると営業活動にこんな変化が！

ちきゅう

導入前

関数が壊れて
作業が止まる



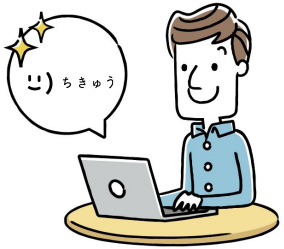
管理方法がバラバラ
欲しい情報が見つからない

集計や分析に時間がかる
案件進捗を把握できない

担当しかわからない事が多い
質のいい顧客対応ができない

導入後

直感的に入力でき
作業効率が大幅UP



統一されたフォーマット
欲しい情報がすぐ見つかる

自動で集計&分析
マネジメントの質がUP

リアルタイムに情報共有
顧客満足度もUP

© Geniee, Inc.

ちきゅう機能説明「顧客情報管理」

ちきゅう

会社ページ

会社情報に紐づけて

- 担当者
- 商談
- タスク
- 活動履歴
- 添付ファイル　を一覧表示。

企業情報、担当者、過去の実績や購買・商談履歴を一覧できるので、顧客の実態を正確かつ効率的に把握できる。

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ　TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

ちきゅう機能説明「商談管理」

ちきゅう

商談ページ

商談フェーズの管理

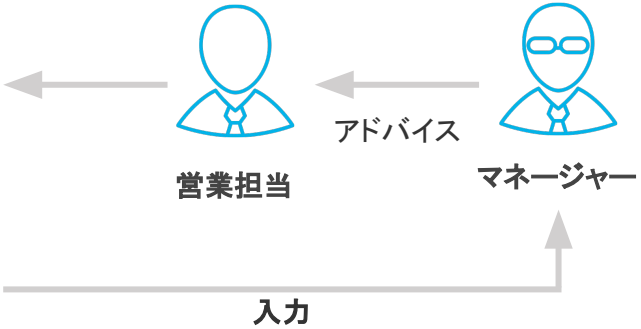
予実の管理

商談の進捗度、受注見込確度、見積もり、売上金額など、商談詳細を一括管理できる。

マネージャーが的確にアドバイスできる。

ちきゅうを導入すると

- ヒアリング項目を標準化
- 商談をフェーズ管理して予実を把握



© Geniee, Inc.

お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール:mkt@geniee.co.jp

ちきゅう機能説明「タスク管理」

ちきゅう

タスク一覧ページ

検討期間が長い顧客に対しても漏れなくアプローチでき、受注の取りこぼしを防ぐことができる

ちきゅうを導入すると

- **タスク管理で一覧が可視化され、取りこぼしの予防が可能**

フォロー電話

ヒアリング

トラブル対応

提案資料作成

見積書類送付

請求書送付

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール:mkt@geniee.co.jp

ちきゅう機能説明「営業の現状を一瞬でグラフ化」

ちきゅう

キャンバス＆レポートで必要なデータを簡単に抽出。会議資料作成の工数を削減します。

キャンバス＆レポートの活用例

結果の確認

予算達成率、金額（部/個人）
- 今月/今年度の実績

プロセスの確認

今月の見込
- 達成するために十分な与件があるか
- 注力すべき商談を把握

異常値を検知

放置商談
- 現状を把握しネクストアクションを明確に

フェーズ落ち商談
- 理由を営業担当へ確認

長期停滞商談
- 継続提案可否を営業担当へ確認

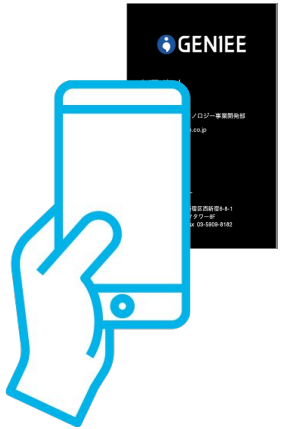
© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

ちきゅう機能説明「名刺管理機能」

ちきゅう

ちきゅうにログイン

名刺スキャンを選択



画面指示に従って
名刺を撮影

見込み客と会社、
担当者ページに自動登録

ちきゅうアプリ（iOS/Android）で名刺をスキャンするだけで、見込顧客や担当者のデータを自動作成でき、営業の入力工数の削減につながります。
また、SFAと名刺管理ツールを別々に導入する場合と比べて、1ユーザあたり約4分の1のコストで利用できます。

© Geniee, Inc.
お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp

ITツール支援実績10,000社以上

営業IT化のノウハウをもつコンサルタントが御社の課題解決を無料でサポート

お問い合わせ先はこちら→ TEL：03-5909-8187 ／ Mail：こちらをクリック

eBookを読みました！とお伝えいただくとスムーズです

© Geniee, Inc.

会社概要

GENIEE

社名	株式会社ジーニー
設立	2010年4月14日
資本金	1,546百万円（2020年9月末日時点）
従業員数	273名（連結、2020年9月末現在）
主要株主	SoftBank / trans cosmos
グループ会社	ビジネスサーチテクノロジ株式会社 Geniee International Pte., Ltd.（シンガポール） Geniee Vietnam Co., Ltd.（ベトナム） PT. Geniee Technology Indonesia（インドネシア） Geniee Adtechnology (Thailand) Co., Ltd.（タイ） PT.Adstars Media Pariwara（インドネシア）
事業内容	■国内No.1 規模を誇るインターネット広告収益最大化プラットフォームの開発・運用・提供 ■広告主・広告代理店のマーケティング支援サービスの提供 ■企業の営業活動を様々な自社開発マーケティングツールを用いた営業支援

2017年12月18日に

東京証券取引所マザーズに上場

テクノロジー企業成長率ランキング

Deloitte. Technology Fast50

第14回 「デロイトトウシュトーマツリミテッド 日本テクノロジーFast50」にて459%の収益（売上高）成長を記録し第4位を受賞（4年連続4回）

© Geniee, Inc.

お問い合わせはコチラ TEL:03-5909-8187 / メール：mkt@geniee.co.jp