

関東鉄工株式会社

70代の営業担当者まで 「ちきゅう」を使いこなし、 業績向上と経営改善を実現

インタビューの全文は
こちらのQRコードから



ITが苦手な営業担当者でもストレスなく入力できるSFAを探していたという関東鉄工株式会社様。20代から70代の社員まで「ちきゅう」を使いこなし、商談状況や受注額が可視化され、経営改善を実現したといます。導入を推進した海外事業部部長の橋本俊哉さんにお話を伺いました。

KANTO

関東鉄工株式会社

[業種] 製造業、販売業

[企業規模] ~50人

[設立] 1984年3月

ロードローラーやタイヤローラーなど、道路機械の製造・組立・販売を行う関東鉄工株式会社。仙台・名古屋・福岡など全国各地域に拠点を持ち、海外輸出も手がける。建設機械のレンタル会社や建設会社などに販売している。

データに基づいた計画や予算組みを実現するために 「ちきゅう」を導入

—— どのような経緯で導入を検討されたのでしょうか？

「ちきゅう」導入前は各営業担当者がエクセルを使用し、独自に顧客・商談管理を行っていたため、プロセスを把握したり共有したりできない状態でした。そこで、SFAツール導入の必要性を感じました。

リアルタイムでの情報把握ができず、報告内容の分量や精度も担当者によってばらつきがありました。そのため、データに基づいた計画や予算組みができていないことに課題を感じていました。

課題

- 1 各自が独自にエクセルで顧客・商談管理を行い、進捗管理の精度が低い
- 2 報告内容の分量や精度にばらつきがあり、マネジメントができない
- 3 社員の平均年齢が高くITアレルギーで、システム化が進まない

解決

- 1 全社員の営業情報を「ちきゅう」へ一元化
- 2 「ちきゅう」を使って統一したフォーマットを作成
- 3 「ちきゅう」活用のための作業マニュアルを作成し、研修を実施

—— さまざまなツールがある中、「ちきゅう」を選ばれたのはなぜですか。

弊社の営業担当者は平均年齢が高く、70代の方もいます。新システムの導入を打診するとどうしても「面倒」「余計な仕事が増える」と感じるITアレルギーな社員が多いです。だから、とにかく現状のエクセル管理よりも楽に感じられ、視覚的に扱いやすいツールを求めています。各社製品の口コミを検索し、コストや機能を比較検討したところ、その中でも“最もシンプルで使いやすいツール”として紹介されていた「ちきゅう」に興味を持ちました。

進捗確認会議が不要に

実際に資料請求やトライアルで試してみると、多くの項目がプルダウン形式で選択でき、記述入力が少ないためITが苦手な60代、70代の営業担当でも使いやすい。データを自在に抽出・グラフ化し報告書に活用できたり、フォーマットを用途に合わせて自由にカスタマイズできることも魅力に感じました。

そして、これだけ充実していて使いやすいのに、他社ツールと比べてもコストが安い事が後押しとなり導入に至りました。

まず定着させるために、アポイントや受注・失注などの商談のプロセスを明確化し、各ステージがどのような条件で次に進むのか、定義を作りました。

定義が曖昧だと入力する人によって情報がバラバラになってしまうため、最初に明確にルール化したことで上手く定着したと思います。

Slackと連携させているので、情報を営業関係者全員で共有することができ、営業ミーティングの時間が情報共有の場所から、どうやって売りを立てるのかを考えるアクションのための場所に変化しました。

効果

- 1 グラフやレポートの作成時間は0になった結果、生産性が向上
- 2 統一フォーマットのおかげで的確なマネジメントが実現し、業績が改善
- 3 優秀な営業担当者のノウハウが共有され、組織営業力が向上

「ちきゅう」を導入し、経営改善に成功

—— SFAツール「ちきゅう」を導入して、効果はありましたか？

エクセル管理ではデータの入力に加えグラフやレポートにまとめる時間がかかっていましたが、「ちきゅう」はプルダウンで項目を入れるだけでとても簡単です。その結果、**グラフやレポートの作成時間は0になり生産性が上がりました。**



また、担当ごとに独自に作っていた属人的な報告書は廃止し、「ちきゅう」のレポート作成機能を活用し営業資料を作成。簡単に報告をあげられる上に、統一されたフォーマットでの情報共有で**的確にマネジメントができるようになり、業績が改善されました。**

日々の営業活動も、地域別、営業員別に受注状況や商談の進捗がリアルタイムで可視化され、**行動傾向や売上・受注精度の高い人の特徴を把握できるようになり、組織営業力が向上しました。**

創業以来、30年の営業経験から生まれた勤で営業活動をしていましたが、「ちきゅう」を導入し、**正確なデータに基づいて計画や予算を立てることで経営改善に成功しました。**

「ちきゅう」導入によって
業務の無駄を25%削減



課題

リアルタイムに情報共有ができず、**進捗管理の精度が低い**



効果

情報一元化で組織営業力が向上し、**経営改善に成功**

営業組織強化、営業支援ツールの無料オンラインセミナーを毎週開催中。詳しくはQRコードよりご確認ください

お申し込み
お問合せ

GENIEE 株式会社ジーニー

〒163-6006 東京都新宿区西新宿 6-8-1
住友不動産新宿オークタワー 6階 <https://geniee.co.jp/>

03-5909-8174

10:00 ~ 19:00(土日祝 休業)
mkt@geniee.co.jp



コクー株式会社

営業マネジメント強化し、チームを変革。

導入9カ月で業務工数40%削減、

商談数2.5倍に

インタビューの全文は
こちらのQRコードから



エクセルで営業管理を行うも、正確な情報が困難で、マネジメントに課題を抱えていたコクー株式会社様。「ちきゅう」導入で営業プロセスが可視化され、質の高い営業戦略が立てられるようになったといいます。導入・運用を成功させたデジタルマーケティング事業部コンサルタントの佐藤歩さんにお話を伺いました。



コクー株式会社

[業種] サービス業 人材業

[企業規模] 51~300人

[設立] 2019年2月

コクー株式会社は、「人材」と「デジタル」の2つの領域を掛け合わせた人材派遣サービスを行っている。企業のニーズに合わせて ITインフラ事業、EXCEL女子事業、デジタルマーケティング事業、REALVOICE 事業の4つのサービスを提供。

エクセル管理のタイムラグが 社内にストレスを生み出していた

—— どのような経緯で導入を検討されたのでしょうか？

2018年に、新規の事業部として立ち上がったデジタルマーケティング事業部で「ちきゅう」を導入しました。

それ以前は、すべての事業部がエクセルで商談管理をしていました。

本社にあるマスタファイルを更新して管理していたのですが、いちいち帰社したり会社用VPNに接続したりして入力・更新せねばならず、非効率なうえに情報共有のラグが発生していました。正確な営業情報が把握できないため、管理職は戦略的な

課題

- 1 エクセルでの案件管理するも、非効率かつ情報にタイムラグが発生
- 2 情報共有が困難で、マネジメントが現場の情報を即座に把握できない
- 3 適切な営業マネジメントができず、組織力強化と売上向上が困難

解決

- 1 「ちきゅう」アプリの活用で、いつでもどこでも営業情報の入力を可能に
- 2 「ちきゅう」をSlackと連携させ、情報をマネジメントから現場までリアルタイムで共有
- 3 ルールに基づいて案件管理を行い、全案件の予実を正確に把握

マネジメントができず、成果を出せる仕組みを作ることが困難でした。

そこで、価格が安く、かつ使いやすいと聞いた「ちきゅう」導入を検討し始めました。まずは、新設したデジタルマーケティング事業部でトライアルしてみました。

—— さまざまなツールがある中、「ちきゅう」を選ばれたのはなぜですか。

実際にマーケティング事業部で使って見たところ、運用コストパフォーマンスが良く、業務効率化と埋もれていた商談の掘り起こしが簡単に行えることが実感できたからです。

事業部内でもきちんと定着していたので、少し経ってから他の事業部にも導入し、全社で活用することになりました。

成功の秘訣は、商談定義と普段使っているツールとの連携

—— 「ちきゅう」をどのように活用していますか？

まず定着させるために、アポイントや受注・失注などの商談のプロセスを明確化し、各ステージがどのような条件で次に進むのか、定義を作りました。

定義が曖昧だと入力する人によって情報がバラバラになってしまうため、最初に明確にルール化したことで上手く定着したと思います。ルールを周知したうえで、当日入力を徹底しました。エクセルでの入力作業はすべて「ちきゅう」に置き換え、二重入力の状況など現場の負担が増えないようにしました。

「ちきゅう」はスマホのアプリからでも情報の閲覧・更新ができるので、かなり入力が楽になりました。さらに、Slack と連携させたことで、マネジメントから現場まで、情報をリアルタイムで共有できるようになりました。

効果

- 1 情報共有を効率化し、業務工数を約40%削減
- 2 データに基づく営業マネジメントが可能になり、会社全体の営業力が向上
- 3 顧客のニーズ取りこぼしが減り、商談数が2.5倍にアップ

データに基づく営業戦略を立て、活動できるように。強い営業組織へと生まれ変わった

—— 実際に「ちきゅう」を導入して、変化はありましたか？

「ちきゅう」を導入したことで荷電件数や受注率、歩留まり等を可視化できるようになりました。



今まで営業日報や会議で把握していた営業の行動や数値を、リアルタイムで把握できるようになったことで営業のあり方が変わりました。会議の質が変わり、建設的な議論ができるようになったと感じています。インサイドセールスから受注までのフェーズを細かく分析できるので、マネジメント層が戦略的な営業計画や指示を出せるようになりました。

根拠のある戦略に基づいて、無駄なくかつ受注に向けた営業活動ができるようになり、導入9カ月で業務工数を40%削減し、商談数は2.5倍に増えました。

実際に入力を行う営業担当者が「楽になった」「分かりやすくなった」と感じてもらえるように運用開始時に設計し、現場に理解してもらうことで、成果は必ず出せると思います。

「ちきゅう」導入によって
導入9カ月で業務工数40%削減、
商談数は2.5倍に



課題

営業活動が可視化できず、適切なマネジメントができない



効果

業務効率化と商談数増を同時に実現し、ROIが向上

営業組織強化、営業支援ツールの無料オンラインセミナーを毎週開催中。詳しくはQRコードよりご確認ください

お申し込み
お問合せ

 GENIEE 株式会社ジーニー

〒163-6006 東京都新宿区西新宿 6-8-1
住友不動産新宿オークタワー 6階 <https://geniee.co.jp/>

03-5909-8174

10:00 ~ 19:00(土日祝 休業)
mkt@geniee.co.jp



株式会社 kazenawa

導入後、売上が200%向上 さらに帳票の照合作業が不要に

インタビューの全文は
こちらのQRコードから



大手SFAの導入を断念した経験から、全社員が能動的に「使える」SFAを探していたという株式会社 kazenawa様。案件を可視化し情報共有ができるようになったことで、業務改善と売上200%向上を実現。導入当時の「ちきゅう」担当、人事総務チーム兼営業アシスタントの門馬愛子さんにお話を伺いました。



株式会社 kazenawa

[業種] サービス業

[企業規模] 11～50人

[設立] 2009年2月

企業のSNS企画・運用やHP制作など Webマーケティング・制作事業を手がける株式会社 kazenawa。ITコンサルティング、ソーシャルメディアマーケティング、スマートデバイスマーケティング、グラフィック・Webデザインと幅広い事業を展開。最先端のICT技術を用いたマーケティングや、事業推進・開発を得意としている。

請求管理の業務改善とリアルタイムでの 売上予測実現を目的として「ちきゅう」を導入

—— どのような経緯で導入を検討されたのでしょうか？

「ちきゅう」導入以前は、営業担当者が独自に作成したエクセルやメモで案件管理を行っており、情報共有ができず、営業活動が可視化されていない状況でした。案件が可視化されていないことで、見積もりや請求額を都度担当者に照合する業務が発生し、工数がかかるうえに帳票の作成時に抜け漏れが発生することもありました。そこで、SFA ツール導入の必要性を感じました。

案件自体を把握できないため、経営陣がリアルタイムに具体的な売上予測を立てるこ

課題

- 1 各自が独自にエクセルやメモで案件管理を行い、情報集約が困難
- 2 照合業務が煩雑になった結果、帳票作成時に抜け漏れが発生
- 3 営業活動が可視化されないため、リアルタイムに売上予測を立てることができず、マネジメントができない

解決

- 1 全案件情報を「ちきゅう」へ一元化
- 2 「ちきゅう」の案件管理と連動して帳票作成し、作業を自動化
- 3 商談の進捗確認をリアルタイムで行い、長期停滞商談の掘り起こしを実施

とができず、正確な数字が発覚するのは月末になっていたため、適切なマネジメントができていないことにも課題を感じていました。

—— さまざまなツールがある中、「ちきゅう」を選ばれたのはなぜですか。

以前、大手の SFA ツールの導入を検討したのですが、設定方法やグラフ・レポート作成方法が難解で導入を断念していました。マニュアルを読んだりチャットで質問したりしても理解できず、試用段階で停止を判断しました。そのため、新たに導入する SFA ツールには全社員が能動的に使える「使いやすさ」「見やすさ」を求めています。

「ちきゅう」はスクロールやドラッグでの直感的な操作性と、ガジェットがカスタムしやすい点、システム全体のシンプルで見やすいデザインが決め手でした。新しいツールの導入に抵抗感がある社員でも、1つ1つの作業がしやすいと感じました。価格的にもお手頃だったため、特に他社のツールとは比較しませんでした。

「ちきゅうがすべて」を合言葉に、商談・売上・請求情報を徹底して「ちきゅう」へ一元化

—— 「ちきゅう」をどのように活用していますか？

導入検討時は代表と営業 1 人、私の 3 名で 2 週間ほど運用、大まかなルールを策定し全社員に説明会を実施しました。説明会では実際に登録画面を見せ、不明な点は Chatwork で随時質問を受け付け、「ちきゅう」の情報が売上成績や金銭に関わることだと理解してもらえよう伝え続けました。



勤怠管理をしているチームスピリットと連携しており、勤務時間と「ちきゅう」の商談を紐づけ、受注に至った活動量や費用対効果を測るという使い方もしています。営業部はもちろん、経理や営業アシスタントを担当する私も利用しています。

効果

- 1 営業情報可視化によって、事業部間の連携が可能に
- 2 2日間かかっていた帳票作成時の照合作業が不要になった結果、生産性が向上
- 3 案件をリアルタイムで把握し、放置商談のアクションをマネジメントできるようになったことで、売上が200%向上

2日がかりの帳票照合作業を不要に。さらに売上200%向上も実現

—— SFA ツール「ちきゅう」を導入して、効果はありましたか？

今までの請求管理方法では帳票漏れを防ぐために担当者に個別に確認を取る必要があり、2日がかりで照合作業を行っていましたが、「ちきゅう」に情報を一元化した結果、照合作業を行うフロー自体が不要になりました。**商談情報から帳票連携することで帳票漏れのリスクがなく、生産性も上がった**と実感しています。

商談管理や営業活動に関しては、営業担当者だけでなく全員が商談状況を把握出来る事により、商談の進捗確認が明確になりました。ガジェットの活用により達成率などの数値も分かりやすいです。長期停滞商談の確認漏れがなくなり、**失注リスクも防いでいる**と思います。

売上予測はグラフやレポート機能を活用して 3 カ月先まで把握し、週に 1 回朝礼で確認するようにしています。**案件をリアルタイムで把握し、放置商談のアクションをマネジメントできるようになり、売上も 200% 上がりました。**また、担当者以外も案件が見えるので案件のサポートがしやすかったり、事業部間での連携が生まれたり社内全体での生産性が向上し、「ちきゅう」に本当に感謝しています。

「ちきゅう」導入によって 売上200%向上



情報共有ができず業務効率が悪いうえ、マネジメントもできない



情報一元化により注力顧客が可視化され、売上向上が実現

営業組織強化、営業支援ツールの無料オンラインセミナーを毎週開催中。詳しくはQRコードよりご確認ください

お申し込み
お問合せ

GENIEE 株式会社ジーニー

〒163-6006 東京都新宿区西新宿 6-8-1
住友不動産新宿オークタワー 6 階 <https://geniee.co.jp/>

03-5909-8174

10:00 ~ 19:00(土日祝 休業)
mkt@geniee.co.jp

