

SFA定着化シリーズ

教えます！営業以外を巻き込んだSFAの使い方

2023年1月20日

NECソリューションイノベータ株式会社

本ウェビナー概要と対象者

◆ ウェビナー概要

- 「営業支援システム」は、営業部門だけが利用するシステムと考えていませんか。
- SFAは会社の営業活動に関わる部門も利用することで、システム価値が高められます。
- しかし、営業部門以外とどんな情報を共有すれば良いのか使い方が分からない。営業部門以外がSFAを利用するメリットが分からないと言った企業様の方が多いと思います。
- 本日は、営業活動に関わる部門を巻き込んだSFAの使い方をご紹介します。

◆ 対象者

- 自社のSFA利用状況を知りたい方
- 利用状況を可視化するためのコツを知りたい方
- 可視化した情報における考察のやり方を知りたい方
- SFAを導入したばかりの企業のシステム管理者様

**営業部門以外が
SFAを活用するメリットと
その使い方を理解する**

アジェンダ

- 1 SFAの利用者は誰か
- 2 営業部門以外とSFAを利用する使い方
- 3 SFA活用に必要なこと
- 4 まとめ
- 5 Salesforce活用支援サービスのご紹介

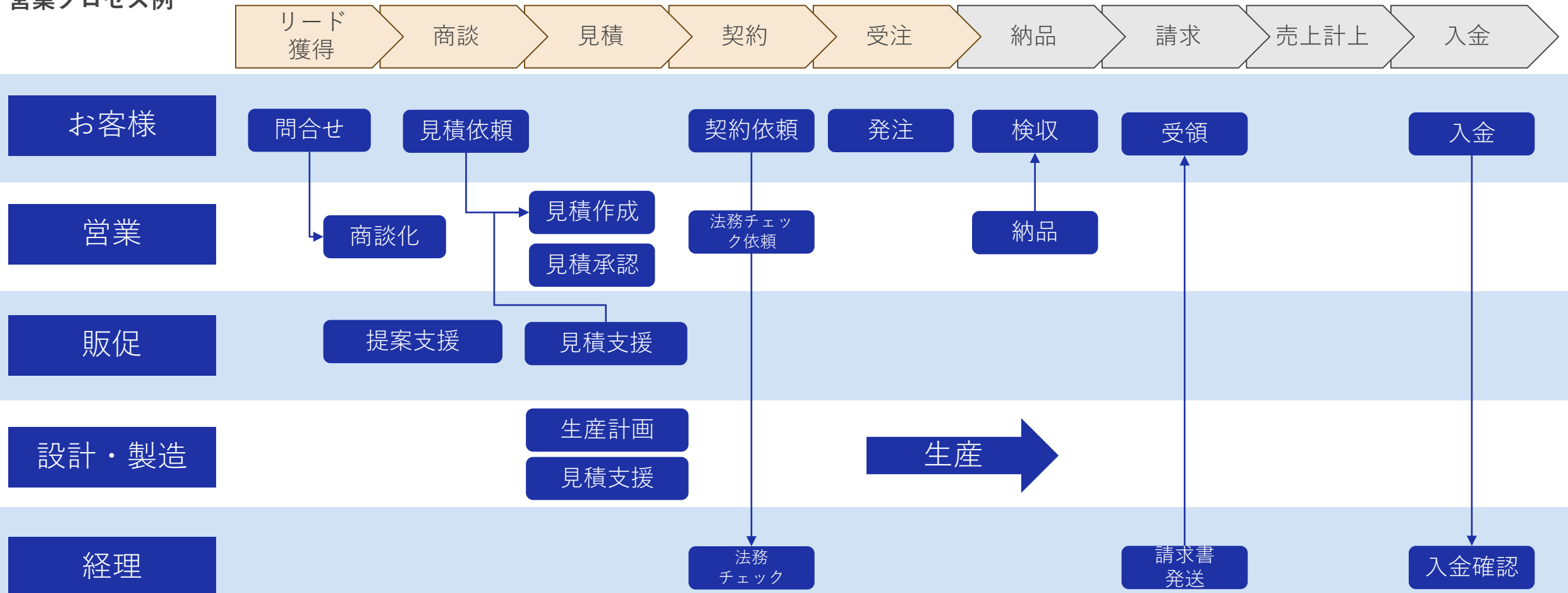
1. SFAの利用者は誰か

SFAは営業部門だけが使うシステムではない

SFA利用

商談発生～受注までの営業活動では多くの部門が関わります。これらの部門がSFAを利用することで更にシステムの価値を高めることができます。

営業プロセス例



- ①情報共有
- ②データ利活用

メリット 1：情報共有

- ◆ タイムリーな商談の進行状況の共有により、情報共有スピードを短縮できる
- ◆ 関連部門の観点でもSFAデータをメンテすることで、受注確度を営業以外の部門からもチェックし、精度の高い受注確度の把握や早期リスク対応を行い、効率的・効果的な営業活動が行える
- ◆ 営業情報の資産価値が高まり、SFAの利用価値が浸透する

メリット 2：データ利活用

◆ SFAデータの分析

■ 営業部門以外からの商談機会の創出（クロスセル/アップセル）

- 例) 製品/商品ごとの取引傾向分析
- 例) 製品/商品ごとの受注/失注要因分析

◆ 顧客を起点とした情報基盤・業務プラットフォームの実現

■ SFAデータを他業務で利用したり、他システムと連携して、業務とシステムを同一PFで実現

- 例) 商談情報を入力すると、見積書の作成に必要な入力項目がほぼ完了

■ SFA領域だけの部分最適化から業務全体のプロセス最適化

- 例) SFA以外の業務アプリケーションを移植

2. 営業部門以外とSFAを利用する使い方

情報共有編

事例 1：商談進捗状況の共有

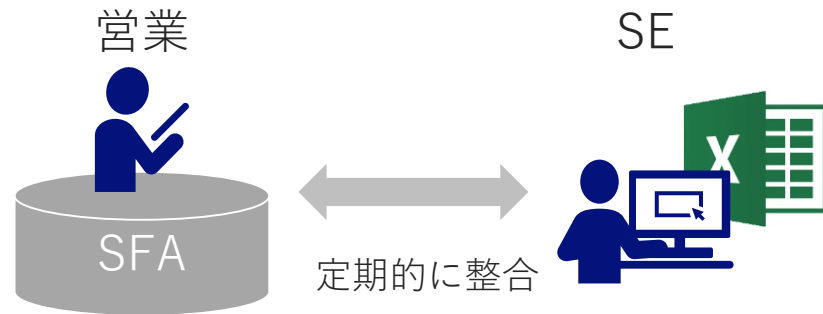
※SE：システム導入・運用を行うデリバリ部門のこと

商談の進捗共有から課題解決型の会議スタイルへ変革

目的

- 部門を越えた商談情報のリアルタイムでの共有
- ペーパーレス化、会議資料作成時間の削減（レポートとダッシュボードを利用）

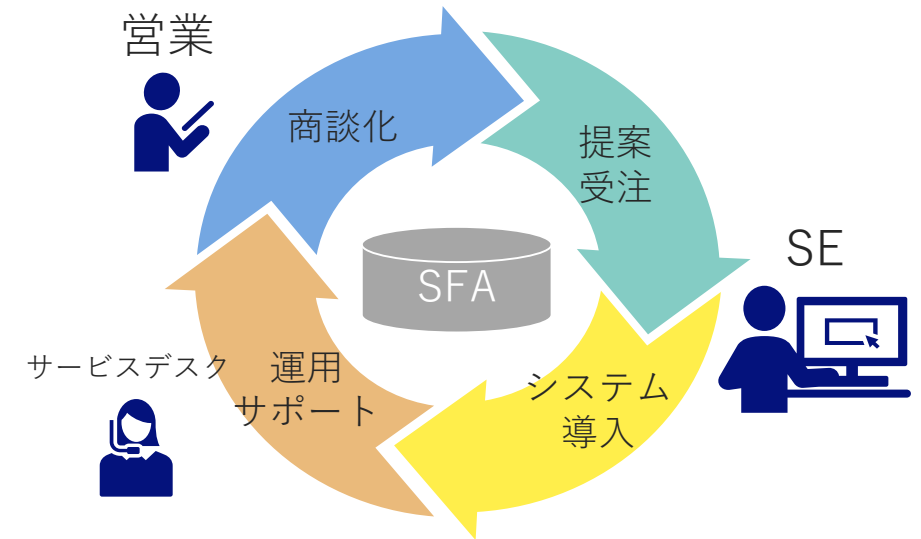
Before



課題

- 案件情報が散在し、整合に時間がかかる
- SEが最新状況を把握できないことで受注確度の精度が低い

After



効果

- 情報一元化により、管理効率化・精度向上
- 営業／SEが双方向でリアルタイムで商談状況を共有

事例 2：リード情報の共有

マーケティング施策の商談化率・受注率の効果を数値化することで、施策の効果測定と改善が可能

目的

- マーケティング部門から営業部門への案件引継ぎからクロージングまでの過程を管理
- リードを共同管理し、ナーチャリングを実施（レポートとダッシュボードで状況を可視化）

Before

マーケティング



営業



課題

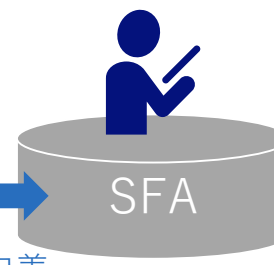
- マーケティング施策の受注効果が分からない
- ナーチャリングを注力すべきリード選定が曖昧
- リードはSFAへ連携しているが、運用が定着していなかった

After

マーケティング



営業



リード連携
引継ぎ条件を定義
マーケ施策と商談を紐づけ
(運用ルールの再定義)

効果

- 効果のある施策の数値データで確認
- 両部門で同じ目標データを見て、活動に落とし込む

事例 3：営業活動情報の共有

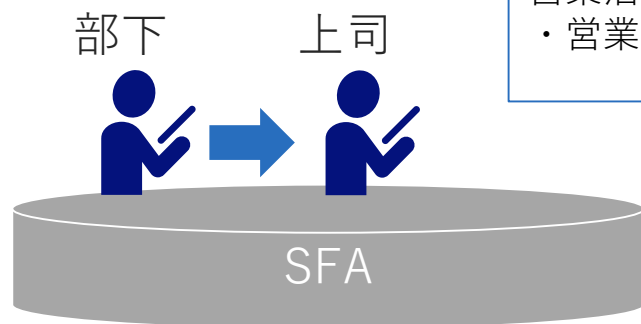
※SE：システム導入・運用を行うデリバリ部門のこと

活動報告の重要性に対する意識付けと報告内容の質の向上

目的

- SE部門から営業活動の見える化
- 営業-SE間のコミュニケーション活性化

Before

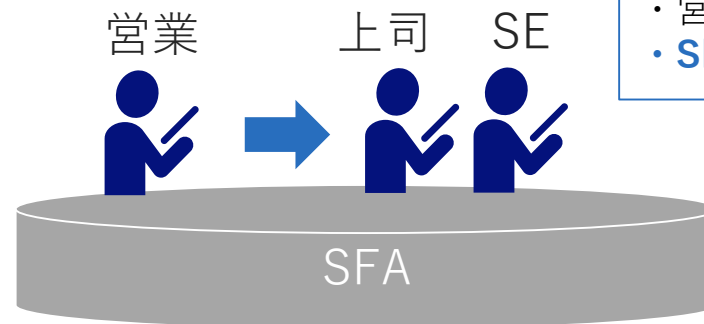


営業活動の報告先
・営業部内の上司/メンバ

課題

- SE部門は最新活動状況を定例会で確認（スピードが遅い）
- 営業-SE間のコミュニケーション情報がSFA上に残らない

After



営業活動の報告先
・営業部内の上司/メンバ
・SE部門（上位層～担当）

効果

- SE部門の幹部層までを対象としたタイムリーな情報共有
- 幹部層からのコメントによるモチベーション向上
- 要点を絞った簡潔な報告

事例 4：顧客との情報共有

※SE：システム導入・運用を行うデリバリ部門のこと

「お客様-営業-SE」がデジタルでつながることでお客様に特別感を演出し、更なる顧客接点を強化

目的

- お客様との頻繁なやり取りを効率化、大切な情報の見落とし防止、検索性の向上
- 情報提供の精度を向上させて、お客様ともタイムリーな情報共有

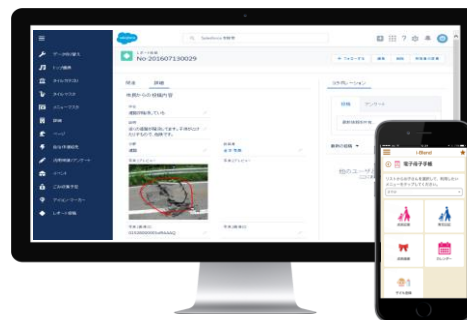
営業部門

SE部門

お客様

SFA

顧客ポータル



商談、営業活動、コミュニケーション情報

契約、商材、イベント、提案などの情報

事例 5：SE部門も案件管理

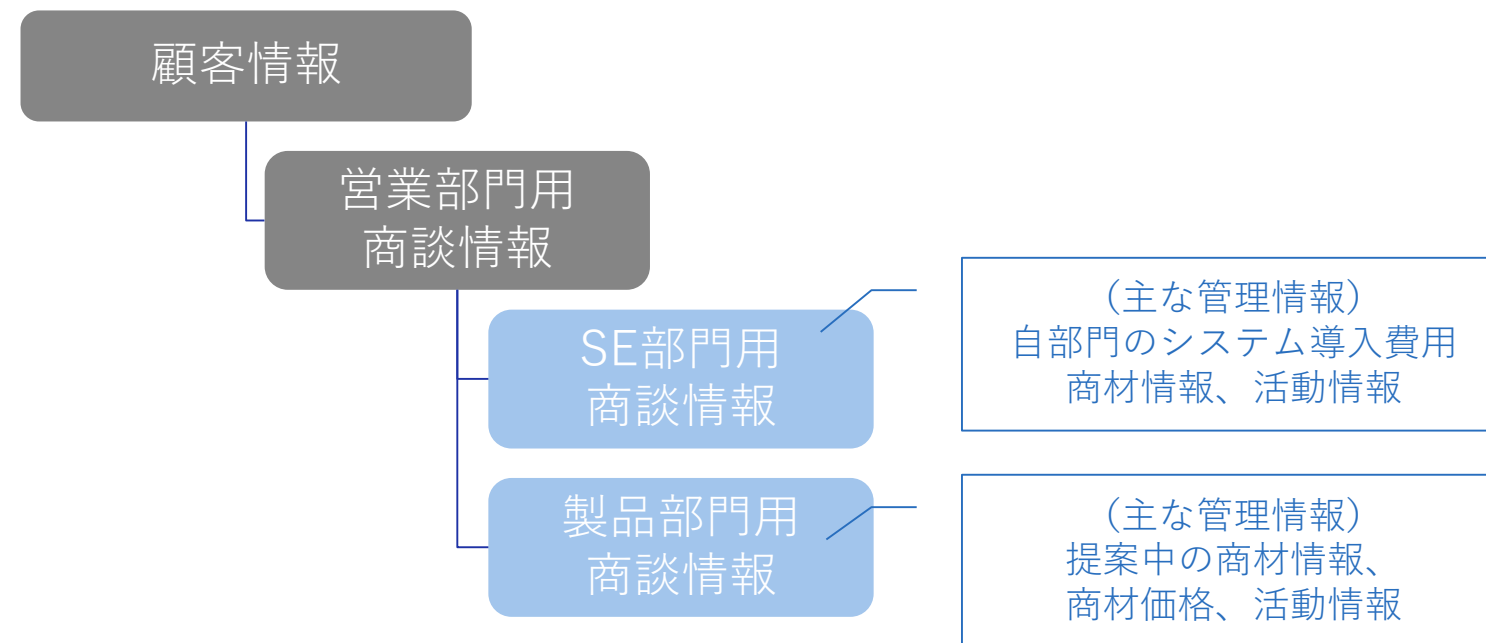
※SE：システム導入・運用を行うデリバリ部門のこと

部門を超えたSFA活用によるチームセリングと分析を見据えたデータ管理の実現

目的

- 営業部門以外の視点で商談情報を補填し、データ品質を強化
- 営業/SE/製品部門で商談進捗と活動状況をタイムリーに共有

■データ管理イメージ



(システム観点の工夫)

- SE/製品用の商談情報は別テーブルで管理
- 顧客単位で商談数は変えないことで、分析をし易くする (データの正確性を維持)
- 営業が管理している情報はSE/製品側では引用することで入力の手間を軽減

2. 営業部門以外とSFAを利用する使い方

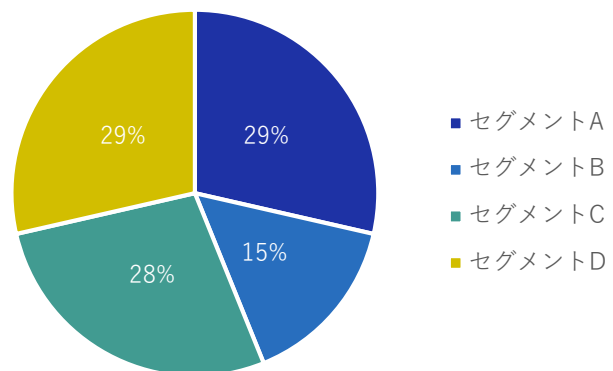
データ利活用編

事例 6：取引状況の分析

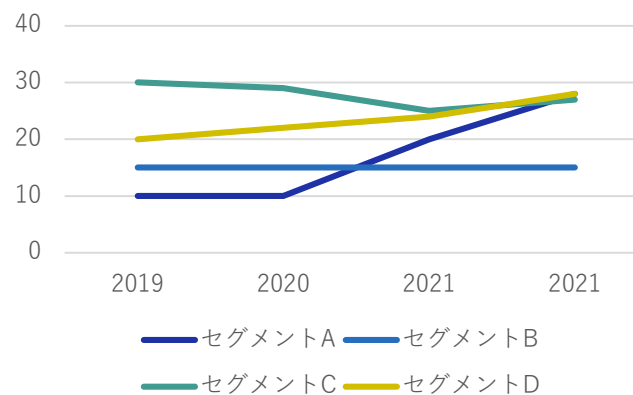
※前提条件
「顧客情報－商談－商材」の関連付け

※グラフ例

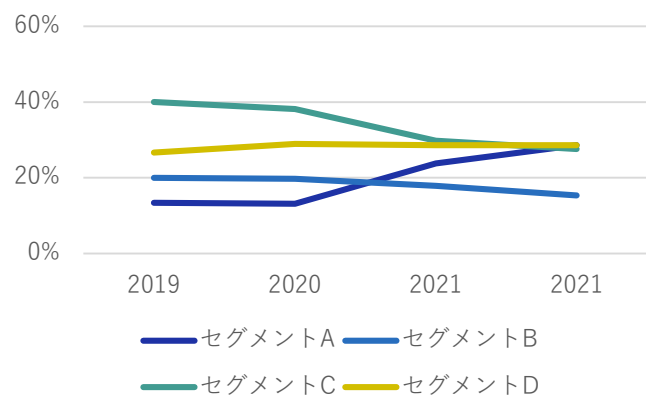
2021年度売上分布



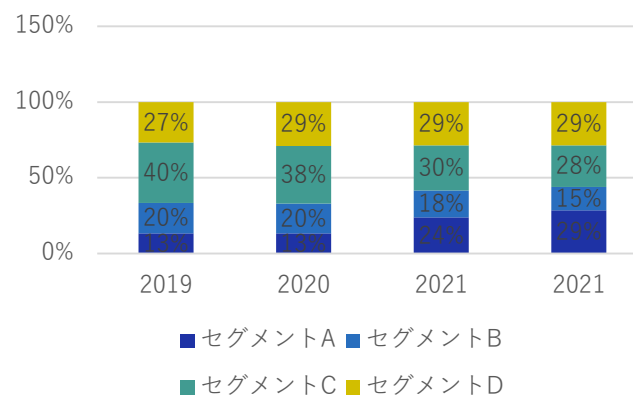
セグメント別売上の推移



セグメント別売上割合の推移



セグメント別売上割合の推移



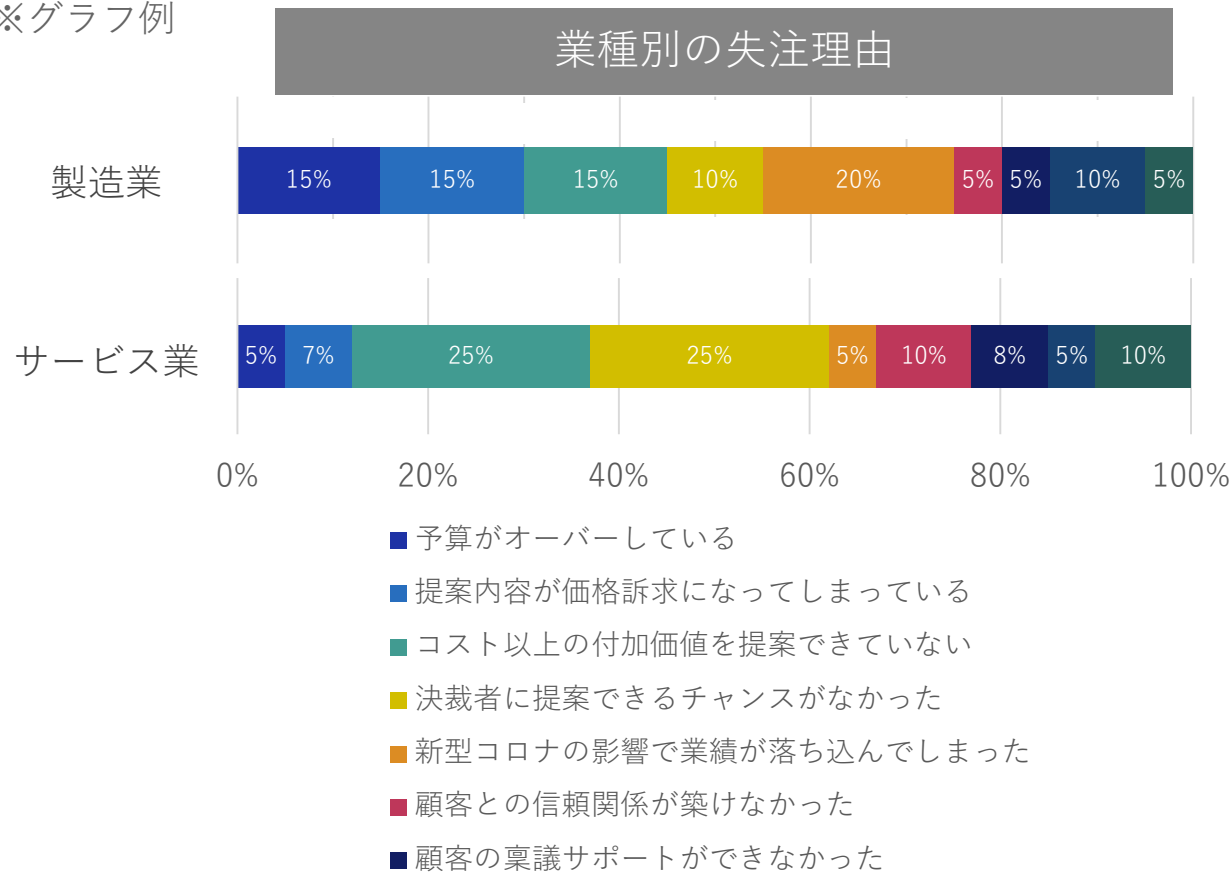
- 分析目的
 - ・ 受注額の向上
- 分析パターン例
 - ・ 年商レンジ別の受注額
 - ・ 業種別の受注額
 - ・ 商材別の受注額
- 分析に必要な管理項目
 - ・ 顧客情報に年商レンジ、業種を管理
- 分析結果の活用
 - ・ 注力すべき顧客セグメントの特定に活用

事例 7：受注失注理由の分析

※前提条件

「顧客情報－商談－商材」の関連付け

※グラフ例



(注意事項)

- 受注失注理由は、営業員による報告となります。必ずしも本当の理由が登録されるとは限らないこともあります。
- 受注失注理由の単体分析ではなく、営業活動情報も考慮し、複合的に分析すると良いです。

■ 分析目的

- 受注額の向上 (①)
- 受注率の向上 (②)

■ 分析パターン例

- 業種別の受注失注傾向
- 年商レンジ別の受注失注傾向
- 競合別の受注失注傾向
- 顧客接点回数

■ 分析に必要な管理項目

- 受注失注理由
- 競合情報
- 営業活動情報

■ 分析結果の活用

- 勝ち/負けパターンの特定 (①②)
- 営業プロセスに勝ちパターン行動を反映 (①②)

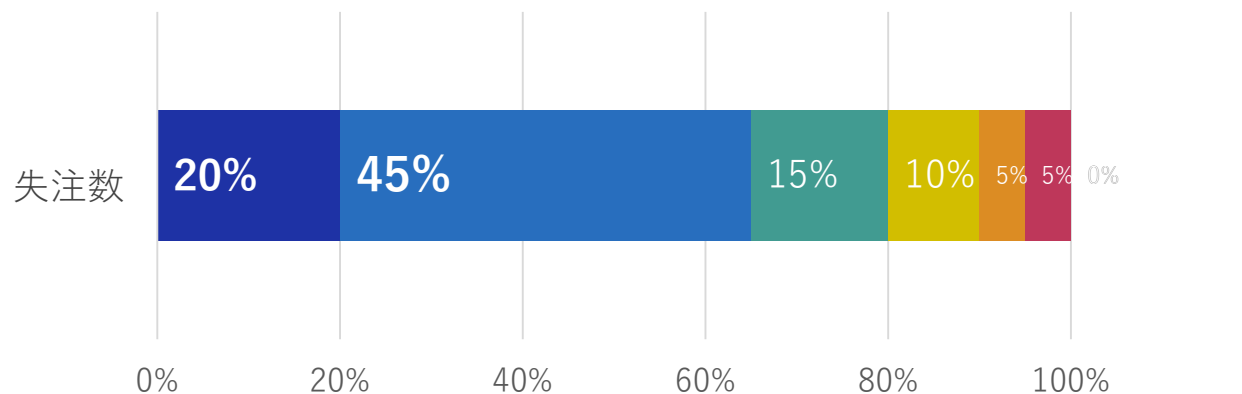
事例 8：失注フェーズの分析

※前提条件

「顧客情報－商談－商材」の関連付け

※グラフ例

商談フェーズ別の失注率（100%積上げ）

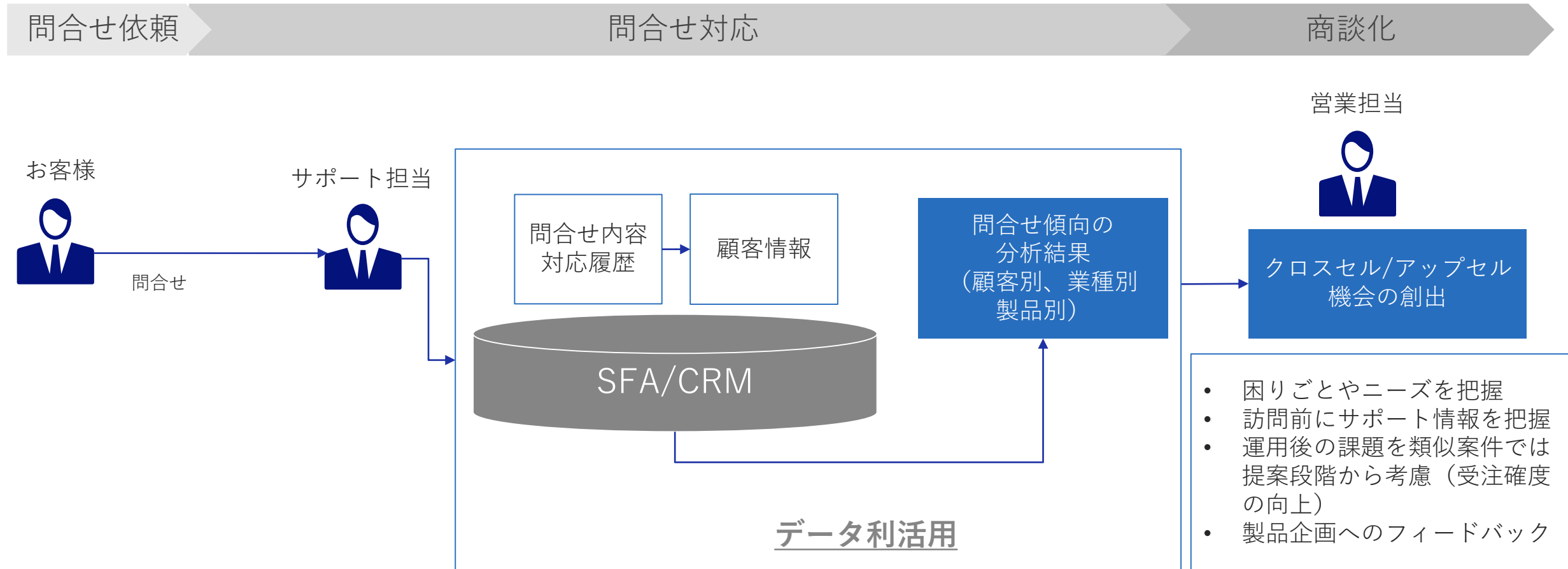


- **フェーズ 1 商談の見極め**
- **フェーズ 2 顧客課題の把握**
- フェーズ 3 実現策の提案と同意
- フェーズ 4 キーマン・決裁者との提案内容の合意
- フェーズ 5 価格とスケジュールの合意
- フェーズ 6 稟議決裁の完了
- フェーズ 7 契約手続きの対応
- フェーズ 8 受注

- 分析目的
 - ・ 受注率の向上
- 分析パターン例
 - ・ 失注前の商談フェーズ分析
- 分析に必要な管理項目
 - ・ 失注商談の情報
 - ・ 商材、業種、年商レンジ
 - ・ 失注前のフェーズ情報
- 分析結果の活用
 - ・ 失注前フェーズを把握し、次フェーズに進めずに失注となる傾向を把握
 - ・ 受注ネックとなるフェーズ対策に活用

事例 9：サポート対応情報から商談創出

問合せ/対応履歴情報を顧客情報と紐付けた管理を行い、蓄積データの分析結果から顧客ニーズを捉える。
受身型サポートから能動型サポートにより、営業部門との連携を強化



3. SFA活用に必要なこと

必要なことは

SFAの定着化

なぜ定着化が必要なのか

共有するデータ 分析するデータ

これらのデータは、日頃から適切に利用することでSFAに蓄積されます。
データの質と量が伴うことで利用者へ多くのメリットを生み出してくれます。

定着化のポイント

[定着化動画を公開中！](#)

1. 導入目的

- SFA導入目的を明確にし、利用者全員で共有
- 全員で目的達成に向けて進む意識変革
- 導入目的が不明確、共有されていない中では導入効果が発揮しづらい

2.体制

- 推進部門だけでなく、経営層、利用部門、システム部門を含めることで推進力を強化することが大切

3.入力ルール

- 入力ルールを定義し、データ内容の属人性を排除
- 使い方だけの操作マニュアルでは分析に使えるデータは蓄積できない

4.マネジメント層の活用

- SFAデータをマネジメント層が活用しなければ、担当者は利用頻度は低下
- SFAシステム利用の習慣づけるには営業業務プロセスにSFAを組込む

(参考) 導入目的の設定ポイント

営業部門以外でも
導入効果のあるテーマ

SFA導入の最大メリットは営業活動の「**可視化**」「**標準化**」「**効率化**」の3点となります。導入・活用することで、営業・関連部門の業務改善した姿をイメージして導入目的を整理する。

(導入目的の例)

導入目的

実現したいこと

売上拡大

営業活動の可視化

最適な営業戦略の立案
(注力案件の見極め)

営業プロセス上の課題発見
(つまづきポイント、失注要因の特定)

イレギュラー商談の早期発見
(停滞・問題発生商談の発見)

SFAデータの利活用
(データドリブンな営業スタイル)

正確な数値でレポート作成
(報告資料作成の簡易化)

スムーズな引継ぎ
(引継ぎ工数削減)

営業活動の標準化

情報資産の流出防止
(退職・異動に伴う情報損失を無くす)

ナレッジを蓄積/活用
(勝ちパターンの把握/SFAが教科書)

育成コストの削減
(新人・中途の早期立ち上げ)

属人性の排除
(情報の集中管理・ヒト依存の脱却)

営業活動の効率化

日報・週報の廃止/自動化
(2重管理の防止)

外出先・隙間時間の活用
(働き方改革)

上司との密なコミュニケーション
(チームセリング)

顧客接点時間を増やす
(間接作業の削減、無駄な時間を排除)

報告のための資料作成を廃止
(営業情報の二次活用)

4. まとめ

まとめ

営業部門以外がSFAを使うメリットと活用例は以下となります。

1 情報共有

- リード : マーケティング施策の商談化率・受注率の効果を数値化し、施策の効果測定が可能
- 商談 : 課題解決型の会議スタイルへ変革
- 営業活動 : 活動報告の重要性に対する意識付けと報告内容の質の向上
- 営業部門以外にも案件管理を活用することで、チームセリングと分析を見据えたデータ管理の実現

2 データ利活用

- SFAデータ分析：取引傾向の分析、受注失注理由の分析、失注フェーズの分析
- サポート対応情報を分析し、顧客ニーズを捉える。サポートと営業部門と連携を同一システム内で実現

5. Salesforce活用支援サービスのご紹介

お客様の困りごとは当社のサービスが解決します！

NEC Salesforce活用支援サービス

SFAの定着化が上手くいかない
お客様向け

定着化推進担当者向け

Salesforce定着化支援サービス

- 成熟度診断
- 定着化導入支援
- 定着化モニタリング
- 定着化アドバイザー

導入効果を最大限に実感できる弊社の
活用ノウハウをご提供します。

運用保守を他に任せたい
お客様向け

システム担当者向け

Salesforce運用支援サービス (運用保守代行)

- ノーコード開発(項目追加/画面修正など)
- レポート&ダッシュボード作成
- バージョンアップ影響調査/検証
- ユーザ管理/権限管理
- ドキュメント管理(設計書/マニュアル)

お客様に代わり、システム運用・業務運
用を行います。

Salesforceのことを詳しく
教えてほしいお客様向け

システム担当者向け

Salesforce運用支援サービス (ヘルプデスク)

- 問合せ対応
 - 製品仕様
 - エラー調査・回避策の提示
 - システム設定方法
 - 現場要望に対するシステム改善案の提示
- 管理者向け教育
 - 個別アプリ/機能の操作、機能紹介など

Salesforce設定方法、仕様、使い方を
お問合せできます。

お問い合わせ先

お問い合わせ相談窓口

NECソリューションイノベータ株式会社
Salesforce お問い合わせ窓口

E-Mail: sfdc-coe@nes.jp.nec.com

[お問い合わせフォーム](#)



Salesforce関連情報の掲載先

NECソリューションイノベータ Salesforce特設サイト

<https://www.nec-solutioninnovators.co.jp/ss/salesforce/>

いつかを、 いまに、 変えていく。

すべては、いつか実現したい未来を描くことから始まる。

NECソリューションイノベータは、
お客様価値を最大化するシステムインテグレータとして、
まだ見ぬサービスを生み出すバリュー・プロバイダとして、
めざす未来をともに描き、創っていきたい。

いつかを、いまに、変えていく。

私たちは常に挑戦していきます。



Orchestrating a brighter world

NECは、安全・安心・公平・効率という社会価値を創造し、
誰もが人間性を十分に発揮できる持続可能な社会の実現を目指します。

\Orchestrating a brighter world

NEC