

定着化が進まないよくある課題の解決シリーズ

Vol.4 やった気になってませんか？ 定量化による施策効果の測定法とは？

2022年1月26日

NECソリューションイノベータ株式会社

ウェビナーシリーズ概要と対象者

- ◆ SFAシステムを導入だけで終わらせず、導入目的の達成に向けた定着化ポイントについて、より知識を深めて頂くで、これからのSFA活用促進やシステム提供価値の向上に役立てて頂ける内容となっています。

- ◆ 対象者

- 営業部門のリーダ、SFAシステムで営業管理をされる方および利用者
- SFAシステム利用の推進担当

本セミナーで扱う課題は定着化の初期段階において、
各社で共通して発生する課題の中で、特に発生頻度の高い課題を中心に取り上げております。

毎月開催！「定着化が進まないよくある課題の解決シリーズ」

当社の社内外におけるSFA定着化経験をもとに、定着化が進まないよくある課題のご紹介から、課題解決に向けた施策実行ポイントを全4回のシリーズで2021年6～9月に実施した改定版となります。

Vol.1

定着化 課題編

はじめよう！営業業務で使える
データの最初の一步

使えるデータを蓄積するにはどのような課題が発生し、その原因や対処などについて、皆さまのヒントとなるアイデアをご紹介します。

Vol.2

定着化 課題編

マネジメントの活用が営業担当に
SFAを使ってもらう近道

SFAが徐々に使われなくなる原因がどこにあるのか、そして、SFAを一番使うべき人は誰であり、どのように使うことで効果を発揮するのかを当社がこれまで対応してきた事例を交えてご紹介します。

Vol.3

定着化 課題編

失敗事例から学ぶ！定着化の推進
体制でおさえたいポイント

定着化推進がうまくいかない場合のよくある失敗と対策に加えて、当社が取り組んでいる事例などを交えてご紹介します。

Vol.4

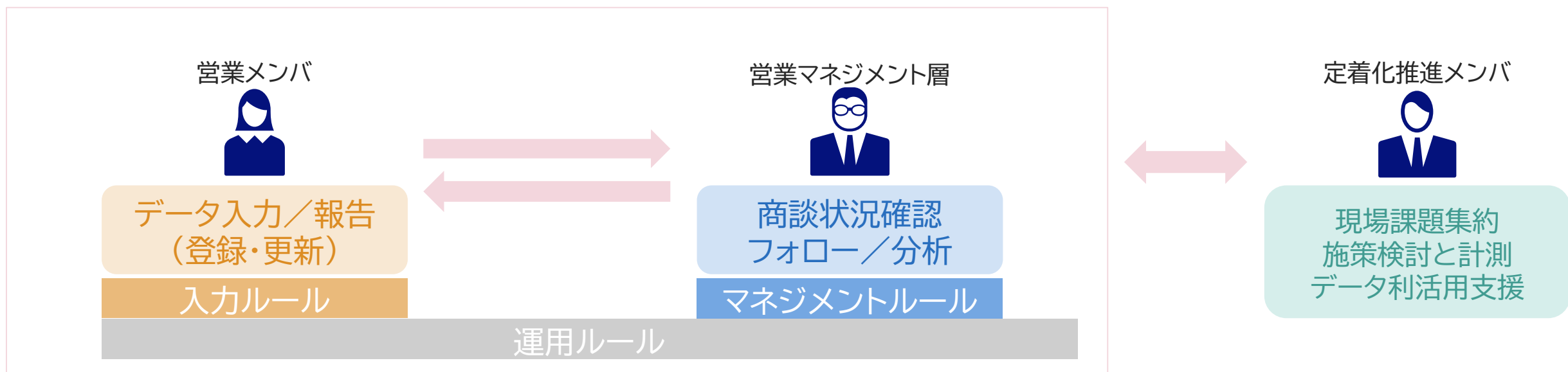
定着化 施策実行編

やった気になってませんか？定量
化による施策効果の測定法とは？

施策実施結果の効果的な測定ノウハウと当社のご紹介します。
今秋、提供予定のSalesforce運用支援サービスの先行紹介をします。

定着化している状況とは

入力されたデータに基づきマネジメントし、部下や上司、関連部門とのコミュニケーションが活性化している状態となります。



Vol.1

定着化課題編

Vol.2

定着化課題編

Vol.3

定着化課題編

資料の説明範囲

Vol.4

定着化施策実行編

ウェビナー
テーマ

アイスブレイク

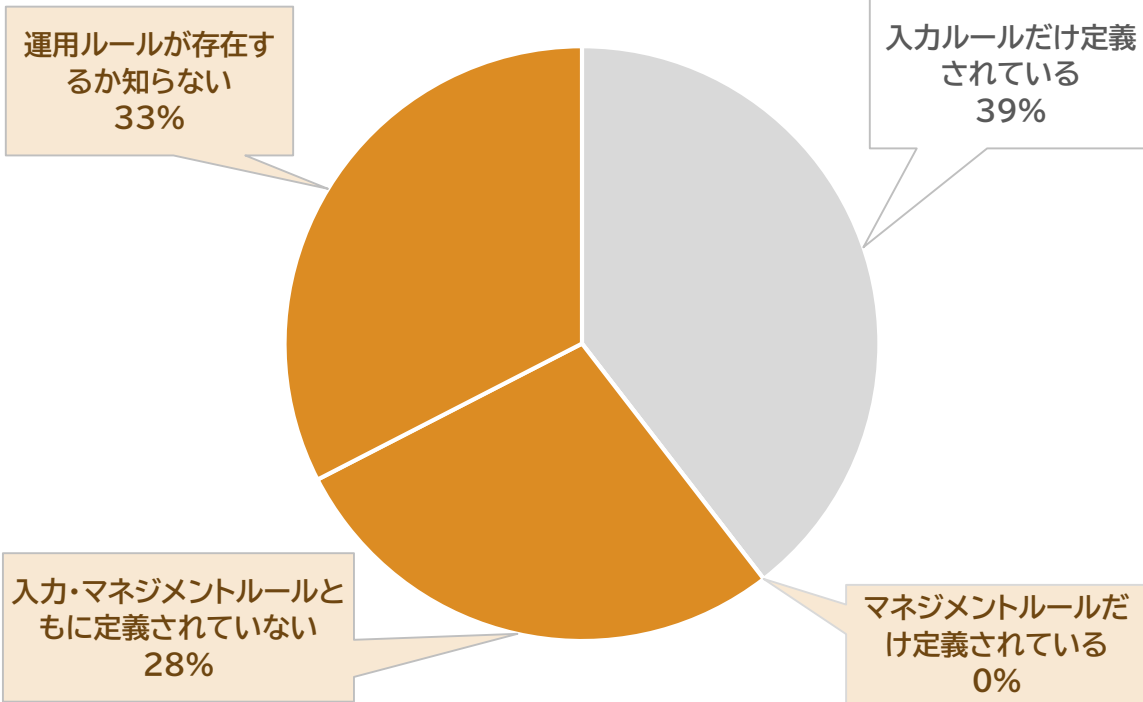
- ウェビナーアンケート結果共有

Vol.1 アンケート結果(運用ルールと可視化)

運用開始後に営業部門がどのように使えば良いのかがルール化できていない、または、浸透していないケースが多い。

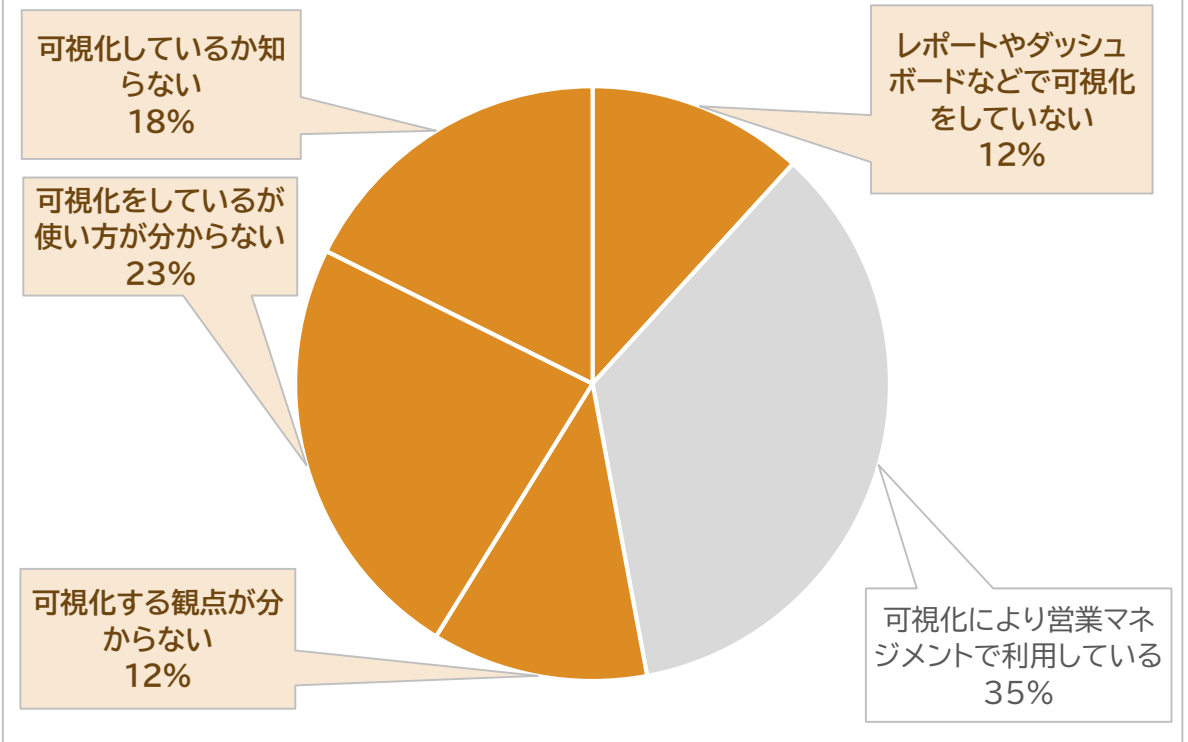
可視化未対応: 65%

運用ルール状況



マネジメントルール化は実施している企業はない

SFAデータの可視化状況

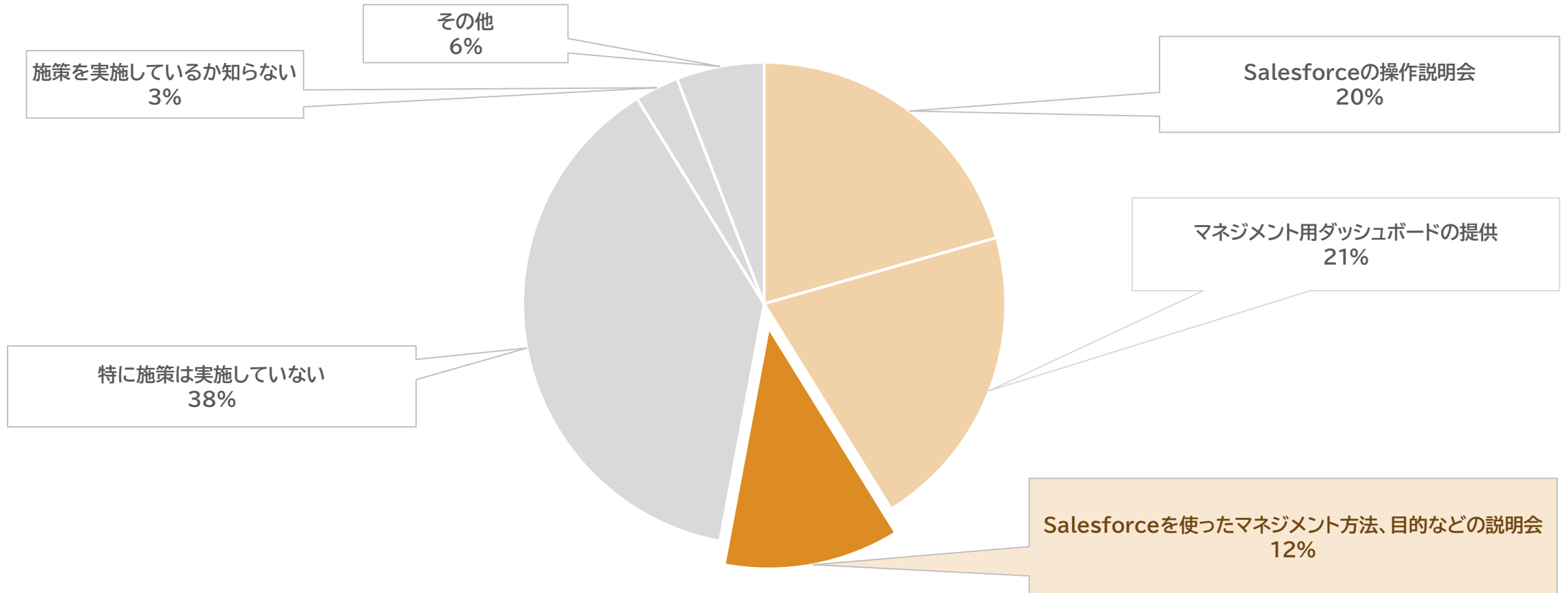


営業関連情報を可視化する使い方が浸透していない企業が7割

Vol.2 アンケート結果(営業マネジメント層向け定着化施策)

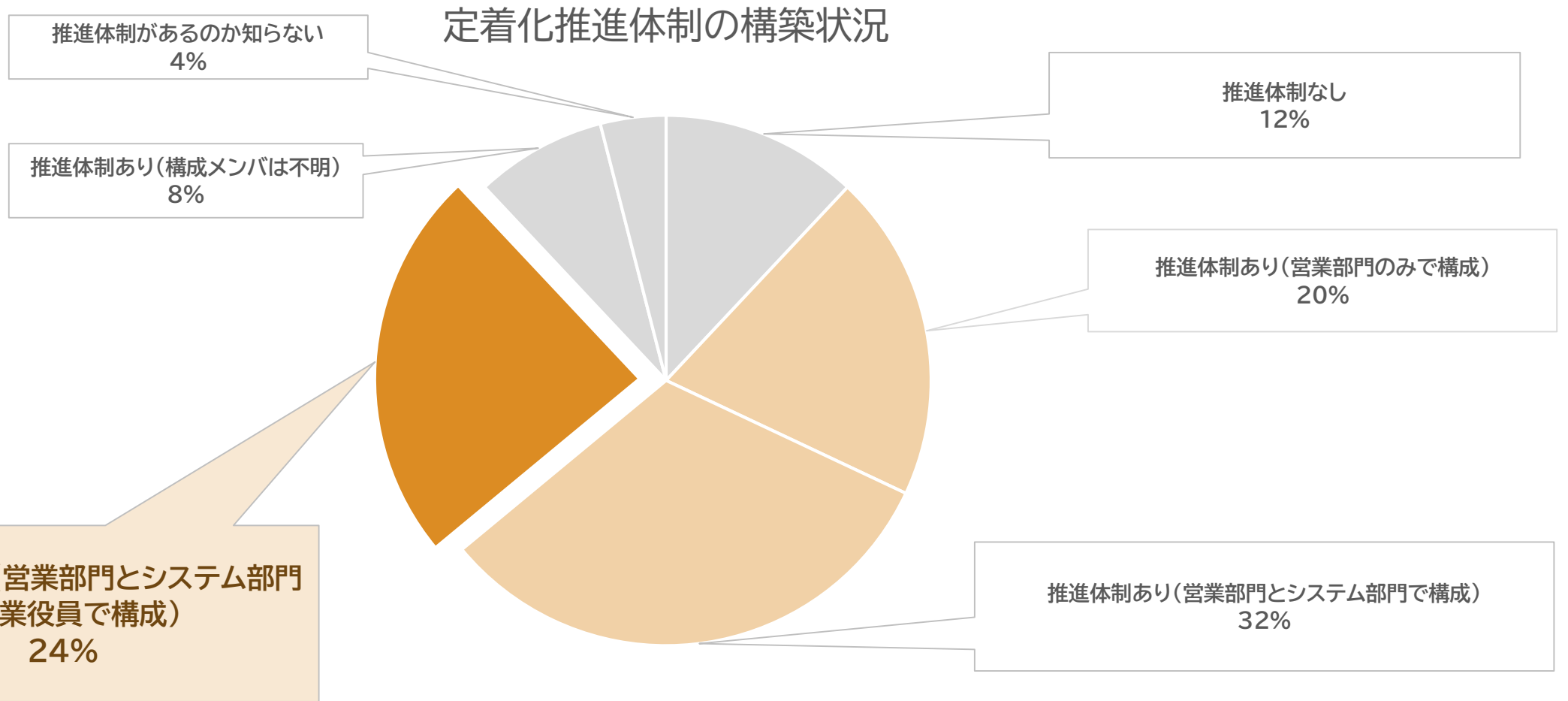
SFAを一番使うべき営業マネジメント層に対して、定着化促進の啓蒙活動を実施している企業は非常に少ない。

営業マネージメント層への営業施策



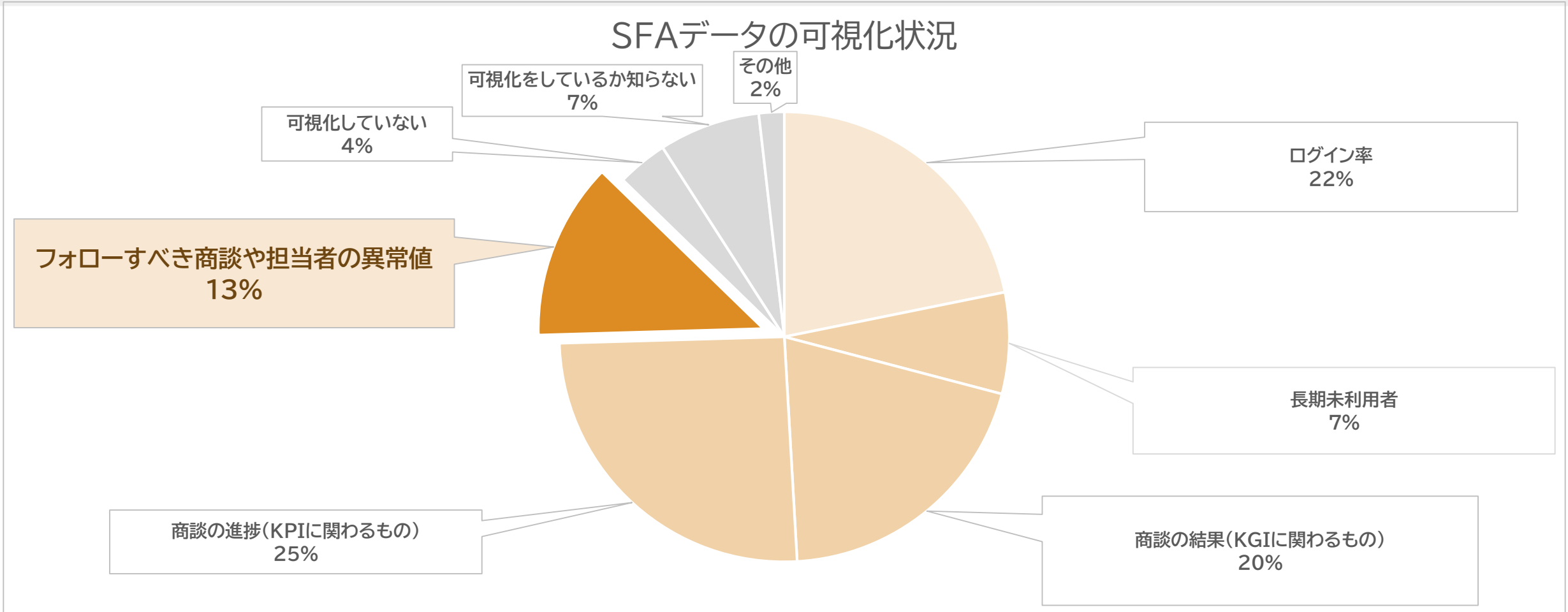
Vol.3 アンケート結果(定着化推進体制)

SFAの定着化推進に必要な役割4つ(責任者、定着化推進担当、現場推進担当、システム部門)で体制構築している企業は2割であり、全社活動としての取組までに至っている企業は少ない。



Vol.3 アンケート結果(SFAデータの可視化)

主な可視化の活用方法は営業活動の結果(KGI)と進捗(KPI)となる(約5割)。一方、SFAのメリットの1つである異常値の可視化を実施している企業は少なく、問題の早期発見に向けた活用には至っていない。



効果的に定着化施策を
実行するために
必要なポイントと進め方を理解する

アジェンダ

- 定着化施策の実施でありがちな失敗パターン
- 定着化施策の実施における失敗の原因
- 効果的な定着化施策を実施するためのポイント
- まとめ
- Salesforce活用支援サービスのご紹介

定着化が進まない「よくある課題」

定着化課題はデータ・利用・推進の3つに分類され、1つでもうまくいかないと、定着化によるシステム価値は低くなります。過去3回ではこの課題に対する”原因”と”施策”を紹介してきました。

Vol.1 ウェビナーテーマ

データ

に関わる課題

29%

- データ品質が悪い
- 入力したいデータが入力できない
- データ再利用ができていない

Vol.2 ウェビナーテーマ

利用

に関わる課題

48%

- 営業担当が利用しない
- マネジメント層が利用しない
- コミュニケーションで使われない

Vol.3 ウェビナーテーマ

推進

に関わる課題

23%

- 利用状況が分からない
- 推進体制が弱い
- 導入効果が得られない
- 定着化計画がない

本ウェビナーで取り上げる定着化課題テーマ

定着化課題に対して、施策を実行することが定着化ではありません。施策による期待効果を成功体験として、積み重ねるために繰り返し改善を図ることで、SFA導入目的を達成することが大切です。

つまり、施策のやり方が間違ってしまうと、
定着化の効果が発揮されない問題が発生してしまう



定着化施策を効果的に
実行するためにやるべきことは何か？

定着化施策の実施でありがちな失敗パターン

定着化施策の実施しでありがちな失敗パターン

施策の目的を曖昧にした状態で、効果が不明なまま施策を繰り返し遂行している。

1. 何のための施策であるか分からなくなっている

例: 説明会で淡々と機能紹介を行い、利用者の課題解決や効果の説明をしない

2. 施策が進捗しても効果が上がっていないことに気が付かない

例: 受講すべき利用者が教育を受講していないことを把握していない

例: 利用者向け教育が完了しても、利用状況が改善したか分からない

3. 効果が出ない施策を計画通りに繰り返している

例: 現場の要望を軸にSFA機能強化をせずに、推進チームが対応し易い機能から強化を進めている

→ 機能強化は正しい施策だが、優先順位に設定が間違っているため、施策が間違ってしまう

定着化施策の実施における失敗の原因

定着化施策の実施における失敗の原因

上手くいかない施策の失敗パターンには3つの原因があります。
「1.目的とゴールの設定なし」「2.進捗と効果の管理なし」「3.結果の評価なし」に分類されます。

原因

例

1

施策の目的とゴールの設定をしないで、施策を実施している

- 定着化課題に対する施策がアンマッチ
- 改善効果を図る定量的な目標値が不明確

- 営業マネジメント層の利用促進に対して、SFAを活用したマネジメント方法の説明ではなく、SFAの機能や操作方法の説明会を行っている
- 営業マネジメント層の目標ログイン率が未設定

2

施策の進捗管理または効果測定をしていない

- 施策実行のマネジメントが機能していない
- 改善したい目標値の状況把握する仕組みがない

- 定着化推進チームは教育実施、新機能リリースの管理だけを行い、効果や改善状況を把握していない
- 役職別／部門別などで、施策効果を可視化していないため、定量的に効果を把握できない

3

施策の結果を評価していない

- 施策の実施がゴールになっている
- 施策の改善をしていない

- 施策効果を発揮した部署と発揮していない部署の要因を把握していない
- 効果を発揮しない部署に同じ施策を実行し続ける

効果的な定着化施策を実施するためのポイント

効果的な定着化施策を実施するためのポイント

施策の成功に必要な3つのポイントがあります。

1

施策のゴール設定

2

モニタリング

3

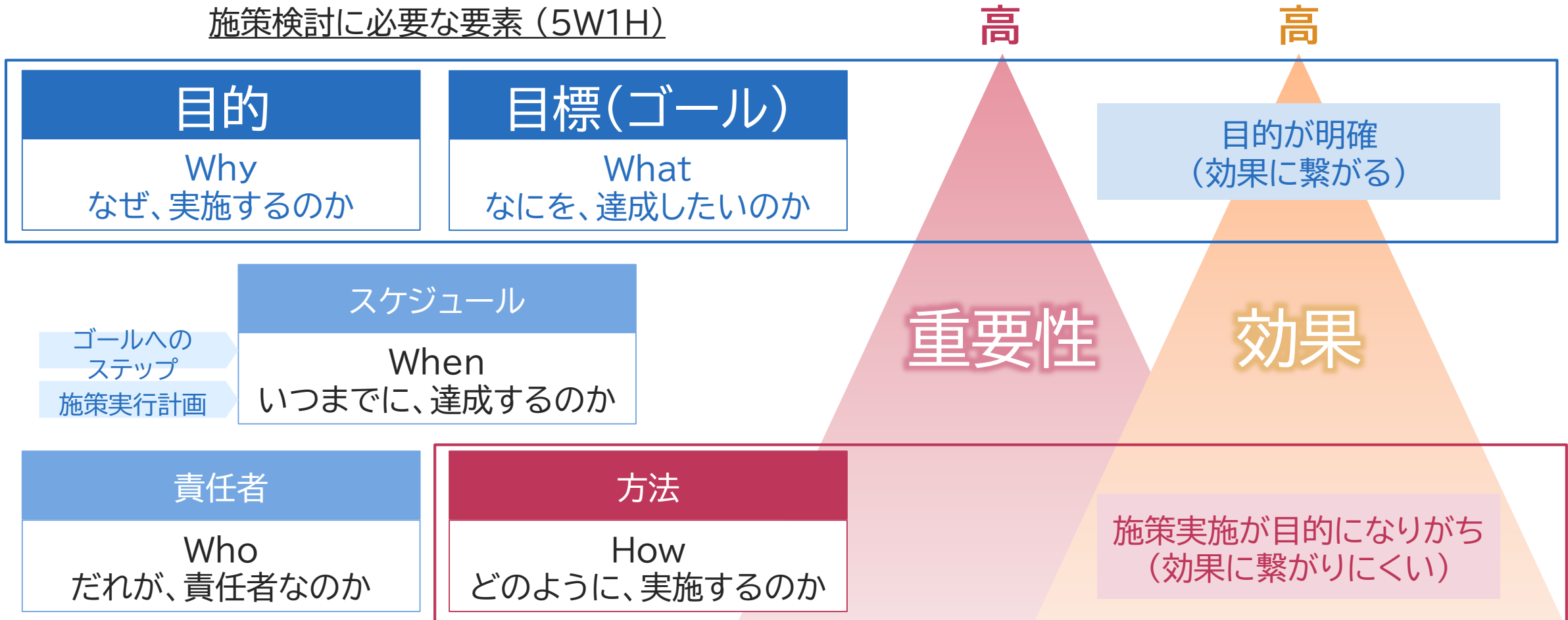
結果の評価

施策のゴール設定

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

施策検討の5W1Hで重要なことは **Why(目的)** と **What(ゴール)** となります。
How(方法) だけに捉われないこと。

施策検討に必要な要素 (5W1H)



なぜ、目的の設定が重要なのか

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

目的が無い施策は、施策を実施する為の施策でしかない。

◆ 施策の目的は課題解決であり、施策は課題の原因を解決する手段である

他社の成功事例を参考に、
施策を実施したが効果がわからない

- 他社の施策は、どのような課題を解決する為に実施されたか確認していますか？
- 自社の課題と他社の成功事例で解決された課題に類似性がありますか？

勉強会を開催したが効果がわからない

- 何を解決する為の勉強会ですか？
- 誰の課題を解決する為の勉強会ですか？
- 製品の機能紹介だけになっていませんか？

施策の目的(課題)が曖昧だと、効果に繋がらない
目的なく動いているだけでは、行先は不明のまま

モニタリング

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

施策の実施で重要なことはモニタリングです。
施策の進捗やゴール達成の状況をモニタリングすることが大切です。

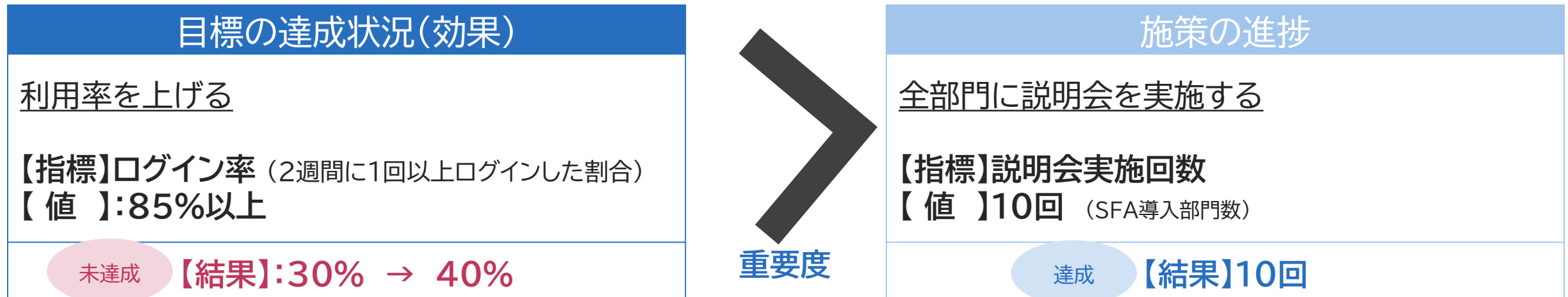
- ◆ 「目標達成」と「施策進捗」の2つを指標化すること
 - 目標は、“施策ゴール”の達成を測る指標(**KGI**)の設定
 - 進捗は、ゴール達成に向け実施する“施策の活動”を測る指標(**KPI**)の設定
 - 指標は**シンプル**に、直感的な視点で設定
- ◆ 継続的に指標をモニタリングすること
 - 施策の進捗と目標達成状況を照らして**施策の有効性**を確認
- ◆ 「いつでも」「誰でも」「簡単」に確認出来ること
 - 施策の実施や達成状況を確認するためのダッシュボードを作成(**可視化**)

やった気になっていませんか？

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

目標が達成されていなくても施策実施の完了を成果とし満足している。

目標と進捗の関係の具体例



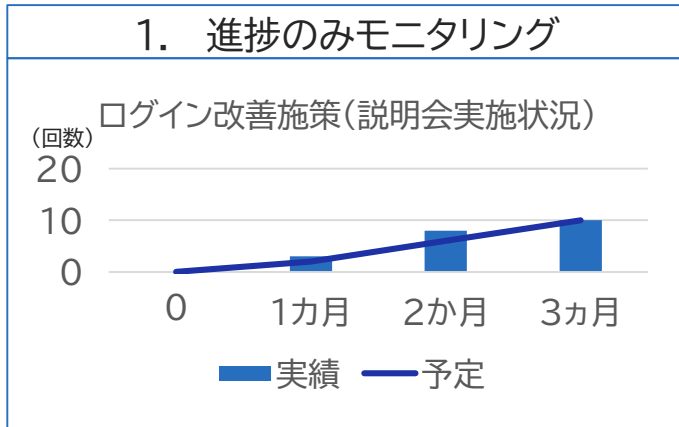
目的達成状況より、施策実績をアピールする傾向が強い

- 施策を予定通り完了しても、ログイン率が改善しなければ意味がない
- 施策の進捗に合わせて、ログイン率が改善しなければ、施策に問題があることに気が付くことができる

なぜ、2つの指標が重要なのか

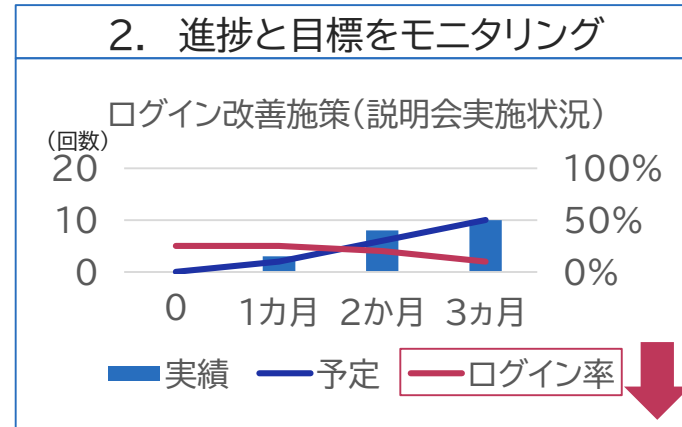
1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

施策の進捗と目標達成状況の両方を見て、初めて施策の効果が分かる。



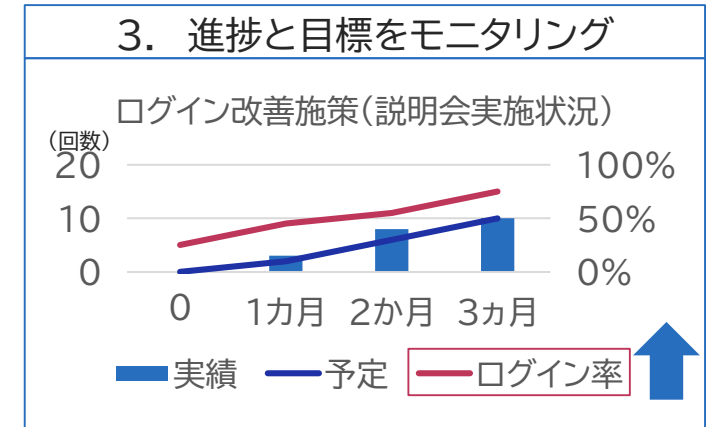
施策の進捗
予定より前倒し
施策の目標
不明(未計測)

完了 → 効果は不明



施策の進捗
予定より前倒し
施策の目標
ログイン率は低下(効果なし)

失敗 → 要改善



施策の進捗
予定より前倒し
施策の目標
ログイン率向上(効果あり)

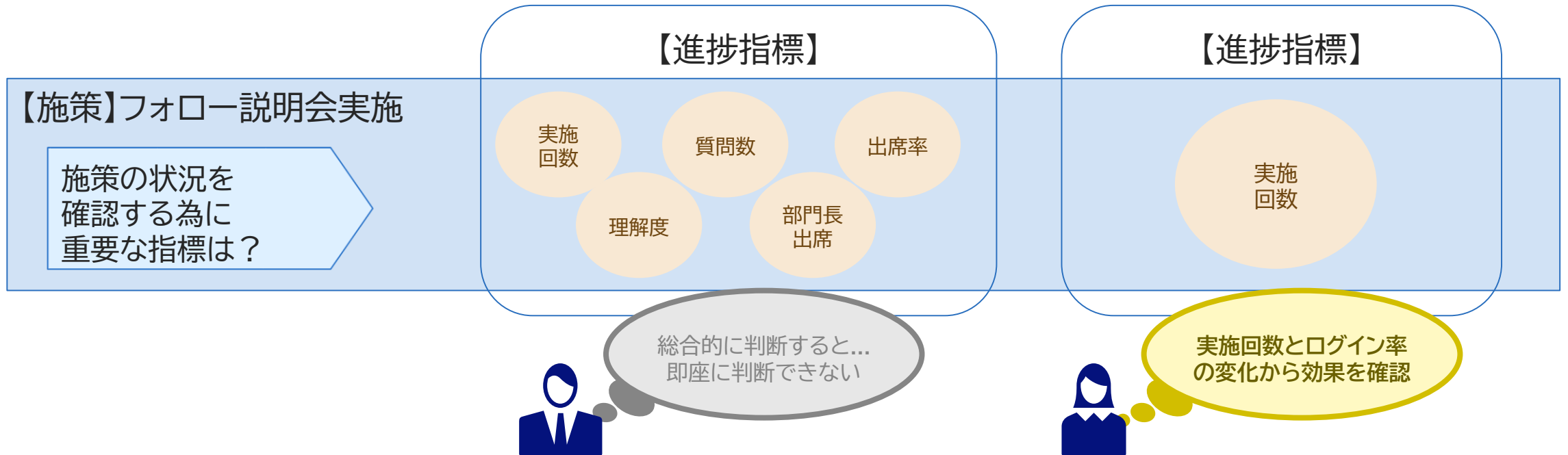
成功 → 横展開

指標はシンプルに

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

指標が多いと、何が重要なのか分からなくなります。指標を見て即座に判断が出来ることが重要です。

【目的】SFAシステムの利用頻度を改善する
【目標指標】ログイン率:85%



目的、施策と指標についての設定例

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

目的は施策で最も達成したいことを指標化して、目標値を定量的に設定する。
進捗は利用者(施策の影響を受ける人)への働きかけを測定できる指標を設定する。

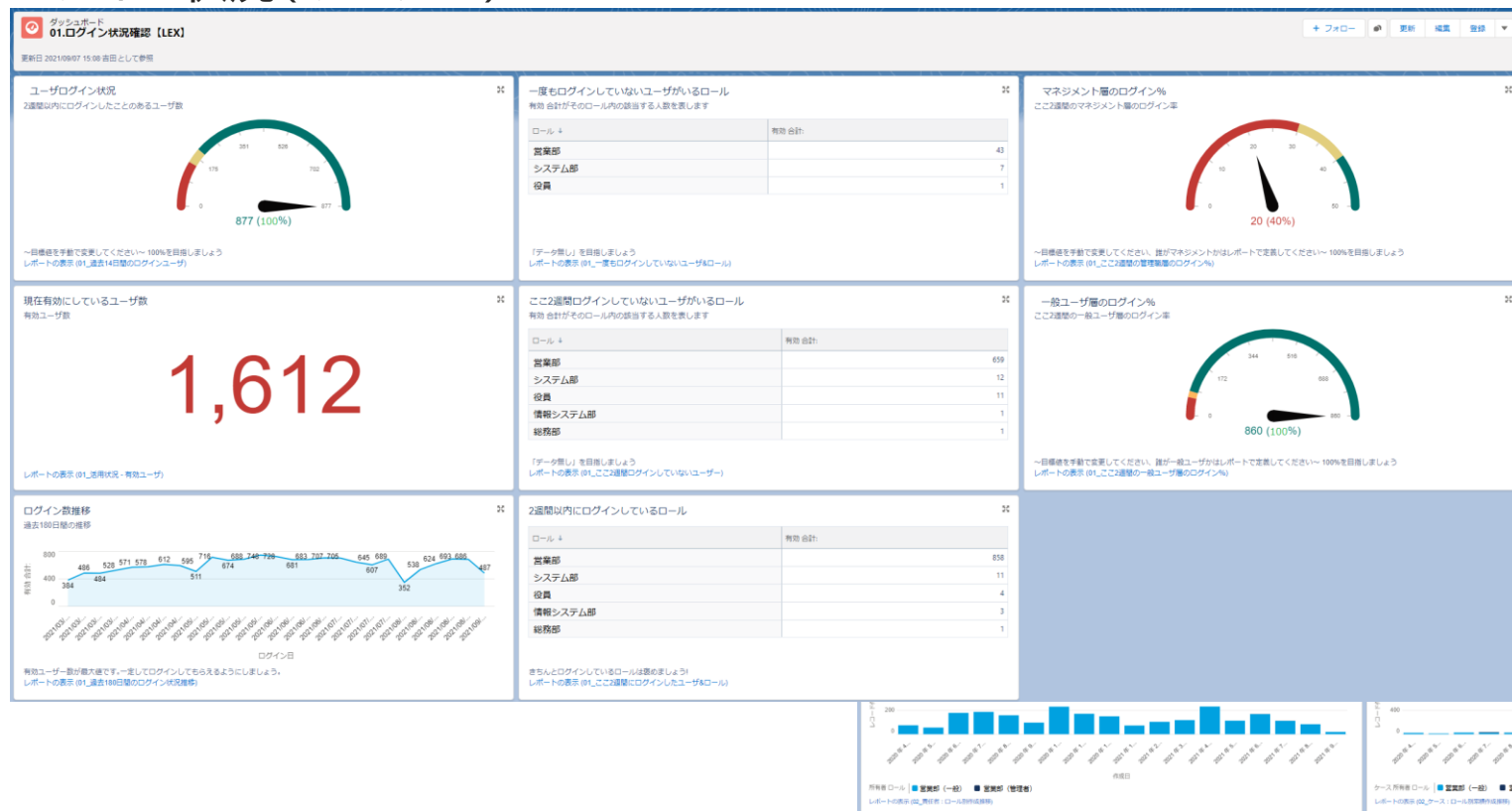
目的	指標(目標)	施策	指標(進捗)	備考
SFAシステムの利用 頻度を改善する	- ログイン率(n週間) - 初回ログインなし - ログイン者数(n日以上)	導入目的の共有	理解度	アンケート結果より集計
		説明会開催	- 実施回数 - 参加者	
		マニュアル作成	- 完了数 - 参照数(ダウンロード数)	業務などリリース単位
		- システム改善 (リンク設定、SSO対応など) - 問い合わせ窓口設置	- 対応完了数 - 問い合わせ件数 - 平均回答時間	作業の進捗は別途管理
商談データの入力を 改善する	- 登録件数 - 登録件数の増加率 - 更新件数 - 更新件数の増加率 - 未更新(最終更新n日以上) - 重要項目の未入力件数	運用ルール見直し	完了数	
		説明会開催	- 実施回数 - 参加者	
		マニュアル作成	- 完了数 - 参照数(ダウンロード数)	業務などリリース単位
		- 促進フォローのキャンペーン - システム改善 (自動化、画面UI改善、不要項目の削減など)	- 順位(部門、個人) - 対応完了数	作業の進捗は別途管理

ダッシュボード

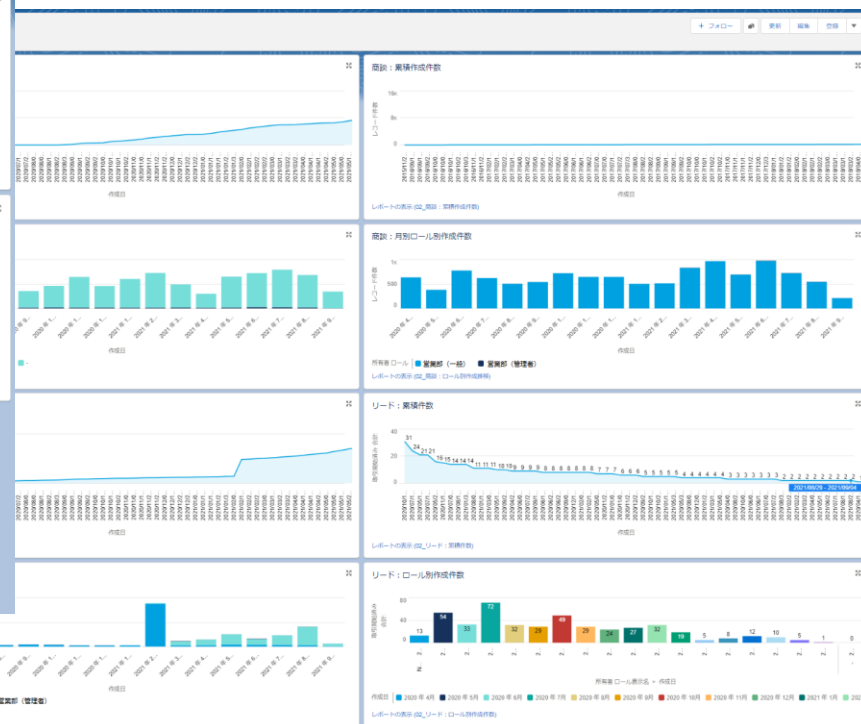
- | | |
|---|----------|
| 1 | 施策のゴール設定 |
| 2 | モニタリング |
| 3 | 結果の評価 |

施策のモニタリングはダッシュボードを活用、状況を公開することで競争心を掻き立てて、モチベーションアップに繋げる。

ログイン状況(サンプル)



データ蓄積状況(サンプル)



結果の評価

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

施策の実施結果を評価することが重要です。施策の成功／失敗要因を明確にし、施策の改善と横展開に繋げる必要があります。

◆ 効果が上がらない施策の繰り返しによる悪影響を断ち切る

- 施策目標の達成(改善)状況から**結果を評価**
- 施策完了は成功ではない

◆ 失敗の要因を特定し改善する

- 効果が上がらない施策の原因を特定し、施策を**改善**

◆ 成功事例は横展開する

- 効果を発揮した施策は、他の部門へ積極的に**横展開**

なぜ、結果の評価が重要なのか

1	施策のゴール設定
2	モニタリング
3	結果の評価

効果を評価しない施策は、状況を悪化させるリスクがあります。
施策の成功・失敗の要因を検証し、自社のノウハウとすることが重要となります。

効果不明な施策の繰り返しは、 効能のわからない薬の服用と同じ

- 効果がない施策の繰り返しは、現場の不満を募る
- 忙しい現場の負担だけが増大し、現場が疲弊する
- 現場の課題解決につながらない

施策の結果は、成功／失敗の要因を追究、 自社ノウハウとして蓄積

- 失敗から学ぶことが成功に繋がる
- 成功要因を追究することで根拠を得る
- 状況や環境により成功／失敗の要因は異なる
(利用の成熟度、対象部門、役職など)

結果の評価は、価値ある施策の選別
自社に適した施策を確立することが重要

まとめ

まとめ

SFA定着化では「施策の完了」でやった気になるのではなく、目的達成に向けて、効果に繋げるための3つのポイントをご紹介します。

1

施策の実施目的と達成したい目標から、施策を検討すること
(目的を明確にするには、課題と原因の深掘が大切)

2

施策の進捗状況と目標達成状況を指標化しモニタリング、常に施策の効果を確認すること

3

施策の成功／失敗の結果評価だけでなく、要因も追究すること
(定着化の自社ノウハウとして蓄積、成功事例を横展開)

「定着化が進まないよくある課題の解決シリーズ」のまとめ

定着化がうまくいかない、何から取り組むべきか分からないときは、本シリーズでご紹介したポイントと自社の現状を整理することで、やるべきことが見えてきます。また、定着化は業務とシステムの改善を繰り返すこと大切となります。

1. 入力ルール

使えるSFAデータを集めるためには属人性を排除したルール策定が必要です。

- ① データ内容の統一性を保つには、用語や入力項目の定義を行う(データ品質)
- ② 最新データを集めるには、「だれが・いつ・どこで・なにを」の観点でやるべきことを明確にする(入力方法)
- ③ シンプルなルールとし、利用者の負担を軽減する(実効性)

2. マネジメントルール

SFAシステムを一番利用すべきマネジメント層に対するルール策定が必要です。

- ① 部下が営業関連情報を最新化する日と上司がチェックする日を設定すること
- ② 可視化は結果と進捗と早期発見・対処するためのアラートを含めた構成とすること
- ③ 部下から報告、商談更新があった場合は、上司は必ずフィードバックを行うこと

3. 定着化推進体制

定着化の推進活動を継続し改善を繰り返すための、業務改革基盤の構築が必要です。

- ① 推進体制に必要な役割は4つ(責任者、定着化推進担当、現場推進担当、システム部門)
- ② 利用状況を可視化し、現状を正しく把握する
- ③ 定着化計画はSFA導入目的の達成に向けて立案し、施策はKPI/KGIを設定して、進捗と効果を計測する

4. モニタリングと継続的な改善

定着化施策を効果的に実施するには、施策実施後の取組までフォローが必要です。

- ① 施策の実施目的と達成したい目標から、施策を検討すること
- ② 施策の進捗状況と目標達成状況を指標化しモニタリング、常に施策の効果を確認すること
- ③ 施策の成功／失敗の結果評価だけでなく、要因も追究すること

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
- 定着化アドバイザリー

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