

SFA（顧客管理ツール）

運用に成功した時



やった事4選

株式会社soraプロジェクト

2022 Q3



こちらの資料はこんな悩みを持つ方向けです

顧客管理ツールを導入したが

うまくいっている感じがしない

以前 SFAツールを導入したが失敗した

マーケティング施策とSFAツール 分離してませんか？

とりあえず
話を聞く



はじめに

顧客管理ってどうしてますか？

顧客管理は営業だけでなくマーケティングにおいても重要です。

SalesforceやHubSpot、キントーンなどSFA+CRMツールを導入しても、

うまく運用できている感じがしない

担当者が入力する時間がない

など悩みを持つ声を多く聞きます。

そこでこちらの資料では、**HubSpot**を利用しSFA・MAツールの運用成功までに行ったことを挙げました。

今回のゴール

GOAL 1

SFAの
入力漏れが
なくなる

GOAL 2

顧客管理が
楽になる

GOAL 3

SFA+CRMを
マーケティング
に活かす



小池 達也 (こいけ たつや)

デジタルソリューション部 ディレクター

2019年より人材サービス会社の営業として従事。

2021年よりマーケティング支援会社のディレクターとして提案営業や運用代行を経てsoraプロジェクトのデジタルソリューション事業部にアサインされた。営業のキャリアにおいて新人賞・VP賞、マーケティング営業においてMVP賞を受賞。

現在は集客やナーチャリング施策の土台となるカスタマージャーニーなどの設計支援からBtoBにおける広告やSNSを活用した施策の支援など幅広いジャンルのマーケティングディレクターとして営業活動を実施している。

#得意なこと

#KPI設計 #マーケティング戦略設計 #デジタルマーケティング

#WEB遷移設計 #CRMディレクター #広告ディレクター

#ウェビナー支援 #SNS運用

とりあえず話を聞いてみる

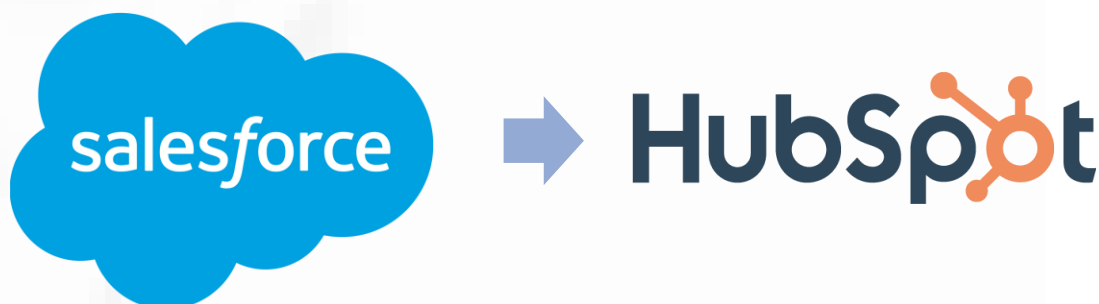


とりあえず即導入したものはこれ！

当時の状況

- ✓ もともと顧客管理はSalesforce
- ✓ 多機能である反面、使いこなすのが困難に
- ✓ 顧客管理と言っても最低限の情報しかまとめていない

思い切ってHubspotに切り替えてみました！



有償？無償？プランの選び方

HubSpotは多くの機能が無償版で使えます。（一部広告入り）
アップグレードしてからダウングレードするのは困難なので
まずは無償版を導入してみましょう！

最初の目的は

SFAの脱電話帳化！

そもそもHubSpotとは？

リード獲得から顧客サポートまでカバーできる

Sales Hub

…SFAなどセールスに関する機能

Marketing Hub

…広告やメールなどマーケティングに関する機能

Service Hub

…カスタマーサービスに関する機能



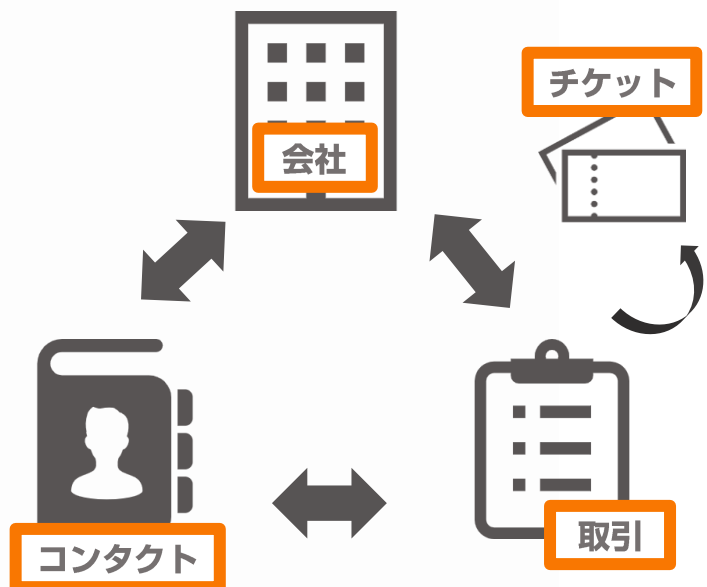
(画像出典：HubSpot Japan)

顧客情報は大きく3つ (+1つ) のデータで管理

リードの情報を集約するために、

HubSpotではこのようにデータを連携させています。

メールアドレスのドメインを軸に連携させ重複を無くし、過去の取引を一元管理できる仕組みとなっています。



無償で使えるセールスパイプライン

HubSpotのセールスの中に、無償ですぐ使える「セールスパイプライン」という機能があります。

セールスパイプラインとは

取引の現在の状況をあらわす「ステージ」

取引の流れをステージに分けた「セールスパイプライン」

名前または詳細の検索	取引担当者	金額	前回のアクティ...	金額	フィルタの追加	ボードアクション	日 ビューを保存
エンディング完了	▲ 3	▲ 1	見直し	▲ 16	▲ 9	▲ 1	▲ 1
HubSpot Japan 株式会社 - コ...	日本株式会社	金額: ¥35,000 クローズ日: 2020/07/15	HubSpot Japan 株式会社 - リン...	日本株式会社 新しい取引	HubSpot Japan 株式会社 - リン...	HubSpot Japan 株式会社 - リン...	HubSpot Japan 株式会社 - リン...
合計: ¥35,000	合計: ¥0	合計: ¥15,628,500	合計: ¥103,170,600	合計: ¥326,043,372			

- ✓ 取引の進捗状況を確認できる
- ✓ 担当者情報と会社・過去の取引がその場わかる
- ✓ 業績の把握・収益の予測ができる（有償版）

セールスパイプラインを設計し運用することが
SFA運用成功のカギでした

運用がうまくいかない！なぜ？

HubSpotを導入し真っ先にやったこと

既存顧客の情報をメールアドレスだけインポート

セールスパイプラインのステージをテンプレ通りに運用

顧客のスコア・取引のステージの定義は担当者判断

すぐ発生した問題

入力漏れ

使われない
セールスステージ
が発生

各担当者の
タスクを把握できない

慣れないので
時間がかかる

SFAを使う営業チームの視点で設計せよ

入力漏れ

使われないセールスステージが発生

各担当者のタスクを把握できない

慣れないので時間がかかる

営業の行動と
マッチしていない
のが問題では？



💡 タスク整理を兼ねたパイプラインを作ろう

当時のパイプライン

新規リード

初回コール

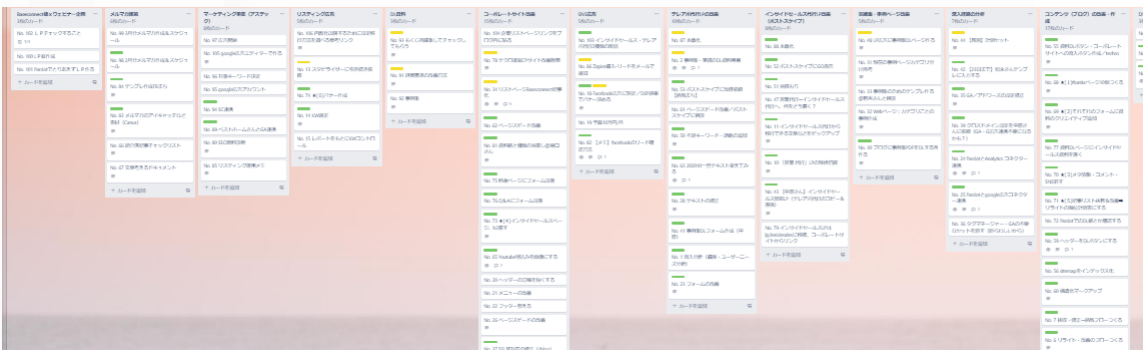
日程調整

商談

案件化

成約

当時タスク管理していたTrello



初期設定はマーケの人が行いがち！

営業チームの活動をヒアリング必須

soraプロジェクトではこう解決しました！

💡 「次やること」をステージ名に

メールする

電話する

提案資料

見積作成

再商談

結果を聞く

- ✓ 「次何をするんだっけ？」を防ぐ
- ✓ タスクが完了したら取引ステージを移動させる
- ✓ 一定時間停滞したらチャットツールにリマインド ↓



POINT

「停滞しやすいタスク」を2~3分割してみましょう

💡 定義の統一・認識合わせ

- ✓ 担当者ごとの認識ずれを防ぐ
- ✓ 社内ナレッジで参照できるようにする
- ✓ 使いづらいと感じたら変更する

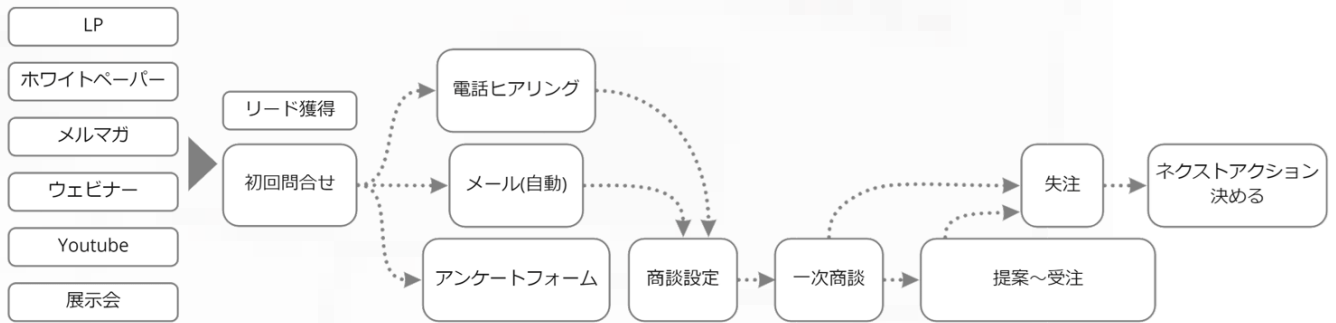
POINT

実際に運用する担当者が
認識合わせをすることが重要です

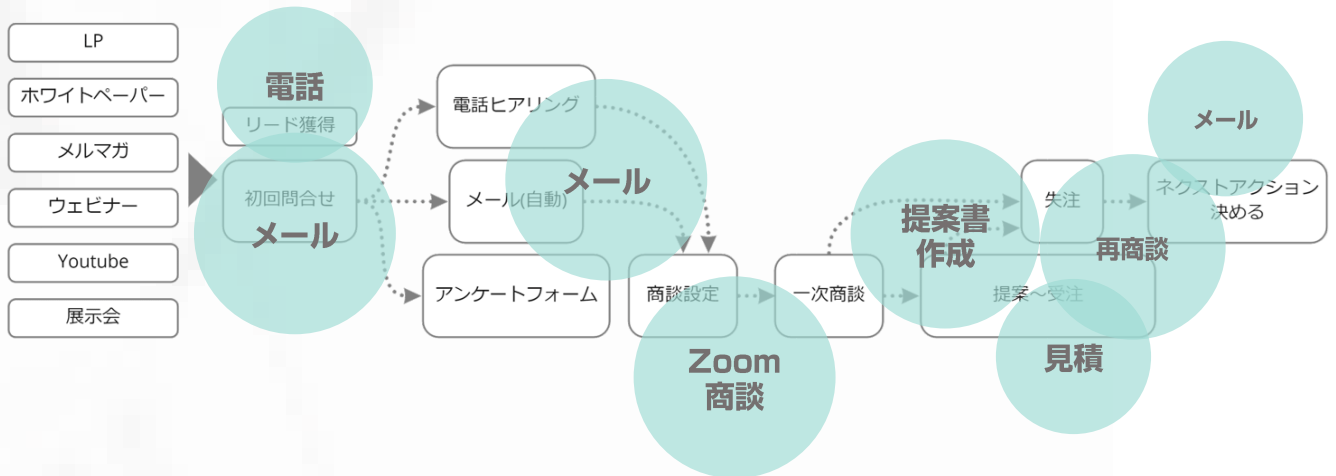
- 取引の名前について
 - 会社名・名前 (※敬称は省略)
 - 会社名_姓 (注: 敬称)
 - 会社名_姓 (フルネーム)
 - 会社名_姓 (リネーム)
- インサイドセールスの領域
 - 通常の営業(注) まで
- 電話
 - まずはこのツールも電話からスタートするのでここに移動せぬ方が無難と思う
 - ※他部署で対応可能な場合は、他部署との連携が必要
- 合致メール
 - ※メール自動送信
 - リネームなど、変更が完了するまで、CRMとして扱われる(注)で検索可能にしたい。優先度を調整可能に設定する
- 合致待機
 - 上記合致メールも自動送信しているため、メールが送付されたら自動的に合致待機に移動させる
 - 合致待機中、下部の合致待機合致メールに検索させる
 - 合致待機中、下部の合致待機合致メールに検索させる
- 合致後再確認メール
 - ※メール自動送信
 - 上記合致待機合致メールに移動させる
 - 検索すると電話の目的に移動させる
- 再商談メール
 - ※メール自動送信
 - 注: 再商談、この合致待機合致メールに検索させ移動させる
- ケーススタディメール
 - 通常の営業(注) ではない、見込み客(注) 関連(注) に関連してマーケティングを行う、ケーススタディメールを送信、他部署の営業に検索させる
- 電話2
 - 通常の営業(注) ではない、見込み客(注) 関連(注) に関連してマーケティングを行う、電話2のメールを送信
 - ここで合致待機合致メールに移動させる
 - ここで合致待機合致メールに移動させる
- 追客する
 - 通常の営業(注) ではない、見込み客(注) に関連して検索させる
 - 検索した際は、Salesforceのタスクで優先度を上げる
- [15] クロス機
 - 通常の営業(注) ではない、見込み客(注) に関連して検索させる
- [15] 総務外
 - TAMの担当者、経費で支払い、マーケティング関連の問い合わせ、
 - ※ 5スタのサポートもインサイドセールスの領域、ページ下部参照
- 営業の領域
 - 有効リード
 - お問い合わせ(注)
- 電話関連 (情報の把握・案件の情報)
 - ※ 5スタのサポートもインサイドセールスの領域、ページ下部参照

「次やること」を整理する手順

💡 ワークフローを書き出す



💡 ワークフローに対するアクションを書き出す



💡 アクションをセールスステージ化



改めてチームの行動を書き出す事で

無駄・無理を発見・効率化にも繋がります

運用を整えながら更に便利にする

💡 顧客属性を追加しデータとして残す

< コンタクト アクション ▾

西野 亜美
株式会社soraプロジェクト
a.nishino@sora1.jp

📞 📧 📞 📞 📞 ⋮

▽ このコンタクトについて

電話番号
0929296060

会社名
株式会社soraプロジェクト

初回流入経路
資料DL ▾

コンタクト担当者
倉員 孝典 ▾

前回の連絡
2022/09/20 19:00 GMT+9

初回コンバージョン
Meetings Link: kurakazu/fstmtg

注カフラグ

ナーチャリング対象外

[全プロパティを表示](#) [変更履歴を表示](#)

- ✓ 商材に合わせ適切な属性を追加する
- ✓ 顧客属性も定義を決める

POINT

各担当者から必要なセグメントを
ヒアリングするのもおすすめです。
用語は違うけど目的が同じケースも！

💡 色々自動化する

有償版

HubSpot アプリ 16:32 New

株式会社soraプロジェクトがSリサイクルに追加されました。

[View in HubSpot](#)

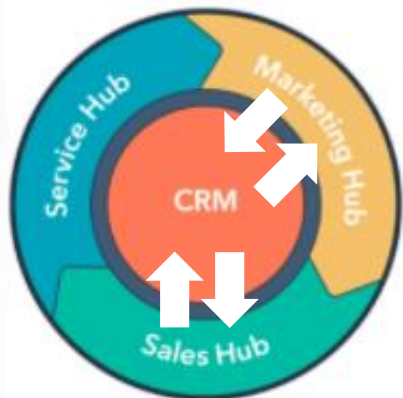
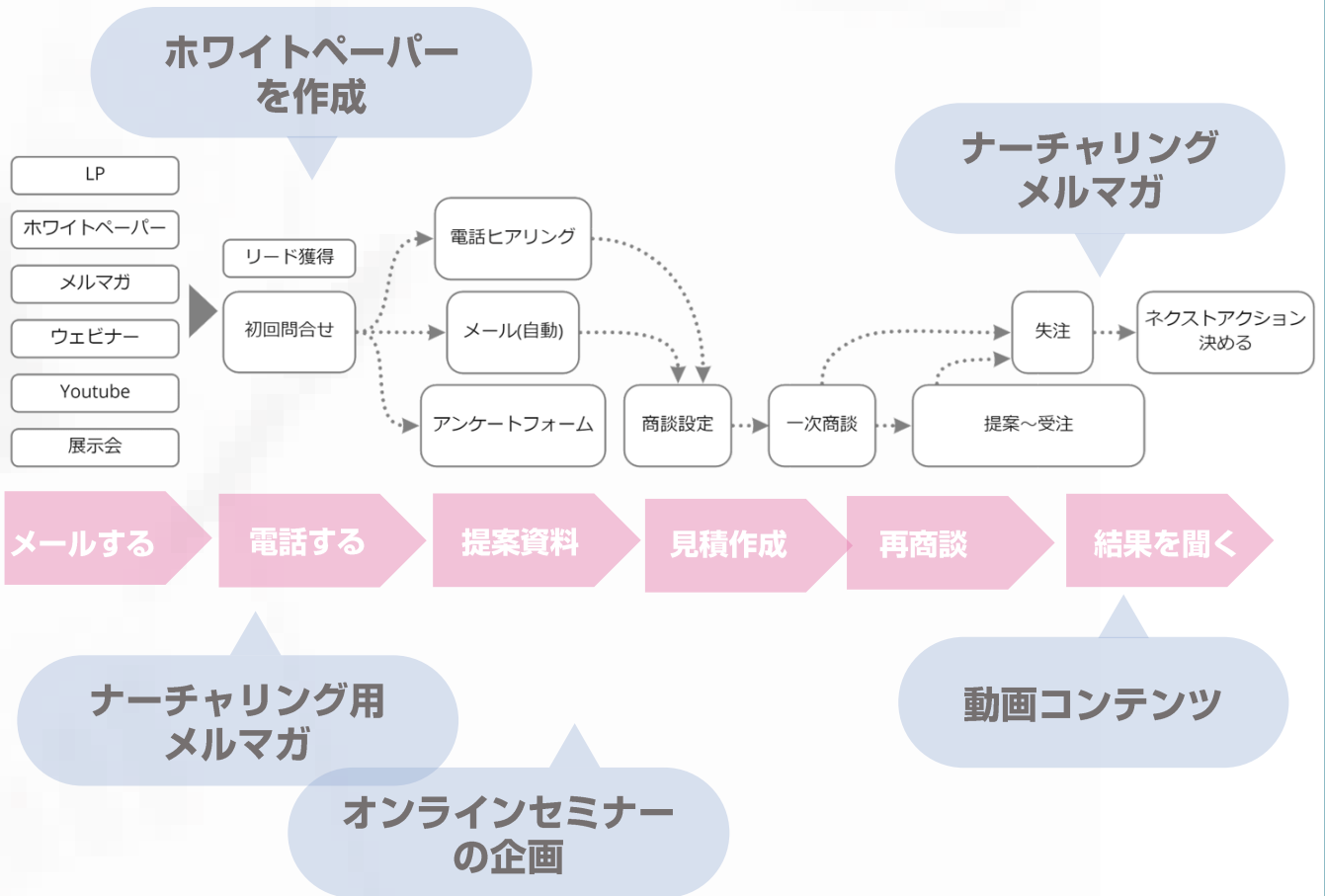
Slackに自動リマインド
で進捗を共有

セールスステージに取引を移動させたら、Eメールを顧客に送信

資料をダウンロードした顧客に課題ヒアリングアンケートを送信

SFA成功によるCRM面でのメリット

SFAの運用がスムーズになると マーケ施策は楽になります



(画像出典 : HubSpot Japan)

💡 HubSpotのCRMツール

HubSpotのCRMツールはSFAのデータを利用することで効果を発揮します

メルマガ

CMS

広告

フォーム
作成

SFA運用成功のコツ

- ✓ 営業チームから活動内容をヒアリング
- ✓ 取引状況管理とタスク管理を一体型に
 - ✓ 「次やること」に取引のステータスを設定する
 - ✓ ステータスの定義は全員で認識合わせ
 - ✓ 認識合わせの為に図で可視化する



SFA運用に成功するとマーケティング施策にメリット

株式会社soraプロジェクト

企業理念	成長する企業のエンジンとなる事で経済の発展に寄与する
代表取締役社長	樋口 裕貴
所在地	【本社】 福岡県筑紫野市上古賀3丁目1-1
	【東京オフィス】 東京都港区六本木1-4-5
	アークヒルズサウスタワー16F ほか、3拠点
従業員数	120名（パート、契約社員含む）
パートナー	600名
資本金	15,000,000円
設立	2007年3月26日
認証資格	ISO27001／ISMS 登録番号 IA110300

**SFA・CRM
の導入支援**

**マーケティング
戦略
の設計**

**リード獲得の
相談**

デジタルソリューション事業部

ディレクター 小池 達也

**ご相談・お問い合わせ
ご予約はこちらで承ります**

