

中小企業のDX化の第一歩は **C R M** から。 最適なコスパを出すための選び方ガイドブック



この資料について

はじめに

DX (Digital Transformation) に成功した企業はわずか全体の数%であると言われています。DXを根本的に理解し、自社に最適な進め方を確認することが大切です。

本書は中小企業のDXで第一歩となるCRMについてわかりやすく解説しています。少しでも、お力になれば非常に幸いです。



本書で伝えたいこと

- CRMは導入した時点から情報が蓄積されていくので優先順位が高い施策です。導入する前に確認することや選び方のポイントを抑える事で自社に合ったCRMを選びやすくなります。

Chapter



| 01 DX化をすすめたいなら、CRMの導入から

| 02 CRMを選ぶポイントとは

| 03 企業紹介

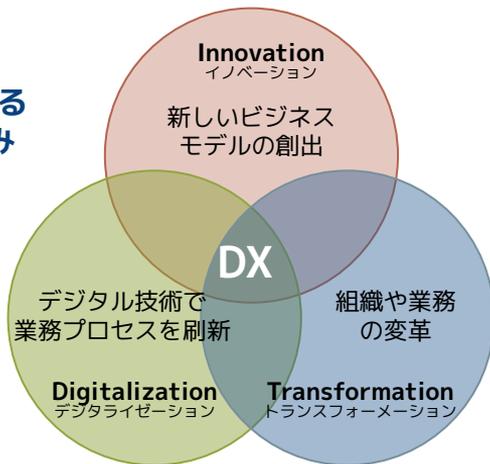
DXとは

1

2

データやデジタル技術を活用してビジネスモデル・業務プロセスを**変革**し、競争に勝てるようにしていくこと

DXを実現させる
3つの取り組み



IT化とDXの違い

業務プロセスの一部をIT化するだけではDXとはいえません。

業務や組織を変革して本来取得すべき「顧客の声」や「ビジネス環境の変化」に対応できるようにします。

さらに顧客満足度を高め企業競争力の強化を目指します。

DX推進で失敗する要因と成功の秘訣

失敗する要因

- 1 明確な目的や目標を定めず、試験的にITツールを導入する。
- 2 経営者が参加せず現場への後方支援を怠る。
- 3 本質的なDXについての理解不足。
- 4 レガシーシステムから脱却できない。

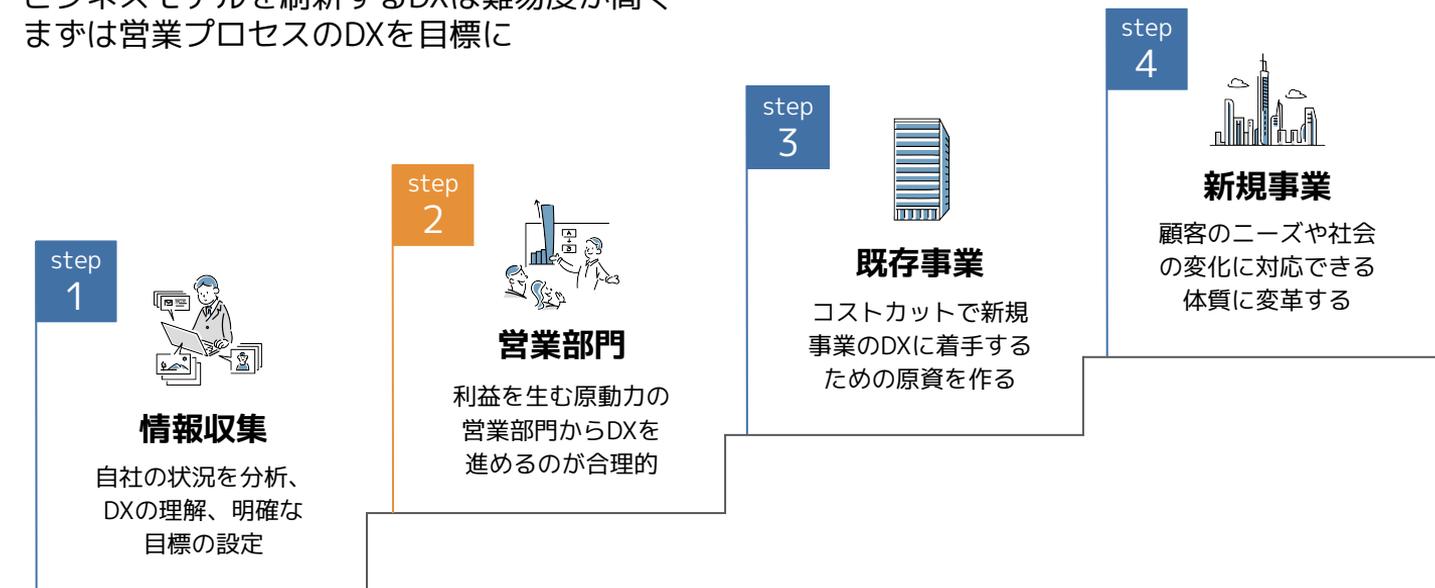
成功の秘訣

- 1 担当者が周囲を巻き込み全社的な取り組みを行っている。
- 2 経営者が積極的で意思決定やIT人材が確保できる。
- 3 明確な目標を定め必要に応じて軌道修正を行う。
- 4 自社に合った最適な順序ではじめる。

DXの優先順位

DXは **営業部門** から始めると良い

ビジネスモデルを刷新するDXは難易度が高く
まずは営業プロセスのDXを目標に



売上アップをしながらDXができるCRMがおすすめ

CRM

顧客情報の管理・分析により、売上アップに最適な道筋を導き出し、効率化と顧客満足度の向上につなげます。

例えばメール開封率の可視化でより良いメールを配信するための検証や、各担当者のメールのやり取りをCRMで一元化できるので、情報共有がしやすくなります。



その他のツール

- ・ オンライン会議
- ・ チャットボット
- ・ SNS
- ・ ウェブセミナー

これらのツールもCRMとあわせて導入することで営業部門のDXを促進します。

Chapter



| 01 DX化をすすめたいなら、CRMの導入から

| 02 CRMを選ぶポイントとは

| 03 企業紹介

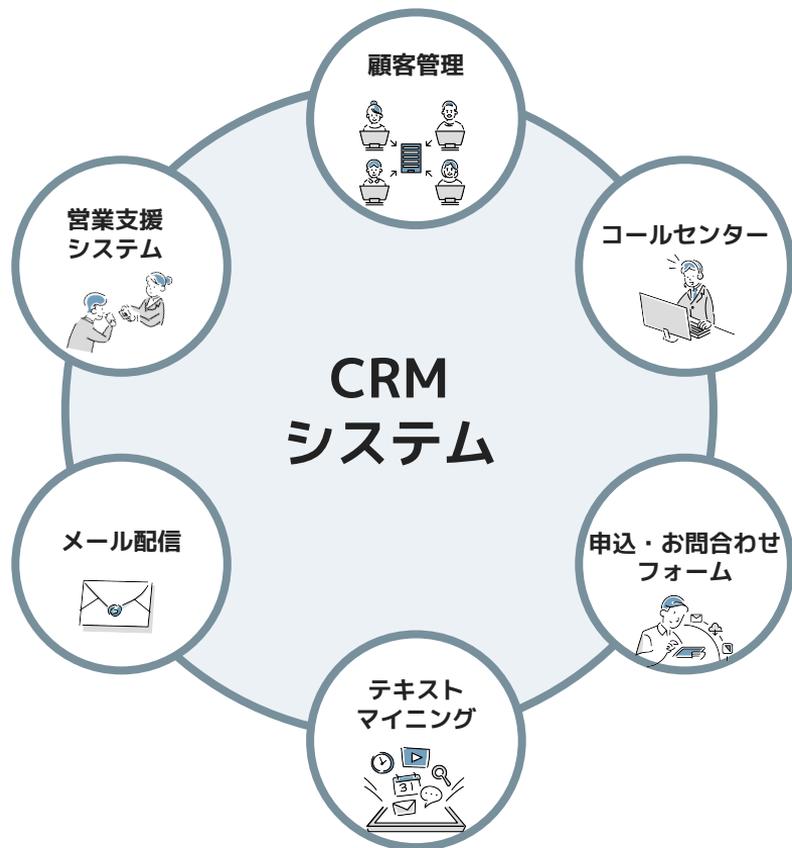
CRMとは

CRM

顧客との信頼を構築・維持することで利益を最大化する手法

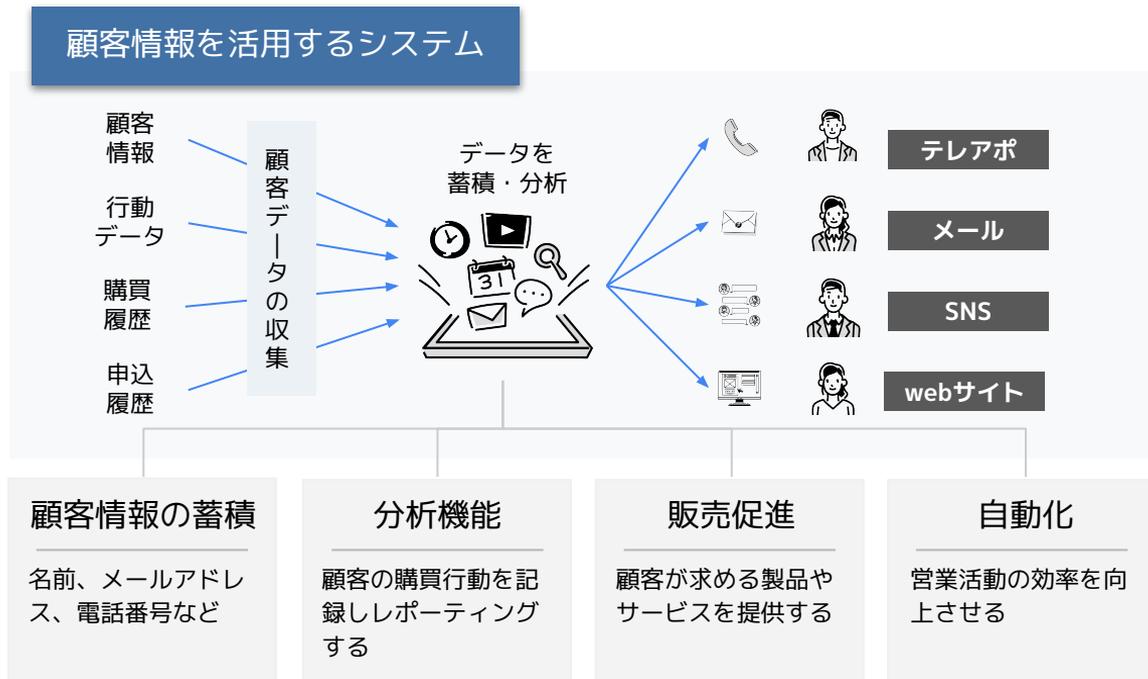
顧客との関係を良好にするだけでなく、業務の効率化にも貢献し、企業の利益に役立つシステムです。

しかし自社にあった適切なツールを選ばないと、その効果は半減してしまいます。



CRMを導入する目的

様々な営業活動を最適化し顧客満足度を向上



CRMを選ぶ前にやること

自社に合ったCRMを見つけるための4つの確認

Check

① 自社の現状

まずは自社が抱えている課題を洗い出して整理します。
デジタル技術が導入できる業務を確認します。

Check

② 導入目的

何を目的としてCRMを導入するのか、社内で統一します。
重視する点やゴールを定めます。

Check

③ 必要な機能

導入目的が決定したら、次はその目的を達成するために必要な機能を抽出します。

Check

④ システム連携

必要な機能をリストアップできたら自社にある既存システムとCRMをどのように連携させていくかを決めます。

CRMを選ぶ6つのポイント

1



クラウドかオンプレミスか

クラウド型はすぐに運用ができて初期費用が安い点に優れています。一方でオンプレミス型はシステムを購入し、社内に設置をして運用していくものでカスタマイズ性に優れています。

2



自社の求めるシステムが備わっているか

有名なツールでも、自社で使いたい機能でなければ意味がありません。自社に合わせて追加開発してもらえるツールや代理店もあるので確認しましょう。

3



直感的な操作ができて操作性がよいか

豊富な機能があっても操作が複雑だと使いづらく感じることでしょう。無料トライアルがあるツールを選んで直感的に操作ができるか確認しましょう。

CRMを選ぶ6つのポイント

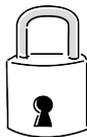
4



自社で導入できそうか

ベンダーに頼むことが予算的に厳しい場合は、自社で導入することも視野に入れましょう。その場合、シンプルな設計のCRMを選ぶといいでしょう。

5



セキュリティ対策が十分か

セキュリティレベルは、ベンダーによって差があります。不正アクセスやフィッシングに対してどのような対策を講じているかを公開しているベンダーから選びましょう。

6



サポート体制が万全か

安定した運用ができるようになるまで、何か起こっても電話やチャットですばやく解決できれば、大きな問題にならずに済みます。手厚いサポートがあるベンダーから選びましょう。

Chapter



| 01 DX化をすすめたいなら、CRMの導入から

| 02 CRMを選ぶポイントとは

| **03 企業紹介**

企業紹介

商号	株式会社データサービス
本社所在地	〒163-1439 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー39階
設立年月日	1964（昭和39）年8月1日 IT企業で半世紀
従業員数	293人（2021年4月1日現在） 9割以上が技術者
事業内容	業務システムの構築 システム導入コンサルティング、支援 システム運用代行、保守 データ入力サービス



お問い合わせ先



**Authorized
Partner**

導入ツールに関する質問へ返答や、お客様のお悩みを解決・改善する支援をさせていただきますのでお気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ専用フォームは [こちら](#)



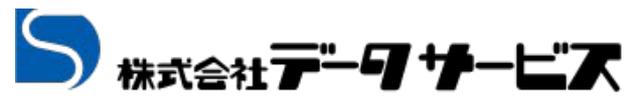
ご連絡先 03-5350-9171

受付時間 10:00~17:00(土日祝は除く)

お電話の際は「Zoho 担当」とお申付けください。



メールのお問合せ先 zoho-sales@data-service.jp



株式会社データサービス