

# 失敗しない！中小企業の顧客管理 システム乗り換え完全ガイド



# この資料について

## はじめに

営業管理をExcelでしていると、顧客データのシートが分かれていて参照しにくいと感じることや、担当者によって管理の方法が異なるため、後任者が引き継げないなど不便だと感じる人が多いと営業の方からご意見をいただきます。

本書は「作業効率を向上させる」「属人化させない」など営業の管理データに対する課題解決に繋がられる内容となっています。少しでもお力になれば幸いです。



### 本書で伝えたいこと

- システムに乗り換えるための具体的な方法をご紹介します。やるべきことを明確にし、スムーズに乗り換える為にお役立てください。

# Chapter



| 01 CRMとは

| 02 システム乗り換え時のおすすめ方

| 03 企業紹介

# 営業管理をシステム化するならCRMの導入がおすすめ

こんなお悩みありませんか？



最新の情報が  
反映できてない



データが多くて  
動作が重い



担当者によって  
フォーマットが違う



セキュリティ上閲覧が  
制限されている



集計したいデータ  
が散乱している



今まで顧客管理をExcelなどで作成し管理に苦勞していた場合、  
**CRMを導入すると各種業務をスムーズに連携できます。**

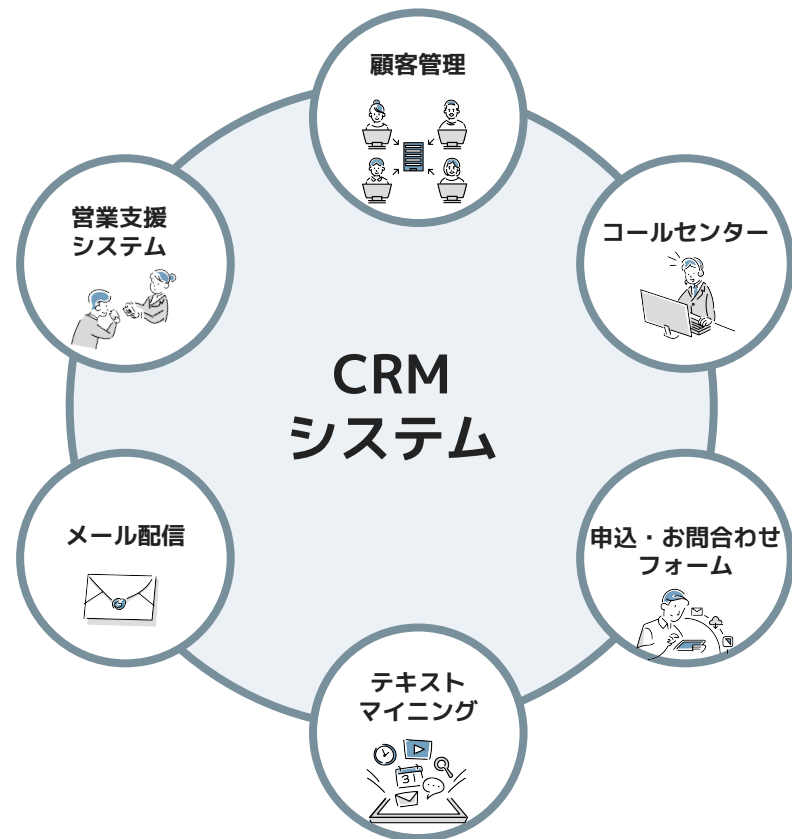
# CRMとは

## 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

顧客の情報を収集・分析・理解してビジネスを展開し、利益の最大化を目指します。

Excelでは出来なかった顧客管理の一元管理をして情報を簡単に集計・分析できるようになります。



# CRMの3つの基本機能

## CRMの基本機能①

膨大な顧客データベース(顧客情報・案件情報)に加え、独自のデータテーブルを管理できる

### 顧客の属性情報

顧客の氏名(会社名・担当者名)や年齢、性別、電話番号、メールアドレスなどの基本情報



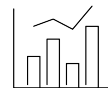
### 購買履歴

購買日・購買金額・購買頻度などの購買履歴



### 収益性

累積の売上・累積の利益・平均購入単価・平均購買頻度  
・ライフタイムバリュー・ROI・ROAS



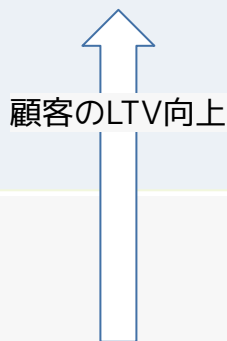
# CRMの3つの基本機能

## CRMの基本機能②

### プロモーション機能(顧客へのアプローチ)

#### CRMシステム

CRMシステムでは、購買金額や購買頻度、直近の購買日など、さまざまな条件で顧客を抽出できます。そのうえで、**最適なターゲットにメルマガ・DMを配信したり、優良顧客にクーポンや優待券を送信したり**することができます。



優良顧客

顧客

見込顧客

潜在顧客

#### 機能

- アンケートフォームによる満足度調査
- セミナー・イベント管理
- ポイントカードなどのカード管理
- SFA (営業支援システム)
- MA (マーケティングオートメーション)
- コールセンター・CTIシステム
- アフターサービス管理システム

# CRMの3つの基本機能

## CRMの基本機能③

### レポート機能(作業効率化・PDCAサイクル)

#### CRMレポート機能

見込み客、既存顧客、商談などCRMに登録されたデータを抽出して簡単にレポートの作成・集計ができます。ビジネスでよく利用される40以上のレポート\*をご利用のアカウントにあらかじめ搭載。チーム内での共有も可能です。\*Zoho CRMの場合

#### <グラフの種類>

グラフの種類選択やグラフ起こす内容を細かく設定することができます。

#### <豊富なテンプレート>

テンプレートから、ご利用になりたいレポートのデザインを選択し、レポートに反映する情報も自由にカスタマイズいただけます。



折れ線



ドーナツ



円



横棒



縦棒



ファネル



# Chapter



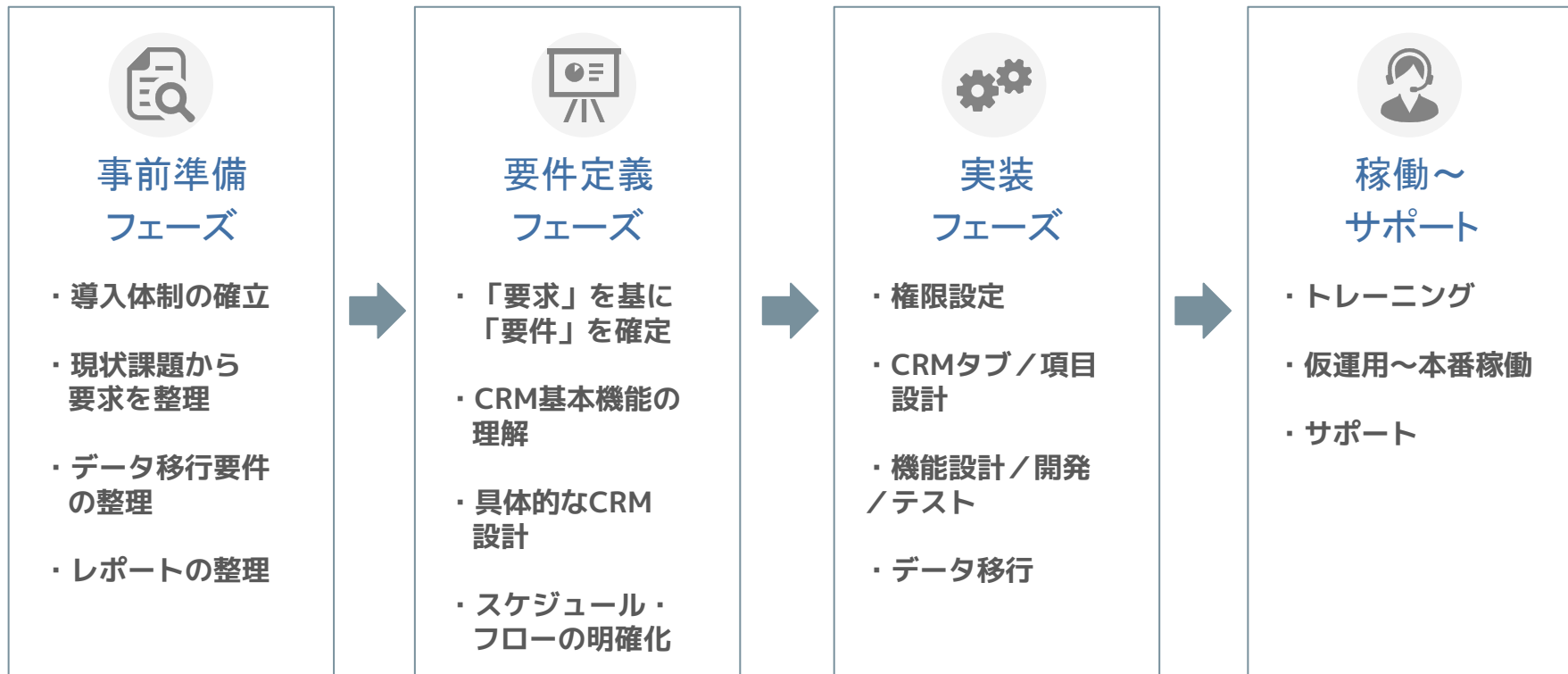
| 01 CRMとは

| 02 システム乗り換え時のおすすめ方

| 03 企業紹介

# CRM乗り換えまでの流れ (📅~3ヶ月)




Zohoジャパン認定パートナーである私共データサービスは、ライセンス販売から導入のお手伝い、導入後のサポートまで一貫してご提供しております。



# 事前準備フェーズ(📅1ヶ月)

## このフェーズが一番大事

事前のお打ち合わせを経てご発注、導入に向けた準備を整えます。

	担当者	やること	気をつけること
1	 発注者	導入を推進する体制の確立	一貫した支援になることを経営陣や関係部署に事前に説明する
2	 発注者	現状課題を社内ヒアリングし要求を整理	営業だけでなく関わる部署全体、かつ全レイヤーに聞いておく
3	 発注者	データ移行要件の整理	今までのデータをカテゴライズして移行先を決めておく
4	 発注者	EXCELや他CRMにて作成されているレポートの整理	データ移行は一度にするので、全レポートを揃えておく

# 要件定義フェーズ(📅1ヶ月)

複数回のお打ち合わせで行っていくことを明確にします。

	担当者	やること	気をつけること
1	 伴走	「要求」*を基に「要件」を確定（スコープを決める） *提案フェーズの2参照	機能が増えすぎて使いづらくならないように、要求の優先度を定める
2	 伴走	移管先のCRM基本機能の理解	実装後の管理で困らないようにデモ段階でしっかり理解しておく
3	 受注者	具体的なCRM設計（何をどう作るか）	要件定義フェーズの1と2を経てCRMの項目をしっかりと精査する
4	 伴走	スケジュール・フローの明確化	発注者・受注者間での期待レベルのすり合わせをする




# 実装フェーズ (📅1~2ヶ月)

要件定義の決定事項を元にカスタマイズや機能の実装まで行います。

	担当者	やること	気をつけること
1	 伴走	権限設定	どのレイヤー（組織階層）にどこまでの権限を与えるのが整理しておく
2	 受注者	CRMタブ／項目設計	設計の再確認をする
3	 受注者	機能設計／開発／テスト	評価レポートを関係部署にも共有しておく
4	 受注者	データ移行	営業に支障が出ないように移行するタイミングを決めておく

# 稼働～サポート

スムーズな運用開始を目指してしっかりサポートいたします。

	担当者	やること	気をつけること
1	 受注者	運用・操作トレーニング	窓口担当者は管理者トレーニングからカスタマイズ内容・仕様、操作や運用を理解し、手順書を作成、利用者側にも習得してもらう
2	 発注者	仮運用～本番稼働	ここで問題ないように要件定義フェーズで機能や運用、構造をしっかり決め、権限チェックをしておく
3	 受注者	サポート	サービスの水準（1営業日以内に対応してもらえるなど）を決めて、それに合うプランを選ぶ

# CRM導入までのまとめ

## ✓ 業務効率化をするならCRM

ExcelからCRMに変えていくことで、大量のデータ管理などの手間がなくなり作業効率も上がるだけでなく、レポート機能を活用することで商談率や解約率など営業活動の支援にも繋がります。

## ✓ 3ヶ月でCRMへ完全移行

プロジェクトの規模にもよりますが、3ヶ月でエクセルからCRMへの移行まで完了します。移行後のサポートはサービスの水準（1営業日以内に対応してもらえるなど）を決めて、それに合うプランを選びましょう。データサービスではzohoCRMの移行支援を一貫して行っています。

# Chapter



| 01 CRMとは

| 02 システム乗り換え時のおすすめ方

| 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](mailto:zoho-sales@data-service.jp)



株式会社データサービス