

CRM/SFA
導入事例

空調設備

案件と活動の見える化を実現！ 人員を増やさず、4年で売上1.8倍に！

津福工業株式会社

筑後地方を中心とした空調設備と、独自開発の恒温恒湿システムを軸に様々な用途に合った特殊空調設備を全国に向け提供。環境試験システム、精密空調システム、植物関連試験研究システムなど低コストなのはもちろんのこと、精度の高さと耐久性を実感いただけます。

設立 1963年6月

URL <http://www.tsubuku.co.jp>

特殊空調設備



津福工業株式会社
代表取締役社長
津福一宏氏

課題

Excelでの案件管理では限界があった。

営業の仕事ができていなかった。

効果

すべての案件の進捗が見える化し、最適な活動ができるようになった。

案件の前裁きから受注までにやるべき活動ができるようになった。

導入の背景

Excel管理からSFA（営業支援システム）へ

福岡県南部を中心とした一般空調設備と共に、特殊空調分野で独自の技術を開発。業界での信頼を得て、確かな地位を占めています。

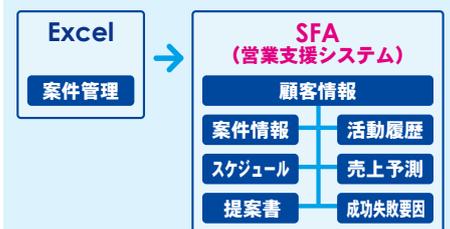
設備案件はものによっては数年単位の案件もあります。以前はこれらの案件をExcelで管理していました。

営業が現状の案件を登録し、勝手に消していたので、どんな案件があったか覚えておかなければなりませんでした。

営業会議では、各自がA4サイズに「新規案件」「手持ち案件」を入力し、動きがあった案件を一番上に移動し、「今週の予定」を入力して、参加者分コピーして配布していました。

A4に収める意識があり、担当レベルで見込みがない案件を消していたので、直近の見込みの高い案件が中心で、以前の重要な案件が漏れたりしていました。電話だけの問合せはExcelに登録しない案件もありました。

Salesforceの導入



作業員から営業への意識改革

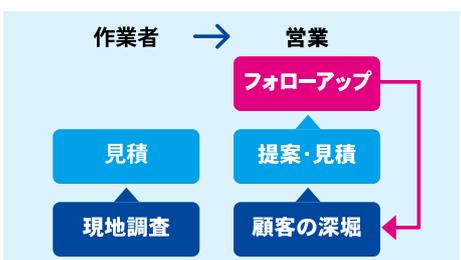
以前は「電話」があり「現調」に行き、「見積書」を提出することを営業活動と捉えているメンバーが多かったです。

これは営業ではなく、工事担当者でもできる仕事です。

営業は前裁きが大切です。

案件が来た時はほぼどこがやるか決まっているので、如何に案件情報を事前に察知し、自社の優位性を高めるかが営業の仕事です。

また、見積を提出後、如何にフォローアップし、受注に結び付けるかが営業の本当の仕事です。



Salesforceの導入に際しては「案件が消えないこと」「日々の活動が見えること」の2つを目指しました。

導入の効果

お客様情報、案件推移がいつでも見え、最適な活動が可能に

Salesforce を導入し、電話の問合せはすべて入力し、担当では案件を消せないようになりました。

活動については 5W1H の内、基本情報は自動でセットされますので「目的」と「結果」を簡潔に入力することで、活動が見えるよう

になりました。

それまで案件状況を聞こうとすると、お客様情報や案件の背景、これまでの推移などの説明に時間を要し、10 分位してやっと本題になりましたが、今では顧客状況や案件の推移は Salesforce で見えるので、聞きたいこと

をすぐに確認できるようになりました。

現在では営業会議はペーパーレスで、Salesforce の画面で 1 週間の活動と案件の推移を見ながら、トピックスを短時間で共有しています。

ターゲット層が 500 万円から 2,000 万円に、受注単価が 2.2 倍にアップ

案件ごとの特性を生かし受注までのストーリーを追えるので、タイムリーに動いたり、しばらく間隔をおくなどの駆け引きができるようになりました。誰に会うかも大切な要素です。案件が増え、受注までのプロセスが見える化したことで、案件によっては「辞退」するケースも取り入れられました。

大きい案件は受注できれば貢献度は高いのですが、その分現調・見積・提案までの社内工数がかかり、失注した時のダメージが、とて

も大きくなります。

自社での受注ゾーンや案件の追い方がわかり、案件分類別の成功・失敗事例が見える化され、販促資料の充実と活用の仕方が洗練されてきたことで成約率が確実にアップしました。

以前は 500 万円クラスの案件が中心でしたが、今では 2,000 万円クラスの案件までが充分ターゲットになり、受注単価は 2.2 倍にアップしました。

ターゲット層の拡大と受注単価がアップ



4年で売上が 1.8 倍にアップ

得意先によっては年に 20 件近い引き合いを頂き、重要顧客として個別に現調・見積・提案していても、年次で集計するとほとんど受注になってない先もありました。そこで、年次の案件状況を Salesforce で出力し、責任者に提示すると、とても恐縮し、その後は受注案件を沢山回してくれるようになりました。言葉での説明ではなく、実データが最も効果的です。

営業は、過去に大きな発注があった得意先を重要顧客として通い続けたりしますが、実績

を見ると過去 4 年間全く案件がないところもありました。

今では 3 年前に 2,000 万円の受注があった得意先より、毎年 700 万円の受注がある得意先を優先に活動しています。営業フローの見える化による、営業活動の見直しにより、導入後 4 年で売上が 1.8 倍にアップしました。

また、営業の人数を増やさず売上が伸びたことで利益も大幅に改善しました。

4年で売上が 1.8 倍に



選定のポイント

中小企業でも使いこなせる費用対効果

導入に際しては、CRM/SFA の本も読みソフトブレン社など他社も検討しました。Salesforce は興味があったのですが、費用的に難しいと思っていました。

しかし、クリア社からの提案を受け、必要十分な機能があり、費用的にもこのくらいで導入できるのかと思え、即決しました。

Salesforce での SFA(営業支援システム)を中小企業向けに作ってもらい、ライトに利用できるところが非常に良かったです。大手と違い、機能は最小限で良く、多機能なシステムを導入しても使いこなせないと思うので、丁度良い作り込みとコストでした。

定着化支援・活用支援で無理なく SFA(営業支援システム)が浸透

最初は自社で使いこなせるか不安もありましたが、最初の 1 年は定着化支援でどのように入力するのが良いかを丁寧に指導いただきました。

2 年目からは具体的な生データを基に様々な切り口で自社の状況を見る化してくれました。生データなので現場もわかりやすく、納得して活動してくれます。月日が経てば経つほど新たな分析手法を紹介いただき、自然とやるべきことが社内に浸透していきました。顧客情報の整備も進み、定期的なメルマガも Salesforce から発信しています。今では無くてはならない SFA(営業支援システム)になっています。

今後期待すること

人間の慣れを克服し、自社に適した機能強化を推進

人間慣れてくると自己流になり、報告が疎かになったり、紹介の順番が変わってきたりします。お客様への紹介では、話の順番が違っていると全く違ったとらわれ方をし、商談がなくなるケースもあります。

折角自社に適した SFA(営業支援システム)が構築できたので、継続的に有効な活用をしていきたいと思っています。

また、新しい仕組みや機能も紹介いただき、自社に合った方法で取り入れていきたいと思っています。

お問い合わせ

株式会社クリア TEL 03-6880-9190 URL <https://www.clearinc.co.jp/>

salesforce registered consulting partner