CLEAR

CRM / SFA
導入事例

印刷・同関連業

株式会社丸信　　印刷・同関連業

お得意様と営業の見える化を実現！
33年連続増収の基礎となる「営業の型」を実装！

MARU-SIN

丸信は「総合パッケージンングカンパニー」です。パッケージは、暮らしの様々な場面で商品を守り、輸送し、生活者の元へお届けするための大きな役割を担っています。西日本屈指の生産量を誇るシール、ラベル印刷はもとより、お客様の思いをカタチにする紙器印刷、これらを販売するために欠かせないプロモーションツールの一貫製造ラインなど、お得意様の業績向上に貢献すべく活動しています。

設立　1968 年 6 月
URL　https://www.maru-sin.co.jp/

シール・ラベル印刷

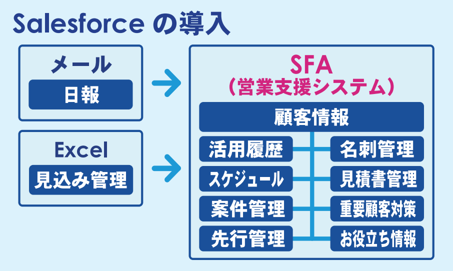
株式会社丸信
代表取締役
平木 洋二 氏

✔ 課題	↗ 効果
営業の労力を減らし、効率的にお客様対応力を強化したい。	**顧客情報、案件、活動、資料の一元管理で効率的にお客様対応力がアップした。**
担当変更時の引継ぎやマネージャーの仕事の見える化とスキルアップ。	**様々な情報が顧客カルテとして見え、営業の型によりマネージャーがやるべきことが明確になった。**

導入の背景

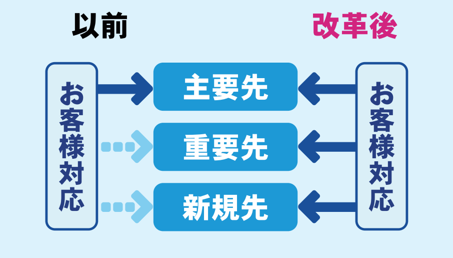
メール・Excel から SFA（営業支援システム）へ

営業活動の報告は 20 年位前からいち早くメールを採用。日々の活動を関連のグループメールに送ることで、タイムリーな対応に役立っていました。また、案件管理は Excel を使い、各自が毎月の見込み案件の管理を行っていました。
しかし、メールは流れてしまい蓄積されない情報で、お客様ごとの活動を時系列に見ることができません。
Excel の見込み案件も担当者ごとに手法が異なり全拠点の最新情報を入手するのに苦労していました。
情報をストックして誰でもいつでも活用できる仕組みが希望でした。



マネージャーの意識改革

部下の指導方法がわからなかったり、「自分のお得意様」だけで手いっぱいになったりするマネージャーがいました。弊社としてはできるだけ多くのお得意様に最善の対応をすべくエリア制を敷いていますが、マネージャーによる地域差が発生していました。
お得意様への対応をしっかりできているものは、業績が安定していますが、そうでない者は、お得意様の業績が良ければ担当の業績もよく、悪ければ一緒に悪いと波があります。これは主要先を中心にフォローしている担当の傾向です。業績が安定している営業は、新規先と重要先（潜在力：大、シェア：小）へのフォローができています。
マネージャーが何をすべきか、どのように把握して、どのように対応すべきかなど「営業の型」の作成が課題でした。



はみだし情報

結婚式や会合で、気になる方はその場でスマホで Salesforce を検索すると、丁度御見積を提出している先や、お得意様で誰が担当しているなどがわかり、失礼の無い話ができます。経営者としてすべてのお客様を把握するのは難しくとても便利です。

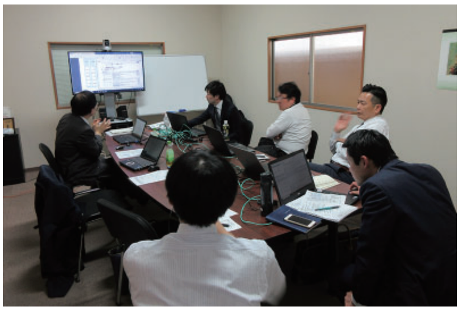
Copyright © 2019 CLEAR,Inc.

導入後の効果

小さく入れて実務に必要なカスタマイズを徐々に実装

初めは本社営業部を対象に顧客情報を中心とした営業支援からスタートしました。2 ヶ月ほどモデル運用をし、課題を改善して全社展開を開始しました。
実務で活用していくにつれ出てくる課題を、都度カスタマイズして必要な機能を拡張していきました。

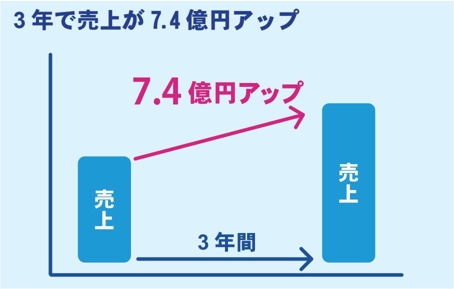
◆売上情報も Salesforce で見れた方がよいとの要望があり基幹連携を実装。
◆見積書がばらばらで、担当不在時の問合せ対応と、社内承認をスムーズにするため、見積書管理を実装。
◆メールで流れていた「お役立ち情報」も Salesforce 上に移行。
◆見積書は日々使用するので使い勝手を現場に合わせて改修。
◆先行管理には受注残も欲しいということで実装。
◆名刺も営業ごとの管理でしたので名刺管理を実装。
◆クレーム情報も別管理でしたが、お客様情報との連携と再発防止を強化すべく Salesforce に移行など。



プロジェクト会議風景
右奥から丸信様　吉村所長、市丸次長、栗田所長、山下課長代理、鶯海氏、クリア 津福

3 年で売上が 7.4 億円アップ

業績に波が多い営業と、業績が安定している営業との違いは、どこを見て営業しているかです。波のある営業は今月、来月を見て活動していますが、安定している営業は半年先を見通して活動しています。
このため、常に半年先までの見通しが見えるように先行管理の仕組みを実装しました。
各営業は担当エリアごとに主要 10 社とその他に見込を登録します。予算と見込との差額を案件で埋めるのですが、人によっては中々案件が立ちません。見積は提出しているのに案件が立たない営業もいるので、見積書を作成すると原則案件が作成されるように改修しました。
まだまだ全員ではないですが、先行管理を活かし業績が安定する営業も増え、導入 3 年で売上が 7.4 億円増加しました。



「営業の型」の実装

毎月限られた時間の中で、担当するお得意様をフォローするには営業の見える化が必要です。主要先、重要先、新規先などセグメントごとに的確な対応ができているかがポイントとなります。しかし、営業によっては行きやすい先に偏る人もいます。営業およびマネージャーが活動状況を簡単に把握できるようになり、マネージャーは穴があれば的確に指導します。
ＰＤＣＡの中で比較的Ｐが弱かったので、「重要顧客対策」にて毎月プランを立て、それに対する「実行」「評価」「改善」を実施するようにしました。
販促物もかなりの量作成していますが、営業によって活用度が違うので、「営業ナレッジ」に集約し、様々な切り口で販促物を探せるようにしました。
Salesforce 上に「営業の型」を纏めることで、簡単に漏れや穴に気づき、改善することができるようになりました。

選定のポイント

世界標準の仕組みを比較的低コストで導入

導入に際しては、e セールスマネージャーなど他社も色々検討しました。Salesforce は世界標準で特にカスタマイズ性に優れていて魅力的でしたが、コスト面で合わないように思っていました。
しかし、クリア社からの提案で比較的低コストでやりたいことが実装できることがわかり即決しました。

今後期待すること

マーケティングオートメーションの導入

コンテンツが揃ってきたので、誰が何を見ているとか、いつダウンロードされたかなどを把握し商談につなげたい。見積を送っても見てもらえていないこともあり、開いたらすぐに連絡するとか、品質のページを見に来ている方にこういうメールを送ろうなどができるとよい。また、ご無沙汰しているお得意様に定期的な案内を送るなど、人手をかけずに対応力をあげる仕組みを構築していきたい。

ＢＩ・ＡＩの導入

ＢＩ（Business Intelligence）を活用し商品、お客様、エリアなどの現状の分析を行い、正確な要因を把握したい。
また、ＡＩ（Artificial Intelligence）を活用し、このお得意様はこのままでは休眠になる確率が高いので、これとこれとこれを実施した方がよいとの情報がでるところまで行けるとよいです。

お問い合せ
株式会社クリア　TEL 03-6880-9190　URL https://www.clearinc.co.jp/

salesforce registered consulting partner

Copyright © 2019 CLEAR,Inc.