

CRM/SFA
導入事例

印刷・同関連業

お客様の業績向上に貢献する！

39年連続増収の基礎となる「営業の型」を実装！

丸信では、シール・ラベル、パッケージ等の「印刷・製造」事業と、食品業界を中心に包装資材やさまざまなサービス等を提供する「ソリューション」事業を展開しています。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、包装資材の調達からパッケージの企画・提案、通販立ち上げ、販促企画や広報支援、食品衛生等幅広いソリューションでお客様のお困りごとの解決をご支援いたします。

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



シール・ラベル・パッケージ印刷



株式会社丸信
代表取締役
平木 洋二氏

課題

効果

お客様の不便、不満、不安など「不」の情報をいかに収集し、どのように「解消」するか。

日々の活動から情報を報告し、時間と努力を惜しまず真摯に改善に取り組む仕組みを構築。

食品開発で作りたいものと、その技術やノウハウのある企業をマッチングしたい。

「食品開発 OEM.jp」を立ち上げ、分野、技術等様々な要望を実現する支援システムを構築。

2016年にCRM/SFAを導入し、9年で売上が154.3%、金額で44.9億円増収となる！

お客様の「不」の解消

「お役立ち」情報の収集と真摯な対応

「お役立ち活動」「ニーズ・ご不満」「改善個別対応」「気づき・提案」等が全国14拠点100名以上から毎日アップされる。この情報はレポートで全社に発信され、社長や拠点長が対応依頼先を指定し「推奨」として依頼情報が個別に全社送信される（営業へ報酬も有）。

早いものは翌日、大きい物は対策を練ってお客様にフィードバックされる。営業は常にお客様のお役に立てることはないかと接し、その姿勢はお客様にも伝わる。お客様への「不」の解消ができると、価格でない付加価値となり、お客様との関係が強固になる。

お客様の「不」を解消

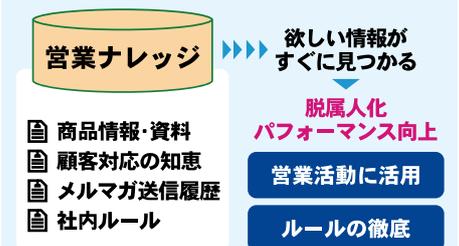


「営業ナレッジ」の蓄積と活用

「営業ツール」として商品分類別に「社内勉強用」「商品情報」「個々の特長」「販促資料」「成功事例」などを蓄積、サンプルや関連ファイル、関連リンクをナレッジ化している。これらを活用することで、社歴の浅い社員でも商談時に活用できるようになる。「重要顧客対策」ではお客様との信頼関係を構築するツールとして「訪問」「キーマン接触」「関係構築」「お困り事」などの方法をベテ

ン営業が登録している。「メルマガ」はいつでもどこにどんなメルマガを発送したかをいつでも確認でき、日々の営業に活用できるようになる。「社内通達」も個々にメールでの発信では、必要な時に内容を確認できないので「通達（製造）」「通達（営業）」「通達（総務）」と分類し「営業ナレッジ」から発信することで、いつでも社内ルールに則った活動ができる。

情報の一元管理・社内共有



はみだし情報

お客様からの工場・デザイナー等、社内メンバーへのポジティブなフィードバックを営業から発信してもらう為の仕組みをSalesforceに追加。社内メンバーにもお客様からのお褒めの言葉が届くようになり、「モチベーションが上がった」等の声が挙がっています。

活用事例

見積書管理と基幹連携と先行管理

見積書は以前は Excel で、作成、承認、活用がバラバラでした。承認ルールはあっても漏れがあったが、粗利と金額で自己承認、上長承認、社長承認の承認フローを導入し改善。また、原価計算を基幹で行い、その情報に基づいて見積書を作成するため、かなりの手間が発生していたが、現状では基幹連携により基幹データをそのまま見積書に反映でき手間も間違いもなくなる。見積書は一元管理され、他の人のよい見積書を活用できるのでさらに便利になる。

基幹連携で、取引先別に売上が日々更新され予算や見込対比の実績が日々確認でき、見込案件を入れると予算を達成するかが分かり、やるべき活動の参考になる。主要先の月別実績も表示され、どこは順調でどこが低調かも確認できる。さらに過去2年間の取引先別商品を実装し「低粗利リスト」の確認や対応も可。「商品サイクラーン表」でお客様からの注文漏れ対策もでき、低調先の実績も把握できる。

見積・基幹連携



MA ツールと連携し、マーケティング活動を強化

■ 展示会などの対応

収集した名刺は SmartVisca で取り込み「取引先」「取引先責任者」に展開する。「取引先責任者」はシステム連携で自動的に Pardot の「プロスペクト」に登録される。「お礼メール」などを簡単に送信できる。

■ WEB からの問合せ

HP から問合せがあると Pardot に登録される。

新規の場合は「リード」から「取引先」「取引先責任者」を作成する。Pardot でメルマガ配信やシナリオメールを配信できる。プロスペクトのメール開封や HP の閲覧などでスコアが上がり、テレアポ部隊がアポを取り、営業に展開できる。お客様が興味をお持ちの内容に応じて「One to One メール」を送信できるので、より情報を深掘してもらえらる。

MA ツールの活用



日々のデータを報告資料に (二重登録の削減)

■ 以前は毎月の営業会議に合せ、各拠点から1ヶ月のトピックスを会議前資料としてまとめメール配信していたが、トピックスの内容は日々の「活動」や「お役立ち」で入力した内容なので、「活動」や「お役立ち」の「会議前」に「レ」を付けると、拠点の会議前資料が作成され、微調して配信できるようになる。

■ 営業会議で配布される「社長会議資料」は個別に Excel で作成されていた。

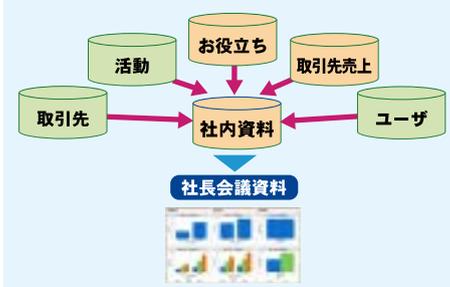
①「社長会議資料(実績)・先月」：新規獲得、重要顧客、営業ランキング、営業所別ランキング、営業本部など

②「社長会議資料(行動/お役立ち)・先月」：Salesforce での発信件数、訪問件数、新規訪問、重要顧客訪問件数など

③「社長会議資料(売上/粗利)・3年比較」：営業別の売上/粗利の増額3年比較など

元データはすべて Salesforce に蓄積されているので現在は、自動作成されたダッシュボードで確認。必要に応じてドリルダウンも可。

二重登録の削減



定着化のポイント

導入時以来毎月改善打合せを実施

最初には本社でテスト運用を開始。3ヶ月後に現場の要望を取り入れ全社展開を実施。現在では14拠点から日々の情報がアップされている。定期的な社長お打合せと、毎月のマーケティング DX 委員会、クレーム・再発防止の会で現場運用状況を確認し、現場からの要望や今後の改修を打合せ、より良いシステムに常に進化している。

今後期待すること・AI の導入

営業ナレッジの AI 活用

お客様への「お役立ち」情報や、「営業ナレッジ」、Chatter グループの「新規開拓・重要顧客活性化委員会」【「新人教育」社内 Q&A】などに社内の様々な情報が蓄積されている。現在は、これらの情報を見に行ったり、担当者にも問合せしているが、これらを AI ツールを活用し、チャット形式で Q&A することで社員が誰でもいつでも社内のナレッジ情報を活用できるようにしていきたい。

商談履歴の自動作成

営業はお客様との打合せ情報を日報やメール、電話で報告している。営業によっては、お客様のニーズや要望を正しく理解し、必要部署に伝えるのが苦手な人もいます。お客様との商談履歴が、自動的に Salesforce に活動としてアップできれば、大幅な時間の削減につながり、社内の担当者が具体的な商談内容を確認できれば、間違いや漏れを無くすることができるようになる。

お問い合わせ

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

