CASE STUDY

株式会社東洋レーベル様

営業リスト作成サービス
Papattoクラウド

純国産クラウド型統合ビジネスアプリケーション
Knowledge Suite

印刷業　製造業

事業内容：機能性印刷・スクリーン印刷・シール印刷・オフセット印刷／設立：1977 年 11 月 24 日
従業員数：100 名（パート、派遣 32 名含む）／URL：https://toyolabel.co.jp/

名刺管理とテレアポで営業に新風を
『Knowledge Suite』『Papattoクラウド』が初挑戦をサポート

京都府に本社を構え、創業 45 年を数える老舗印刷企業・東洋レーベル様。
シール印刷やスクリーン印刷などにとどまらず、センサーやヒーターなどの機能性印刷でも知られています。
同社では 2021 年 9 月に『Knowledge Suite』、同年 12 月に『Papatto クラウド』と、ナレッジスイート株式会社が提供するサービスを連続で導入くださいました。
SFA を始めとし、CRM や名刺管理の機能も搭載する総合ビジネスアプリケーション『Knowledge Suite』と、自在の条件抽出で自社に最適な企業リストを作成できる『Papatto クラウド』をどのように併用されているのか…。
同社の営業改革をサポートした、両サービスの導入の経緯や利用方法を、導入を決定された業務部の高山様に詳しくお聞きしました。

導入目的

- 営業部門の名刺を一元管理し、潜在顧客を発掘。（『Knowledge Suite』）
- 効率的・効果的なテレアポのためのリスト作成ツールとして。（『Papattoクラウド』）

課　　題

- もらった名刺を個人が属人管理しており、活用できていない。（『Knowledge Suite』）
- 一般的なリスト会社からのテレアポ用リスト購入はデータ量が少なくコストも高い。（『Papattoクラウド』）

導入効果

- 名刺管理の日常化と営業業務の見える化に成功。（『Knowledge Suite』）
- 初めてのテレアポ業務を、低コストでスムーズに実践。（『Papattoクラウド』）

運用方法

- 営業部門にて導入。名刺管理を中心に、顧客情報を共有化。（『Knowledge Suite』）
- 作成したリストを元にテレアポ後、『Knowledge Suite』で顧客管理。（『Papattoクラウド』）

BEFORE

- コロナ禍をきっかけに新規顧客獲得が困難に。
- 業務内容が可視化できておらず、チーム内の業務が不透明。

AFTER

- 『Knowledge Suite』『Papattoクラウド』の併用で、新たな営業スタイルを確立。
- 名刺管理やテレアポの商談管理を実践し、効果的な情報共有が実現。

従来の型に囚われない新しい営業スタイルを ツールによって実現したい

まずは『Knowledge Suite』のようなビジネスアプリケーションを探し始めた経緯についてお聞かせください。

高山様　当社営業部門がコロナ禍によるダメージを受けてしまったことがきっかけでした。
飛び込み営業もできなくなり、展示会も次々と中止になって、新規顧客の獲得が難しくなっていったんです。
なので全社一丸となって、従来の営業活動に囚われない、新しい営業の形を模索していこうということになりました。
WEBを活用したプロモーション活動や、ITツールの導入もその一環だったんですね。
当時私は営業部門に所属していたのですが、会社から「何かよさそうなITツールを見つけてきてくれないか」とオファーを受け、探し始めたのがきっかけです。
特に、当時の会社の問題として挙げられていたのが営業部門の名刺管理です。
営業マンが持っている推定8千～1万枚程度の名刺が個人管理になっていて、共有ができていない、と。
ならばこれをツールで一元管理して、情報資産として活用すれば、潜在的な顧客が発掘できるのではないか…という考えです。
そこで名刺管理ツールを探し始めたのですが、名刺管理ツールはSFAとセットになっていることが多いんですよね。
そんな中で出会ったのが『Knowledge Suite』です。

『Knowledge Suite』の印象はいかがでしたか?

高山様　まずはシンプルで簡単そうだな、というのが第一印象ですね。
どこの会社でもそうかもしれませんが、当社の営業マンはとかくITにはうとい者が多くて…(笑)。
なので色々なツールを見ましたが、シンプルさ、とっつきやすさというのは非常に重要視していました。
『Knowledge Suite』なら利用のハードルが低く、みんな使ってくれるのではないかと思ったのが、導入の決め手ですね。
課題だった名刺管理についても、スマホで撮影するかスキャナでスキャンするだけで、あとはほぼ自動でやってくれますから。
それから、すでに導入していた他社のグループウェアと画面や操作感覚が似ていたのも決め手の1つでした。

すでに慣れているものと見た目が似ていれば、みんな抵抗感はないだろうと思ったんです。
それから個人的には、商談管理の項目が簡単にカスタマイズできる点は気に入っています。
当社では製品ごとに特殊な用語で分類して呼び合っているので、そうした限定的な言葉も項目に組み込めるのが非常に便利です。

ITツールが苦手な営業マンたち… それでも思った以上にすんなり浸透

実際に導入してみて、皆様の反応はどうでしたか?

高山様　なるべく使いやすいものを…と考えて導入しましたが、それでも思った以上にみんなすんなり使ってくれました。
導入前は、みんなもうちょっとだらしなく、何日かに1度しか利用しないだろうな…と予想していたのですが(笑)、実際は現在もほぼ毎日『Knowledge Suite』を使っていますね。
とにかく名刺のデータ入力が簡単なので、その点をみんな高く評価しているようです。
先ほど述べたように、グループウェアはすでに他社のものを導入済みだったのですが、そのトップページに『Knowledge Suite』のアイコンを表示させているのも定着に一役買ったと思っています。
みんな朝出社して、PCを立ち上げると『Knowledge Suite』のアイコンが必ず目に入るわけなので、そこで心理的なハードルが下がったのではないでしょうか。
特に年配の社員などはグループウェアにもやっと慣れたくらいなので、新たにツールが導入されたというより、すでにあるグループウェアに1つの機能が組み込まれたように見えたのも良かったんでしょうね。

現在、『Knowledge Suite』をどのように利用されていますか?

高山様　基本的には営業部門で使っています。
今は当初の目的どおり、名刺管理がメインですね。
またそこに紐づく顧客情報、会社情報の入力や、見積もり、商談確度といった情報も出来るだけ入力しています。
こうした顧客管理をするだけでも、営業部門にはかなり変化が出てきたと思います。
以前は業務の可視化が充分にできておらず基本的に個人プレーで、隣の席の者がどんな仕事をしているのか、あまり把握できていなかったんです。
『Knowledge Suite』導入後は、「彼はこんな企業とやりとりして、こんな話をしていたのか…」という発見が現場にも管理者にもあって、良い刺激になっています。

今後『Knowledge Suite』をどのように使いたいとお考えでしょうか?

高山様　業務の可視化についてはさらに追及していきたいですね。
例えば各営業マンがどんな案件をとっているのか、また逆にどんな案件がとれていないのか…。
そんな中で各営業マンの得意・不得意が見えてきたりするとおもしろそうだな、と思っています。
それから、今はスモールスタートでほぼ本社の営業部門でしか使っていないのですが、そこでの知見を活かし、今後はより広範囲で使っていきたいと思っています。
当社は部署が多く、拠点も多いので、部署や拠点が変わると何をやっているのかぜんぜん分からないんですね。
なので、そういった情報の共有化はどんどんやっていきたいと思っています。
『Knowledge Suite』は何人で使っても定額なので、すでに全社員分のアカウントは取得してあります。
あとは実践するだけですね。

とにかく安い・データが多い…
他社との比較で断然優位だった『Papattoクラウド』

つづいて『Papattoクラウド』の導入経緯についてお聞かせください。

高山様　冒頭に申し上げたように、ともかくコロナ禍で新規獲得が難しい状況があり、新しい営業の形が求められていました。
そんな中でテレアポにも挑戦してみよう、というのも1つの施策だったんです。
以前は飛び込み営業や展示会出展を積極的に行なっていたのですが、それができなくなってしまったので…。
なにぶん当社にとっては初めてのテレアポですから右も左も分からない状態から始めて、まずはどこに電話をすればいいんだろう、という所からのスタートですよね。
当初は社内で某大手データベース企業から企業リストを購入しようという案に決まりかけていました。
しかしそこで偶然にも、ナレッジスイートさんから『Papattoクラウド』というサービスがありますよ、という案内があったんです。
膨大なデータの中から、自社の製品にマッチした企業を自由自在に絞り込んでリスト化することができる、と。
それで詳しく話を聞くと、これが某企業のサービスよりもはるかに魅力的だったわけです。
ほとんど決まりかけていた社内決裁に私が割り込んで、急きょ『Papattoクラウド』に変えてもらいました。

『Papattoクラウド』の導入の決め手はなんでしたか?

高山様　とにかく「安い」そして「データ量が多い」、これにつきますね。
特にコストに関しては当初予定していた某社とは比較にならないほど安く使えています。
また絞り込み機能などリスト作成の使い勝手がよかったのも決め手になりました。
やはりただ闇雲にテレアポしても意味はありませんから、自社商品に見合った顧客リストを詳細に・簡単に生成できるかどうかは重要です。
『Papatto クラウド』はこうした機能で詳細に絞り込んでリストを作成しても、あまり絞り込みをしない某社のリストよりも件数が多かったのが驚きでしたね。

現在『Papattoクラウド』をどのように使っていますか?

高山様　まず企業リストの作成については、ある程度規模の大きな製造業をターゲットに、医療や電子部品といったキーワードに関連する企業で絞り込み、作成しています。
『Papattoクラウド』の良いところは、部署直通の電話番号も含んだリストが作成できる点で、これがだいぶ重宝されていますね。
このリストを元に営業部門でテレアポを行なっていますが、それに伴う顧客情報の管理を『Knowledge Suite』で行なっています。
当社では、見積もりのステップまで行った顧客は『Knowledge Suite』に登録する、というルールにしています。
これによって、テレアポの成果についても営業マン個人で管理するのではなく、組織全体で情報共有できるため、顧客の反応や成果が見えやすいですね。
今後はこうした知見を活かし、また当社もテレアポの経験を積んで、少しでも成果を上げていければと思います。

『Knowledge Suite』『Papattoクラウド』に共通する特徴は何でしょうか?

高山様　やはりどちらもシンプルで、とっつきやすいという点でしょうね。
『Papattoクラウド』の方も、特別な説明もなく営業部門みんなですんなりと使い始めることができました。
いちおう操作説明会はやりましたが、画面を見れば使えるので、あまり言うこともないんですよね(笑)。
それよりも「こんなに大量の情報が手に入った、さて、どうテレアポに活用しようか」という感じで、当社側の課題を考えることに集中できました。

最後に、『Knowledge Suite』『Papattoクラウド』未導入の企業様に向けて、おすすめのコメントをお願いします。

高山様　まず『Knowledge Suite』を活用して属人化をやめ、情報の共有化をすることをおすすめしたいです。
当社も以前はだいぶ属人化されている状態にあったのですが、『Knowledge Suite』を導入してみて情報共有の意義に気付くことができました。
共有化すれば1人で抱え込まず、周囲を巻き込んで色々な人の手助けや知恵を借りることができるようになります。
いろんな角度からの意見が出てきますし、いい意味で「人任せ」にすることもできる。
それによってしっかり休むこともできるようになります。
コロナ禍でテレワークも浸透した現在、脱・属人化というのは時代の流れなのかもしれません。
『Papattoクラウド』のおすすめコメントはもう、たった一言です。
「たくさんの企業リスト、安く作りたいですよね?」
…それに尽きます(笑)。
この両者の併用については、どんな企業にもおすすめできると思いますね。
むしろ我々のような印刷業は納期が短いため、商談記録にコメントを付ける機能などは、付ける間もなく案件が終了してしまうので、まだあまり使いこなせていない気がするんです(笑)。
納期が長く、1つの案件を長期にわたって追う必要があるような企業では特に高い効果を発揮するのではないでしょうか。

本日はありがとうございました。

高山様　ありがとうございました。

※本取材は感染症対策に十分な配慮をしたうえで行なっています。

社　　名：株式会社東洋レーベル
事業内容：スクリーン印刷・シール印刷・転写シール・電子機器の設計開発
設　　立：1977年11月24日
従業員数：100名(パート、派遣32名含む)
U　R　L：https://toyolabel.co.jp/

株式会社東洋レーベル

blue tec
ブルーテック株式会社

開発元・お問い合わせ先

ブルーテック株式会社
〒105-0001 東京都港区虎ノ門三丁目 18 番 19 号 UD 神谷町ビル 7 階　TEL：03-5405-8111