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

「Knowledge Suite」導入から２年 SFA 導入企業のデータ活用法に迫る

ブロードバンドネットワーク事業をはじめ、フォトニクス事業、セキュリティ・セイフティ事業、デジタル映像事業をおこなう
NTTエレクトロニクス株式会社様ではエクセルでの案件管理に限界を感じて「Knowledge Suite」を導入。
２年間運用し、様々な効果を得られたという。
今回は、定着のための施策、入力データの活用法など導入してからの運用方法を伺った。

NTTエレクトロニクス株式会社様（http://www.ntt-electronics.com/）　神奈川県横浜市神奈川区新浦島町 1-1-32　ブロードバンドネットワーク事業 / フォトニクス事業 / セキュリティ・セイフティ事業 / デジタル映像事業

『Knowledge Suite』導入以前は、営業部員ひとりひとりにエクセルで営業報告を提出してもらい、週１回、隔週、月１回、それぞれ議題の異なるミーティングを設定して、状況を共有するという形で、営業管理を行っていました。
しかし、案件数が年間 1,500 ～ 2,000件と多く、エクセルのファイルは重くなる一方。管理していくことに限界を感じたため、営業管理をシステム化したいと、SFAの導入を検討し始めました。そんな中、第３回クラウドコンピューティング EXPO [秋] で『Knowledge Suite』に出会い、機能面、コスト面ともに魅力的だったので、比較検討候補のひとつにすることにしました。その後、いくつかの SFA を比較検討した結果、最終的に『Knowledge Suite』の導入を決めました。一番の決め手となったのは、ID 数に依存しない「ユーザー数無制限」という料金体系でした。

定　着　化　施　策

1 営業報告に必ずコメントする

提出された営業報告に上長がコメントを入力。
コメント入力ができる点に営業マンが興味を持ち「Knowledge Suite」の積極的な使用に繋がった。
コメントを残す習慣が根付き、現在も気軽にコミュニケーションをとっている。

2 データの参照先をExcelから移行

すべての情報源を「Knowledge Suite」とした。
売上集計、活動報告は「Knowledge Suite」に登録がないと実績として評価しないというルールにし、商談上で商品登録がないと、商品が引き当たらないという運用方法をとっている。

3 営業部門が主体で運用する

営業部門の役職クラスを中心に推進している。
商談の入力項目は実際に見込みを立てる際に必要な項目を定期的にレビューし追加・削除している。これにより見込みの精度が改善し、数か月先の予測も立てやすくなった。

「『Knowledge Suite』がないと業務が回らないようにする」ということを念頭において社内の運用ルールを改訂しました。
まず、ローカルのエクセルデータを廃止し、営業のデータはすべて「Knowledge Suite」の情報を反映させることにしました。
これにより同じ情報を何度も入力していた営業マンは「Knowledge Suite」に情報を入力するだけで、すべてのデータに入力した情報が反映されるようになり、業務の効率化が図れ、定着化へとつながりました。また営業部門が使うツールなので、役職クラスが主体となり積極的に「Knowledge Suite」を活用するためのＰＤＣＡのサイクルを回したことが大きかったと考えています。

導 入 効 果

エクセル管理では見えなかった新しい角度で商談の情報が可視化された

大型案件が複数商流になっていることがわかる

大型案件の場合、複数の代理店から同じエンドユーザへの提案依頼が来ます。商談としてはすべてアクティブですが、受注は1件しかないので、すべてを見込み値に反映するとミスリードが発生します。「Knowledge Suite」上で案件を管理するようになってから、同一エンドユーザーの引き合いが来ているというのが初期の段階でわかるようになりました。また、営業同士もフェアに営業活動ができるので、遺恨を残さないというメリットもあります。

実態を正しく見える化することができる

たとえば受注時期が翌月にずれる場合も、いままでは予算を持っているのかいないのかがわからず、営業の肌感覚での見込み予測になっていました。そこでカラム（入力項目）の拡張を行い、予算を確保済みで製品選定の段階なのか、または次年度予算計上のための情報収集なのか把握できるようにしたのです。そうすることで、見込みの精度が格段にあがりました。

２年分の情報が蓄積されているため、予測が立てやすい

経営側から２か月先の見込み値を要求された時に、見込み値を出そうとするとまだ新規案件が発生していないということがあります。そんなときは１年前のデータを参照し、現段階からどれぐらい新規案件が発生して受注フェーズまで来るのかをある程度予測しています。個々の案件に対して押し込みをかけるという使い方だけでなくマクロな視点での可視化も「Knowledge Suite」にデータを蓄積してきたからこそ実現できています。

入 力 デ ー タ の 活 用

営業部では見込み値の管理で活用、他部門では商談情報を利用し業務効率アップ

入力を行う営業マンは「Knowledge Suite」上のデータを週報報告会や部門でのミーティングで活用しています。そこではプロセスや次のアクションについての相談を行います。営業のパフォーマンスを測定する月次会議では数字ベースでの実績と今後の計画を、SFAからエクスポートしたデータをもとに報告しています。
上長は見込み管理での活用がメインです。蓄積した前年のデータをもとに、本年度の見込み値や予実管理を行っています。これらはすべて「Knowledge Suite」に蓄積されているデータでおこなっています。
営業部門以外の部署でも「Knowledge Suite」のデータを業務に活用しています。発注を担当する部門では、「Knowledge Suite」の商談番号を注文書と一緒に受け取っています。発注する際に必要な情報が不足していた場合、いままでは営業担当者に直接聞いていたのですが、SFAを導入してからは商談情報を見て埋められるようになり、業務の効率化に繋がっています。

2015年度2月　○○ ○○

1（累積）	目標（年間）	累積	進捗率	粗利額	粗利率
売上	¥347,234,980	¥376,054,300	108%	158,538,993	42%
件数	32	35	109%	–	–

2（単月）	目標	実績	進捗率	粗利額	粗利率	失注
売上	¥49,862,040	¥121,681,000	244%	¥56,879,440	47%	¥0
件数	3	4	133%	–	–	0

3 進行中商談	A	B	C	計
売上	¥29,796,250	¥28,137,500	¥265,388,500	¥323,322,250
件数	3	2	8	13

4 受注案件一覧

商談名	顧客	顧客種別	種別	売上金額
案件-A	顧客-1	既存顧客	既存ビジネス	¥55,000,000
案件-B	顧客-2	既存顧客	既存ビジネス	¥20,000,000
案件-C	顧客-3	既存顧客	新規ビジネス	¥18,637,000
案件-D	顧客-4	新規顧客	既存ビジネス	¥18,044,000

5 進行中商談一覧

案件名	顧客	顧客種別	種別	売上金額	フェーズ	完了予定日	完了に向けた取り組み
案件-AA	顧客-1a	既存顧客	既存ビジネス	¥18,637,000	A(受注確度:80%～	2015年3月	契約期間スケジュールの調整
案件-BB	顧客-2a	既存顧客	既存ビジネス	¥5,200,000	A(受注確度:80%～	2015年3月	利用環境を技術に確認
案件-CC	顧客-3a	既存顧客	既存ビジネス	¥5,859,250	A(受注確度:80%～	2015年3月	稼働中の台数を確認
案件-DD	顧客-4a	既存顧客	既存ビジネス	¥18,637,000	B(受注確度:50%～	2015年4月	納入時期を確認
案件-EE	顧客-5a	既存顧客	既存ビジネス	¥9,500,500	B(受注確度:50%～	2015年5月	施流整理
案件-FF	顧客-6a	既存顧客	新規ビジネス	¥18,637,000	C(受注確度:30%～	2015年7月	デモ機の評価をしていただく
案件-GG	顧客-7a	新規顧客	既存ビジネス	¥18,637,000	C(受注確度:30%～	2015年6月	評価機器を貸し出す
案件-HH	顧客-8a	既存顧客	既存ビジネス	¥15,204,000	C(受注確度:30%～	2015年8月	予算の進捗状況を代理店へ確認
案件-II	顧客-9a	新規顧客	既存ビジネス	¥45,880,500	C(受注確度:30%～	2014年8月	説明会を開催
案件-JJ	顧客-10a	既存顧客	新規ビジネス	¥35,050,000	C(受注確度:30%～	2015年9月	正式見積もり提出
案件-KK	顧客-11a	既存顧客	新規ビジネス	¥15,500,000	C(受注確度:30%～	2015年8月	定期的な情報交換を行う
案件-LL	顧客-12a	新規顧客	既存ビジネス	¥39,480,000	D(受注確度:20%～	2015年8月	見積書を提示する
案件-MM	顧客-13a	既存顧客	新規ビジネス	¥27,000,000	D(受注確度:20%～	2015年7月	製品デモを実施する

6 進行中商談以外の取り組み（当月、翌月、翌々月）

取組内容（ToDo）顧客	ToDo完了時期	売上金額
顧客-b（向け、2顧客ABC	2015/3/31	–

現 場 の 反 応

情報が共有されるのでクレームも案件詳細もリアルタイムで確認可能

以前利用していたExcelファイルの内容をそのまま「Knowledge Suite」に入れているだけなので特に負荷なく、更新もしやすくなりました。更新履歴が残るので、いつの時点で変更があったか上長や他の営業担当者が分かるところも評価が高いです。
例えば注文個数が 50 個から 10 個に変更があった時に、すぐに更新ができるというだけでなく、なぜ減ったのか、いつ減ったのかが関係者に共有されるので、本人にわざわざ話を聞かなくても経営層への説明が出来ますし、変更への対応もスピーディーに行えます。共有という観点から言うと今まで担当者や一部の従業員の間でしか共有されていなかったクレームの情報が共有されるようになりました。
また案件担当者の変更も簡単にでき、引継ぎがスムーズになりました。案件の詳細もすべて「Knowledge Suite」に蓄積されているので 1件1件丁寧に経緯を確認することができます。

次 の ス テ ッ プ

SFAで蓄積した情報をCRMで活用する

弊社ではSFAの機能を優先して定着・活用してきたので、今後はCRMとして「Knowledge Suite」を活用していこうと考えています。なぜCRMから導入をしなかったのかというと、先に SFA として導入し、営業担当者に顧客登録をさせることで、見込みの高いアクティブな顧客のみが登録されると考えたからです。現在弊社のSFAに登録されている顧客は見込みの高い顧客のみとなっています。ここから現在「Knowledge Suite」に登録のある顧客の名刺情報を名刺取り込みサービス（名刺CRM機能）を使い、CRMとして利用できる完璧な状態にします。
データが整備されたら、メールビーコンの機能を利用して新製品のアピールや展示会の案内を行い見込み顧客の育成を行っていきたいと考えています。

開発元・お問い合わせ先

blue tec

ブルーテック株式会社　https://bluetec.co.jp
105-0001 東京都港区虎ノ門 3-18-19 UD神谷町ビル7F

☎03-5405-8111