

Zoho CRMのメール連携



ZOHO CRM

目次

1.はじめに

2.メールとCRMを組み合わせたソリューション

- 組み込みのメールオプション
- Zohoメール連携

3.SalesInbox

4.メールの送受信

- Microsoft Outlook用プラグイン
- Gmail用プラグイン
- メールマグネット
- BCC Dropbox
- Zohoセールスシグナル
- メールテンプレート
- データ内のメール
- 組織のメールアドレス

5.メールの追跡

6.メール機能の選択

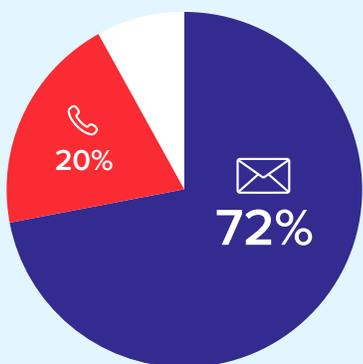
7.1日に送信できるメールの件数

はじめに

メールとCRMを効率よく使い、より多くの商談を受注しましょう。

ビジネスにおけるコミュニケーションメディアとして、メールは今でも、10年前と同じくらい重要な存在です。ソーシャルメディアなどの手軽なコミュニケーションツールが登場したことでメールの魅力は失われたという声もありますが、そうとも言えません。会社から顧客、従業員からマネージャー、営業担当者から見込み客、チームメンバー同士のやり取りなど、ビジネスの世界では依然として大量のメールが送信されているのです。

メールは営業担当者にとって最も強力なコミュニケーションメディアとして、今後も長く利用されるでしょう。今でも多くの方が、メールを他のツールよりもプロフェッショナルな方法であると考え、コミュニケーション手段として利用しています。



Marketing Sherpa社の調査によれば

会社から連絡を受ける際 顧客の72%がメールを好み

対面でのミーティングや電話を好む顧客は20%未満でした。

marketingsherpa
powered by MCCLARE

また、メールは会話の文書化という点で、リアルタイムチャットや電話よりも最適な方法といえます。なぜなら、メールでの会話は確実に保存され、後日確認できるからです。

メールはプロフェッショナルなコミュニケーションツールであるうえに、コンバージョンにつながる最も効果的な手段です。

Campaign Monitorを利用した調査によれば、
メールを利用してアプローチした場合、見込み客や連絡先がWebサイトへのリンクをクリックする可能性が、TwitterやFacebookを利用するよりも6倍多いことがわかっています。

	Q1 2012	Q2 2012	Q3 2012	Q4 2012	Q1 2013
ソーシャルメディア	0.49%	0.60%	0.73%	0.88%	0.71%
メール	3.06%	3.24%	3.48%	3.58%	3.19%

メールは、以下の場合によく活用されます。

1. 営業担当者は、見込み客が商談につながる可能性がどのくらいあるかを調査し、進捗状況を同僚にメールで共有します。一方、見込み客へはヒアリング内容やフォローメールを送ります。
2. 会社はターゲットである顧客にメールを送信し、新製品の紹介や展示会への招待を行います。
3. メールマガジンもよくある活用例です。会社のブログを購読したりメールリストに登録した顧客向けに、さまざまな割引や新機能などを紹介するメールマガジンがメールで送られます。

メールが最適なコミュニケーション手段であるという場面は他にも、日々の業務で数多く見られるでしょう。

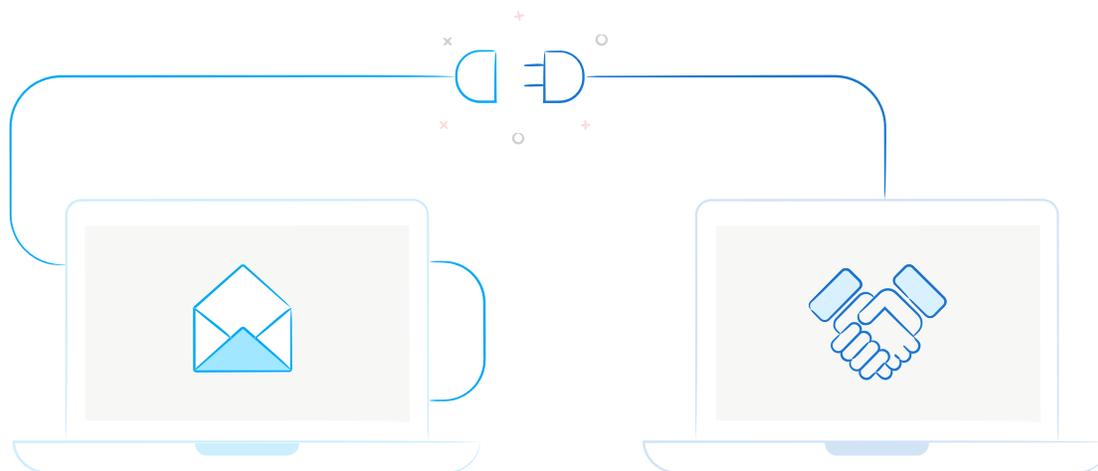
メールとCRMを組み合わせたソリューション

大量のメールが受信トレイにあふれ、その中から必要な情報を把握するのは容易なことではありません。受信トレイが整理されていないと、本当に重要なメールを見逃す可能性もあります。

また、顧客データをCRMで管理し、メールを他の場所に保存している場合、それぞれの情報を確認するのにタブやブラウザを何度も横断する必要があり、顧客とのそれまでのやり取りを素早く確認することができません。顧客の詳細情報とメールは強力に関連付けられていなければなりません。メール管理の死角をなくすには、この関連付けが必要不可欠なのです。

メールのコピーを顧客データに添付すること。
それがZoho CRMの提供するソリューションです。

Zoho CRMを利用すれば、顧客データにメールのコピーを添付しておくことができます。もうメールとCRMの切り替えに余計な時間を使う必要はありません。



有望な見込み客である田中さんに、製品デモの日程調整メールを送信したでしょうか。Zoho CRMにアクセスすれば、田中さんの詳細情報とともに、送信済みのメールも確認できます。

続いて、以下の方法について説明します。

1. Zoho CRMが提供するメールオプションを確認する。
2. 自分に最適なメールオプションを選択する。
3. 顧客データを軸にメールを整理することの主な利点を知る。

組み込みのメールオプション

Zoho CRMには**見込み客**や**連絡先**にメールを送信するオプションが組み込まれています。メールアカウントを設定することなく、CRMで連絡先にメールが送信でき、見込み客や連絡先と関連付けることができます。

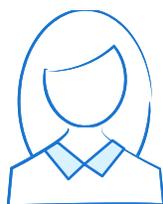
これがあれば、顧客とやり取りしたメールを見つけるために受信トレイを検索する必要がなくなります。

組み込みオプションのしくみ

組み込みのメールオプションは、見込み客、連絡先、商談、見積書、請求書、受注書などを含むすべてのZoho CRMタブで利用できます。

これらのタブでは、メールを送信したり同じメールのコピーをデータ内に保存したりするための関連リストがデータごとに表示されます。

Zylker社の営業担当者である橋本さんの例を見てみましょう。



橋本さんはZylke社のCRMアカウントの管理者ではありませんが、営業担当者の1人であり、ビジネス用のメールアドレスとして**hashimoto@zylker.com**を登録しています。

橋本さんが連絡先にメールを送信すると、送信元アドレスには自動的に**hashimoto@zylker.com**が入力されます。

Zoho CRMは橋本さんのメールアドレスを使って**仮想のメールアドレス**を作成します。この状態で

橋下さんがメールを送信すると、メッセージはその仮想アカウントから送信され、CRM内の顧客データに自動的に関連付けられます。

これらのメールは公開メールとなるため、**Zylker社**の社員なら誰でもアクセスできます。データにアクセスできるユーザーであれば、関連付けられたメールも確認できます。

見込み客や連絡先へのメール

送信先が見込み客や連絡先であれば、組み込みオプションを使って、簡単にメールを送信できます。見込み客や連絡先のメールアドレスは、重要なその他の詳細情報とともにデータ内に保存されています。ただし、商談タブの場合は少し異なります。

商談は、組織に収益をもたらすものであり、組織との取引 (**B2B**) と個人との取引 (**B2C**) があります。通常、商談には連絡先データが関連付けられていますが、メールアドレスは関連付けられていません。商談にはそれぞれ、購入プロセスに関わった窓口担当者がいます。

Zoho CRMで商談に関するメールを送信したい場合は、どうすればよいのでしょうか。

商談に関連付けられた連絡先にメールを送信すると、Zoho CRMが連絡先のメールアドレスを記録し、その連絡先とのメールのコピーと商談データを保存します。

見積書、請求書、受注書

ほとんどの営業プロセスにおいて、見積書、請求書、受注書は、営業担当者が各販売の記録を残すためにやり取りする重要な文書です。このやり取りは常にメールで行われ、各メールは営業マネージャーによって承認された後、顧客や窓口担当者に送信されます。商談と同様、Zoho CRMでは見積書、請求書、受注書にも連絡先が関連付けられています。

メール送信のオプションをクリックすると、見積書または請求書がPDFとして添付されたメールが連絡先に送信されます。

発注書

発注書の場合は少し異なります。発注書は、仕入先に商品/サービスを注文するための法的な書類です。そのため、発注書には連絡先と仕入先の詳細情報が記載されます。

発注書には連絡先と仕入先の詳細情報が記載されています。そのため、発注書は連絡先と仕入先のどちらにも送信できます。

メールを送信する際は、発注書をPDFとして添付したメールを連絡先または仕入先相手に送信できます。

ただし、この組み込みオプションでは送信メールのみデータが記録され、受信メールはCRMのデータに関連付けられません。送受信のメールを保存しておくには、Zohoメール連携を使いましょう。

Zohoメール連携

Zohoメール連携を利用すると、Zoho CRM内でメールアカウントにアクセスできます。追加したメールアカウントは、CRM: **メール**内の新しいタブからアクセスできます。この連携は、Zoho Mailのアカウントを持たないユーザーでも利用できます。Gmail、Yahoo!メール、Hotmailなどのメールクライアントを利用している場合でも、この連携を利用できます。また、Zoho CRM内でこの連携を利用してメールボックスを設定することもできます。

Zoho CRMでメールボックスを設定すべきユーザーと、その理由を教えてください。

Zoho Mailオプションは、営業担当者のための優れたツールです。一般的な営業担当者の1日の仕事は、有望な見込み客を見つけ、電話をかけ、タスクを実行し、見込み客と会い、見込み客に関するより詳しい情報を収集することなどです。これらの行動には、メールを送信したり返信を受け取ったりすることも含まれます。

Zohoメール連携は、送受信されるメールのコピーを作成し、それらに対応するCRMのデータに関連付けます。これにより、営業担当者は過去のすべてのメールのやり取りを確認できるようになります。この連携を利用すると、顧客のメールをCRMのデータに関連付けて保存しておけるだけでなく、受信トレイ内のすべてのメールにZoho CRMからアクセスすることもできます。

メール共有のオプション

CRM内のデータに関連付けられたメールは、組織のCRMアカウント内の他のユーザーと共有できます。

管理者主導のメール共有では、メールを共有できる相手、どのユーザーにどのような権限を与えるか、共有時に除外できるドメインなどを設定できます。これにより、ユーザーが各自のチームにメールの履歴をどのように共有するかをコントロールできます。

管理者は設定されている共有権限を変更することも、「**ユーザーの選択**」を選択し、メール共有の権限設定をチームメンバーに任せることもできます。

以下の共有オプションがあります。

「**非公開**」- 他のメンバーにメールを共有しない。

「**カスタム**」- 選択した見込み客/連絡先からのメールを共有する。

「**公開**」- すべての見込み客と連絡先のメールを共有する。

POP/IMAP設定

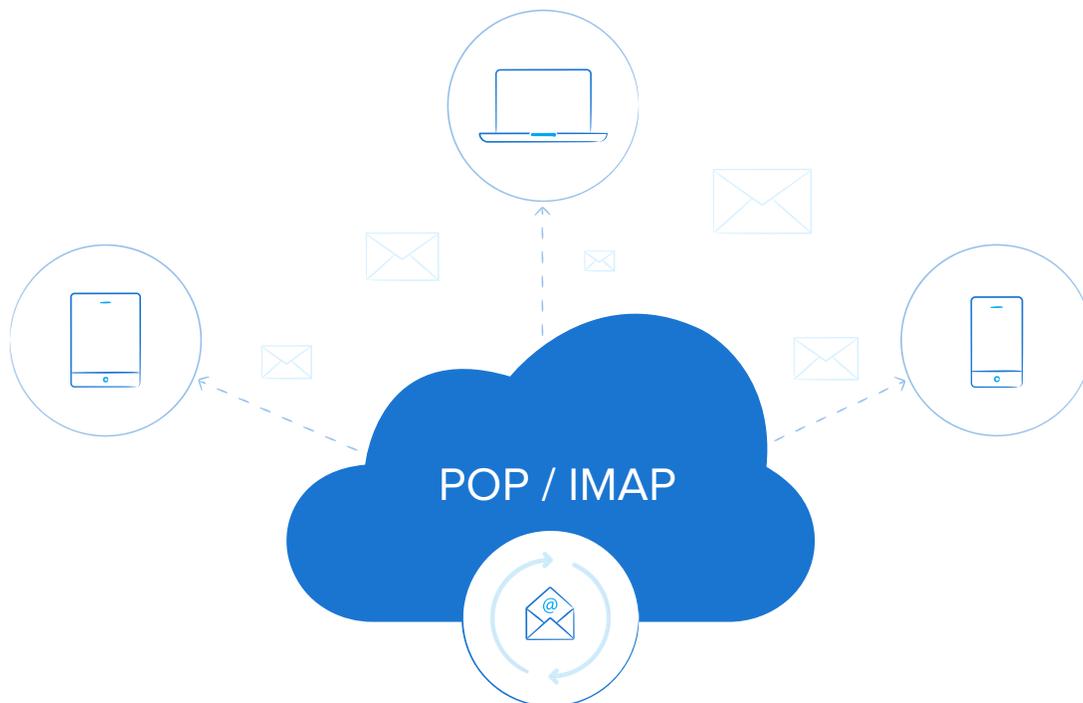
Zoho CRMでは、メールの連携にPOPとIMAPのどちらを使用するかを選択できます。POP3 (Post Office Protocol Version 3) は、事実上すべてのメールクライアントとサーバーに対応しています。POPプロトコルは、プロバイダのサーバーからすべてのメールをダウンロードします。これは、特定のメールクライアントとそのサーバーでのみメールメッセージを読めることを意味します。そのメールを変更した場合、変更内容は1つのデバイスでしか表示できません。

たとえば、連絡先からの重要なメールを携帯電話で誤って削除してしまった場合、そのメールにもう一度アクセスする必要があります。そのメールはサーバーからダウンロードしたものであるため、ノートPCからはまだ見ることができます。

同様に、たとえばノートPCからメールキャンペーンに変更を加えた後で、以前のバージョンに戻したくなるとします。POPなら、携帯電話やタブレットから旧バージョンのメールへのアクセスが可能です。

複数端末間の同期

POPとは異なり、IMAPでは場所や端末を問わずどこからでもメールにアクセスできます。IMAPを使ってメールメッセージを読む場合、メール内容をコンピューターにダウンロードしたり保存したりするのではなく、メールサービスからそのメールを読むことになります。つまり、メールの動作はノートPC、携帯電話、タブレットのすべてで自動的に同期されています。そのため、自分の携帯電話、コンピューター、友人のコンピューターなど、世界中のさまざまな端末からメールを確認できます。



たとえば、連絡先からいくつかの重要なメールを受け取ったとします。IMAPを使ってアカウントを設定しておけば、連絡先のデータにアクセスしてメールタブを開くことで、その連絡先に関連付けられたすべてのメールを確認できます。

IMAPの双方向同期とは、メールに対して行った動作が、メールの受信トレイとCRMの両方で同時に反映されるということです。

そのため、受信トレイとCRMのどちらからでも連絡先にメールを返信できるほか、そのメールの開封状況や返信状況も即座に把握できます。

Gmail API

Gmailをご利用の場合は、Gmail APIを利用することをお勧めします。POPまたはIMAPプロトコルを使用すると、メールはCRMデータベースに保存されます。Gmail APIを使用した場合、メールはCRMには保存されず、APIを経由してGmailから直接呼び出されるため、強固なプライバシーとセキュリティが確保されます。

Gmail APIを使用してGmailアカウントを設定すると、次のことができます。



メールを送受信する



連絡先の詳細とあわせてメールを
確認する



メールを他のZoho CRMの
ユーザーと共有する



3つのカテゴリーに基づいてメールを分類する
- 今月完了予定の商談、未完了の商談、顧客

Zoho CRMでGmail APIを設定するには、「設定」>「メール」>「Gmail」>「API」をクリックします。「**認証する**」をクリックして設定を開始します。

Salesinbox

適切な営業情報を受信トレイに表示

営業担当者やマネージャーは、見込み客や連絡先から1日に何百通ものメールを受け取ります。そのなかで、顧客や見込み客から送られてくる最も重要なメールを確実に把握する必要があります。多くのメールボックスは最新のメールを一番上に表示するため、製品の価格に関する情報を必要としている連絡先からの重要なメールを見逃してしまう可能性があります。このような見逃しは、大きな損失につながるかもしれません。

≡ SalesInbox

作成

+

自分のメール 99+

受信トレイ 65

下書き

送信済み

迷惑メール 16

ごみ箱

未読 95+

アーカイブ

顧客 2

今月完了予定

商談

山本 浩介 昨日
【ロゴ】 サンプルデータの送付 ¥4,000.00

佐藤 ひろみ 7:12
Webデザインの件 ¥4,000.00

服部 勉 7:12
Re:Re:価格表送付依頼 ¥250,000

岸本 優人 7:12
貴社サイトの構築費用に関して ¥4,000.00

服部 勉 6:31
製品デモの日程 ¥332,000

小林 恵里奈 6:11
名刺デザインの発注 ¥1,500,000

藤井 省吾 6:11
打ち合わせ日程 ¥2,000.00

連絡先&見込み客

- 沢田 千春 10:40
【訪問依頼】 WEBサイトについて

武田 勇氣 昨日
デモ依頼

山下 翔 7:6
プランごとの違いについて

永田 達郎 7:4
Re:資料ダウンロードありがとうございます...

関口 香織 6:31
製品に関するお問い合わせ

小林 恵里奈 6:11
名刺デザインの発注

佐藤 隆二 6:11
納期について教えてください

CRMに未登録

- 志村 達夫 11:58 AM
【開催決定】 12/2-12/3 イベント

- Twitter 10:20 AM
Zykerさんのツイッターを...

寺崎 ひなこ 9:47 AM
製品について教えてください

八田 茂 7:40 AM
セミナーのキャンセル

西本 タケル 昨日
Webセミナーの申し込み

白鳥 奈美 昨日
展示会でのご挨拶

中沢 一人 昨日
問い合わせ

同僚

鈴木 ほなみ, 自分(2) 昨日
A社案件の対応依頼

滝沢 健二 6:11
手続き依頼 ライトプラン

鈴木 ほなみ, 自分 6:13
Re: 問い合わせ返答

岩崎 辰徳 6:6
決算レポートの共有

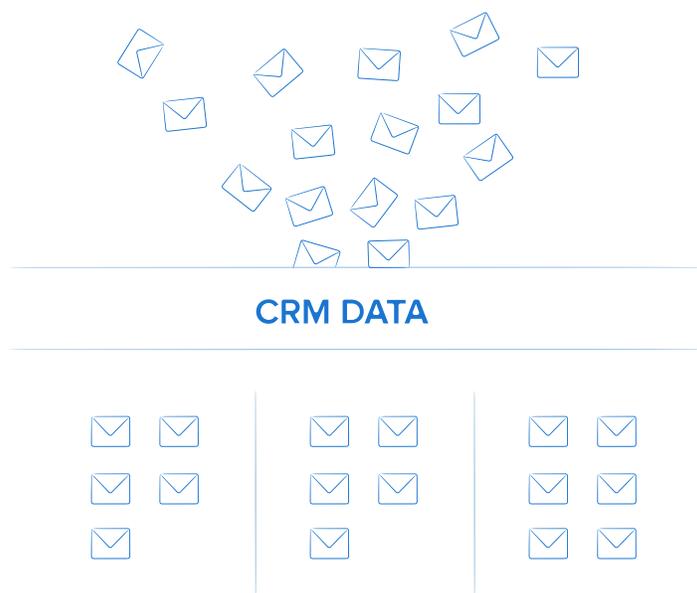
岩崎 辰徳 6:6
事業会議の共有

滝沢 健二 6:11
案件同行依頼

滝沢 健二 6:11
B社の見積書について

SalesInboxのコンテキストに基づく連携を利用すれば、これらのメールをCRMの顧客種別に基づいて列ごとに整理できます。

SalesInboxは、Zoho CRMとメールを連携し、顧客情報を一元管理するためのツールです。CRMのデータに基づいてビジネスメールが各列に自動的に分類されるため、営業担当者はメールボックスを常に整理しておくことができます。



SalesInboxは次のことを行います。

- 各商談の進捗状況と現在のステージに基づいてメールを自動的に整理します。見込み客や連絡先タブに登録されている顧客からのメールは「連絡先と見込み客」列、有望な見込み客からのメールは「商談」列、同じドメインを使用している同僚からのメールは「同僚」列に表示されます。
- 以前のメールや送信されたサポートチケット、さらにはソーシャルメディアへの最新の投稿まで、見込み客や連絡先との過去のやり取りをすべて表示します。

これらのやり取りはすべて受信トレイ内に表示されるため、次の商談のフォロー活動で見逃しを恐る恐れはなくなります。

メールの送受信

Microsoft Outlook用プラグイン

Microsoft Outlookを使い続けたい方のために、専用のプラグインもご用意しています。Microsoft Outlookでメールを送受信する場合、Microsoft Outlook用プラグインを利用すると、すべてのメールをZoho CRMのアカウントに関連付けることができます。

メモ:このプラグインは、Mac OSとWindowsで利用できます。

Microsoft Outlook用プラグインを使用すると、次のことができます。



Microsoft Outlookでやり取りしたメールをZoho CRMの見込み客、連絡先、または商談に関連付ける。



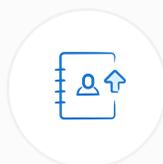
Microsoft Outlook側の元のメッセージはそのまま保持しつつ、内容を変更し、Zoho CRMの見込み客または連絡先に添付ファイルを追加する。



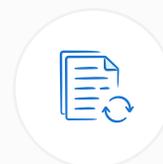
メールを問い合わせとしてZoho CRMに追加する。



Microsoft OutlookからZoho CRMに連絡先、カレンダー（予定）、タスクを自動で同期する。



Microsoft OutlookからZoho CRMに連絡先、カレンダー（予定）、タスクをエクスポートする。



Zoho CRMと同期した連絡先、カレンダー、タスクのデータが重複している場合、重複したデータを統合する。

Microsoft Outlookのバージョンに応じてダウンロードとインストールを行ってください(32ビットまたは64ビット)。

「設定」>「Microsoft」>を選択し、Microsoft Outlookのバージョンに応じたプラグインをダウンロードします(32ビットまたは64ビット)。

Gmail用プラグイン

日頃Gmailを使用している方なら、GmailとCRMを切り替えなくても、顧客情報と適切なメール内容を受信トレイから直接確認できます。

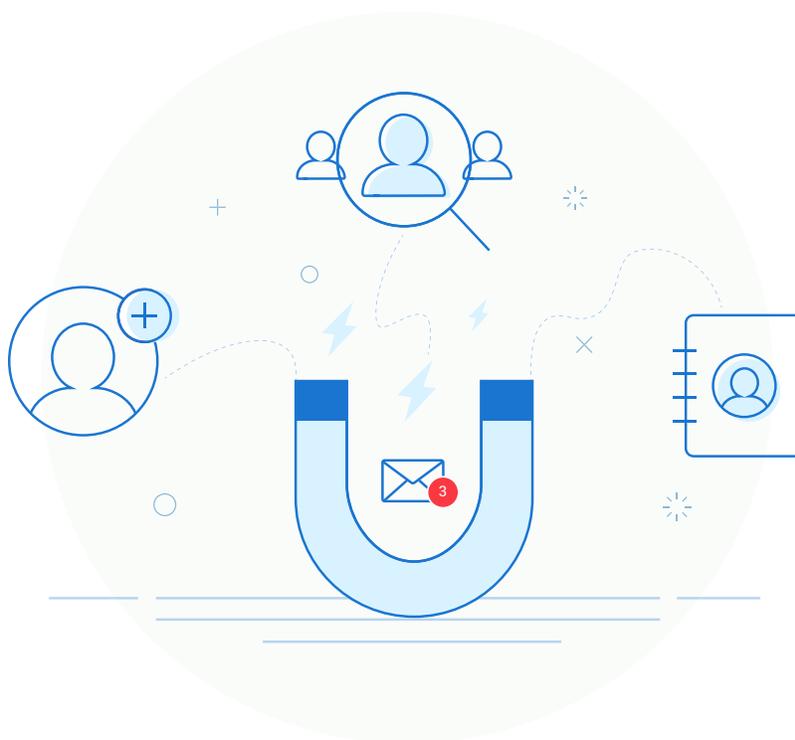
Zoho CRMのGmail用プラグインを利用すると、Zoho CRMを開くことなく顧客のすべての連絡先情報を表示できます。見込み客から連絡先への変換、通話の記録、タスクと予定の追加、有望な商談と顧客の把握などをGmailから直接確認でき、メモやタスクを追加も追加できます。

メールマグネット

営業担当者は、見込み客や連絡先と定期的なメールのやり取りをしてフォローアップを行います。見込み客へのメール返信は早いに越したことはありません。ただ実際、見込み客や顧客から送られてくるすべてのメールを常に把握しておくことは可能なのでしょうか。

そこで役に立つのが、メールマグネットです。すぐに対応が必要な重要なメールを受信すると、メールマグネットから即座に通知が送信されます。

メールマグネットは、受信トレイの内容を確認し、CRMの見込み客や顧客からのメールを通知します。



そのほかにも、メールの返信、今後のタスクの追加、メモの追加などもメールマグネットで行えます。さらに、受信トレイのフォルダやラベルを用いてメールを抽出することもできます。

メールマグネットはZohoメール連携のアドオンとして機能します。そのため、Zohoメール連携を使用してZoho CRM内にメールアカウントを設定しておけば、顧客から重要なメールを受け取るとすぐにメールマグネットから通知が送信されます。

BCC Dropbox

組織内のほとんどの従業員は複数のメールアカウントを使用していますが、これには多くの理由が考えられます。

例えば、不動産関係など何ヶ月もかかる大規模なプロジェクトを手がける場合、あるいはプロジェクトを後で誰かに引き継がなければならないような場合、プロジェクト専用のメールアドレスを作成しておけば、やり取りがはるかに容易になります。また、企業によっては、製品群ごとに複数のメールボックスを設定し、各事業部がそれぞれ異なる対象者に販売しています。同様に、顧客サポート、営業、PR、マーケティングなど、組織内の部門ごとにメールボックスを作成することもあります。

ビジネス用のメールボックスが1つだけなら、Zohoメール連携を使えば十分です。しかし、連絡先、顧客、見込み客とのメールの管理に複数のメールボックスを使用している場合、どうすればすべてのメールをZohoCRM内の情報に関連付けられるでしょうか。そこで役に立つのがBCC Dropboxです。BCC Dropboxを設定すると、Zoho CRMのアカウント内で各ユーザーに独自のメールアドレスが付与されます。これにより、組織の標準のメールIDではなく、BCC Dropboxのメールアドレスを使用してすべてのやり取りを行えるようになります。

BCC Dropbox専用のメールアドレスを利用すると、Zoho CRMの見込み客や連絡先のメールアドレス宛に送信されたメールをZoho CRMに取り込みます。

メールを送るときにこのメールアドレスをBCCに入れるだけで、Zoho CRMのアカウントにメールのコピーが取り込まれ、見込み客や連絡先と関連付けられます。

見込み客/連絡先がZoho CRMに登録されていなかった場合、BCC Dropboxの設定に基づいて新しい見込み客/連絡先が作成されます。

(メモ) BCC Dropboxの権限は、管理者または標準の権限を持つユーザーに与られます。この権限は、プロフィールを編集することでいつでも制限できます。

- BCC Dropboxのメールアドレスは見込み客と連絡先のタブでのみ利用できます。そのため、送信したすべてのメールを見込み客と連絡先にも関連付けることができます。

BCC Dropbox専用のメールアドレスを確認するには、「設定」>「メール」>「BCC Dropbox」を選択します。

BCC Dropboxのその他のオプションを使用すると、次のことができます。

- 検索対象のデータやメールを関連付けるデータをCRMに指示する。
- セキュリティ上の理由から必要であればメールアドレスを生成する。
- 必要に応じていつでもアクセスできるよう、BCC DropboxのメールアドレスをvCardとしてダウンロードし、任意の場所に保存する。
- 最大5つのメールアドレスを追加し、それらのアドレスから送信したメールだけをZoho CRMの見込み客/連絡先に関連付ける。

BCC Dropbox機能を使用した場合、受信メールはCRMのデータに関連付けられないため、過去のすべてのメールのやり取りを保存しておくことはできません。

Zohoセールスシグナル

特定の担当者を通してのみ顧客とコミュニケーションをとる時代は、もう終わりです。顧客はその他にもさまざまなチャンネルを積極的に利用して、組織とコミュニケーションを図っています。たとえば、アンケートフォームへの記入、サポートへの問い合わせ、FacebookやTwitterへの企業に関する投稿などです。顧客がこのようなさまざまな手段で自社について話しているとすれば、これらを把握することは、新たなビジネスチャンスにも繋がります。

Zohoセールスシグナルを利用すれば、見込み客や連絡先からリアルタイムに通知を受け取ることができます。さまざまなチャンネルで行われるすべてのやり取りを把握し、Zoho CRMのアカウントから一元的にフォローアップを行えます。

The screenshot displays a social media-style interface on the left and a 'Signals' (シグナル) notification panel on the right.

Left Panel (Tweet):

- User:** 堀越 たけし (@h_orikey) フォローする
- Engagement:** ツイート 17, フォロー 49, フォロワー 3
- Text:** @mimi_zylker 本日の基礎セミナーでは、製品の使い方を丁寧に教えてくださり、ありがとうございました。木曜日の応用編も楽しみにしています！
- Reply:** @h_orikey 本日はご参加いただき、ありがとうございました。木曜日と同じ会場で開催しますので、ぜひお越しください！

Right Panel (シグナル):

- 赤塚 沙有里** (みなとみらい商事株式会社) 12:37 PM: 開封: 先日はありがとう... (3)
- 池田 光太郎** (本日快晴株式会社) 12:16 PM: 9259246472
- 堀越 たけし** (HORIKOSHI コンサルティング) 11:54 AM: 返信しました (2)
- 藤井 真也** (Treble Notes Inc) 09:16 AM: メッセージを送信しました
- 滝川 宗一** (クルーズビープライム合同会社) 昨日: アンケートに回答しました (4)

たとえば、ある見込み客に対してデモを行う予定があるとします。その見込み客が自社のWebサイトにアクセスし、製品や価格について調べました。セールスシグナルは、見込み客がWebサイトにアクセスするとすぐに通知を送信し、見込み客がどのページにどれだけの時間を費やしたか、さらにはどの情報に関心があるのかを報告します。これらの情報を活用すれば、準備を万全に整えて効果的なデモを行うことができます。

メールテンプレート

ライセンスの更新を促すメールを顧客に毎月送ったり、展示会で獲得した新しい見込み客にフォローアップメールを送信することはありませんか。あるいは、月間の売上レポートをチームに毎月送っていませんか。

メールテンプレートを使えば、同じメールを繰り返し送信する必要はありません。テンプレートを利用すれば、同じメッセージを複数の相手に送信できます。見込み客や連絡先に一括メールを送信する、またはワークフローのルールが満たされた場合にZoho CRMのユーザーにメール通知を送信するなど、テンプレートはあらゆる状況に利用できます。

メール		各種書類	差し込み文書	すべてのタブ ▾
<input type="checkbox"/>	テンプレート名	更新者		
☆	セールのご案内 <small>見込み客</small> セールのご案内	滝沢 健二 Aug 09		
☆	メルマガ1月号 <small>見込み客</small> メルマガ1月号-新年のご挨拶-	滝沢 健二 Apr 13		
☆	新製品のご案内メール <small>見込み客</small> 新製品のご案内	滝沢 健二 Apr 13		
☆	セミナーの日程 <small>見込み客</small> 今月のセミナーをご案内します！	鈴木 ほなみ Mar 26		
☆	フォローメール <small>見込み客</small> お問い合わせいただき、ありが...	滝沢 健二 Mar 08		

見込み客や連絡先など、Zoho CRMのデータの種類ごとにテンプレートを作成できます。その他にも、テンプレートを使えば次のことができます。

- テキスト、画像、表、ボタンをドラッグして独自のテンプレートをデザインする。また、独自のレイアウトでテキストを配置したり、背景色を追加することで、テンプレートの見映えを向上させる。
- ギャラリーからテンプレートを選択してカスタマイズすることで、見込み客、連絡先、同僚とのやり取りをカスタマイズする。
- テンプレートに項目を差し込む。ハッシュタグを使用すると、利用可能なすべての差し込み項目が一覧表示される選択リストを作成できる。
- テンプレートにヘッダーとフッターを追加する。ヘッダーとフッターを追加する位置をクリックして入力する。

データ内のメール

メールを送信した後、データに関連付けられたメールはどこに表示されるでしょうか。

各データには、**関連リスト**と呼ばれるセクションがあります。このセクションには、タスク、予定、通話、添付、メール、連絡先、商品など、メインデータに関連付けられたデータが一覧表示されます。メールセクションはこのような関連リストの1つであり、すべてのメールのやり取りを確認できます。

Zohoメール連携を有効にしている場合、関連リストのドロップダウンには、メールをフィルタリングする2つのオプションが表示されます。

「CRMから送信したメール」 - 組み込みのメールオプションを使用してZoho CRMから送信したメールだけが表示されます。

「メールを共有したユーザーの名前」 - メールを共有したユーザーの名前が表示されます。ユーザーの名前を選択すると、そのユーザーが共有したメールが表示されます。

組織のメールアドレス

複数の見込み客や顧客にメールを送信する場合、自分のメールアドレスではなく組織のメールアドレスを使用して送信するほうが便利です。組織のメールアドレスとは、チームのメンバー全員が使用できる共通のメールアドレスなどを指します。

Zoho CRMでメールを送受信する組織独自のメールアドレスを設定しておけば、見込み客や顧客から貴社への連絡も容易になります。ライセンス1つにつき10件まで組織のメールアドレスを設定できます。

たとえば、Zylker社の営業担当者である北沢さんが、自分の顧客にメールを送信するとします。北沢さんは個人のメールアドレスであるkitazawa@zylker.comの代わりにsupport@zylker.comを使用することができます。彼はこのメールアドレスを使用して、顧客にメールを送信、返信できます。

メールの追跡

メールのやり取りは、送受信して共有しただけでは終わりません。効果的なメールは、適切な統計があって初めて作成できます。見込み客がメールを読んだのか、リンクをクリックしたのかを知るには、どうすればよいでしょうか。

☰ ホーム プロジェクト 見込み客 連絡先 商談 取引先 活動 見積書 レポート ...
🔍 🎮 🔔 + 📄 📧 ✂️

← メール分析
PDF形式
コピー

要約: グループ化: 日付の範囲

日付
日
過去7日間
^ フィルター

すべて
全てのメール
すべてのユーザー

要約レポート

送信	不達		開封済み		クリック済み		受信	応答済み
63897	3.65%	2331	29.3%	18665	4.60%	2491	18665	987

詳細レポート

日付	送信	不達		開封済み		クリック済み		受	信	応答済み
11/07/2016	2173	3.45%	75	21%	450	2.71%	48		5165	9 1
10/07/2016	6914	3.57%	247	22.03%	1517	3.18%	191		6313	15
09/07/2016	6305	3.73%	235	23.06%	1454	3.5%	192		5765	-
08/07/2016	8762	3.73%	327	30.07%	2597	5.12%	317		11237	382

そのため、CRMは送信したメールを追跡します。開封率、クリック率、不達率について、毎日、毎週、または毎月のレポートが作成されるため、何が効果的だったのか、何を改善する必要があるのか、より明確に把握できます。

メールの追跡では次のことができます。



開封率の最も高いテンプレートを特定して同僚に共有する。



新しいバージョンのテンプレートを作成して前のバージョンと比較し、開封率とクリック率が高いのはどちらのバージョンかを調べる。



送信したメールに連絡先がどのように反応したかを調べる。メールの送信、配信、開封、クリックの日時と、開封またはクリックの回数に関する詳細情報を確認できる。



詳細フィルターを使用し、特定の期間内に反応しなかった見込み客を調べる。



送信したメールの件数について営業担当者ごとのレポートを取得し、最も成果の高い担当者は誰か、改善が必要な担当者は誰かなどを調べる。

メール機能の選択

状況に応じてご自身に最適なメール機能を選択してください。



Zoho Mailオプション

自分のメールアカウントでやり取りする送受信のメールをZoho CRMのデータに関連付けたい場合に使用します。Zohoメールのアカウントを使うことも、POPアカウントまたはIMAPアカウントを利用する他のメールクライアントを使うこともできます。



BCC Dropbox

ビジネス用に複数のメールアカウントを管理し、自分のメールアカウントから送信するメールをZoho CRMのデータに関連付けたい場合に使用します。



Microsoft Outlook用プラグイン

Microsoft Outlookを使用しており、Zoho CRMのアカウントにメールに関連付けたい場合に使用します。



SalesInbox

商談の進捗状況に応じてメールに優先順位を付けたい場合は、SalesInboxが便利です。列、フォルダ、フィルターに営業の優先順位が反映されるため、最も重要な商談を確実に把握できます。



Gmail用プラグイン

ビジネス上のコミュニケーションにGmailを使用していて、メールとCRMを切り替えることなくすべての顧客情報を表示したい場合に使用します。

1日に送信できるメールの件数

Zoho CRMでは、1日に送信できるメールの件数に制限があります。メールは個別送信と一括送信が可能です。CRMのプランに応じて以下の制限が適用されます。メールの制限は、組織のタイムゾーンに応じて設定されます。

個別メール

組織のメールの上限は、有効なユーザー合計数に基づいて計算されます。

無料プラン

50 × 有効なユーザーの合計数

最大4ユーザー
(1組織で1日あたり)

組織のタイムゾーンの12:00AMから11:59PMまでを1日としてメールの送信数が合計されます。

有料プラン

300 × 有効なユーザーの合計数

(1組織で1日あたり)

組織のタイムゾーンの12:00AMから11:59PMまでを1日としてメールの送信数が合計されます。

一括メール送信

Zoho CRMのプランに応じて一括メールを送信できます。

スタンダード

250通/日

プロフェッショナル

500通/日

エンタープライズ

1000通/日

(メモ) 1組織で1日あたりの上限の計算対象には、**自動メール送信**、**一括メール送信**、有効な一括メール送信の**予約**、**マクロ**による送信が含まれます。

(メモ) 追加料金により、1組織で1日あたり2,250件まで一括メール送信の上限を増やせます。一括メール送信の上限を増やすには、sales@zohocorp.com までご連絡ください(英語対応)。

あわせて、Zoho CRMの**Zoho Campaigns連携**も確認してください。キャンペーン管理では、マーケティングプロセス全体を管理でき、マーケティングキャンペーンの計画、作成、配布、分析などを行えます。Zoho Campaignsとの同期機能を利用すると、CRMの見込み客や連絡先をZoho Campaignsに取り込み、メールマガジン、ウェルカムメール、顧客アンケートなどの計画と配布を簡単に実行できます。さらに、これらのメールへの反応もCRM内で簡単に追跡できます。



お問い合わせ

ゾーホージャパン株式会社
〒220-0012
神奈川県横浜市西区みなとみらい3-6-1
みなとみらいセンタービル13F

Zoho CRM ヘルプ

<https://www.zoho.com/jp/crm/resources/>