

CRMのデータベースを クリーンに維持しよう



目次

• あなたのCRMデータベースは大丈夫ですか？	3
• 重複レコードの管理	
作成前に重複レコードを排除する	4
重複レコードを統合する	4
• 入力情報の有効性の検証	6
承認プロセスの自動化	7
入力情報の検証をビジネスプロセス化する	8
• 項目のカスタマイズ	
重要な営業情報の入力を強制する	9
項目の最大文字数制限を設定する	9
• 入力形式の更新	10
• 役職の設定	10

あなたのCRMデータベースは大丈夫ですか？

CRMの運用において最も困難なこと、それはCRMシステムの正確性と有効性を保証することです。データ保守が不十分になると、不適切な対応や手動でのデータ検証の必要性などさまざま作業口スを招くこととなります。

たとえば、顧客データに過去の履歴が保存されておらず、他の顧客データとして保存されていたとします。すると、顧客へのフォローアップコールの活動において、異なる複数の営業担当者に対しコールのタスクが割り当てられることとなり、重複して架電をしてしまうという事態を招きます。

また、20%の割引キャンペーンが期間限定で実施されているとします。一部の営業担当者はこのキャンペーンについて正確に把握できておらず、適用対象ではない商品に割引を実施してしまったり、顧客への案内を行わず営業をかけてしまう事態も発生するでしょう。各営業担当者に対し細かく指示するには手間と時間を要し、100%正しく実施されるようコントロールすることは困難でしょう。さらに、営業担当者がこうした誤った対応を顧客に対し行うことを未然に防ぐのは難しく、のちに大きな問題へとつながる可能性もあります。

不正確、不完全なCRMデータは、営業・マーケティングのパフォーマンスを妨害する要因となります。従って、CRMの顧客データベースはメールアドレスや担当者の変更などの情報をはじめとした様々なデータの重複を許さず、活動を正しく行わせるコントロールシステムである必要があります。

本書では、重複レコードの管理やデータの検証、項目のカスタマイズ、入力形式の管理、役職ベースの権限管理についておさえ、CRMのデータベースをクリーンに管理する効果的な方法を学習します。



重複レコードの管理



CRMデータの検証



項目のカスタマイズ



入力形式の管理



役職ベースの権限管理

重複レコードの管理

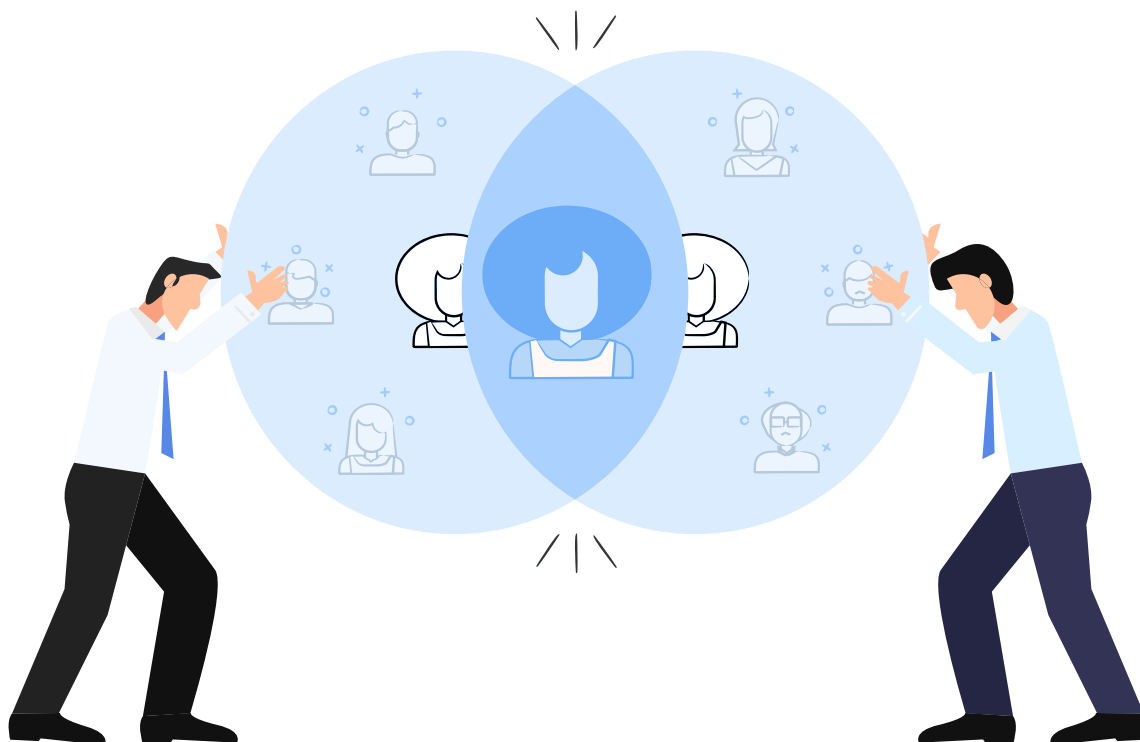
Zoho CRMは、レコードの重複を未然に防ぐ解決策を提供しています。

作成前に重複レコードを排除する:

Zoho CRMは、特定の項目を「一意の項目」としてマークし、データ作成時に該当項目をシステムチェックさせることで、重複レコードの保存を防止します。

たとえば、電話番号を一意の項目とし、「重複する値を許可しない」オプションを選択するだけで、同じ電話番号の顧客情報をCRMに保存させないように設定することが可能です。

重複レコードを統合する:



また、一意の項目を設定し重複をさせないように設定したにもかかわらず、レコード重複が発生していると疑われる場合には、Zoho CRMの重複排除ツールを使用し既存データ同士を統合しましょう。

重複排除ツールによるチェックを実行すると、CRMは自動的にレコードの重複をスキャンし、検知した際にはマスターレコードの選択を要求します。マスターレコードを選択すると、重複して保存されていた情報が自動的に統合され1レコードとして保存されます。

例:

株式会社ゾマトの田中祐一さんの連絡先レコードが3つ重複し保存されていたとします。3つのレコードすべてが同じ値を持つ場合、すべての項目に対して、CRMが自動的にこれらを統合します。

ただし、田中裕一さんの連絡先に異なる電話番号がある場合は、データが競合することとなります。CRMのシステムだけでは正しい電話番号がどれなのか識別することはできないため、CRMへ指示する必要があります。

正しいレコードを選択すると、すべての重複レコードがこのレコードへ統合されます。

「類似データの検索と統合」機能と「重複データの一括検索と統合」機能の違い

類似データの検索と統合	重複データの一括検索と統合
<p>概要: 特定レコードの重複を検索する際に使用します。</p> <p>例: 田中祐一さんのレコードが複数存在しており、それを検索し統合したいときに使用します。</p>	<p>概要: 特定の項目に基づき重複チェックを実行する際に使用します。特定の項目に対し重複チェックを実行し、重複データを検出します。この機能を定期的に行うことで、CRMデータベースの重複を排除し、クリーンな状態に保つことが可能です。</p> <p>例: メールアドレス項目に基づき、見込み客タブへ重複データの検索を月1回実行します。</p>

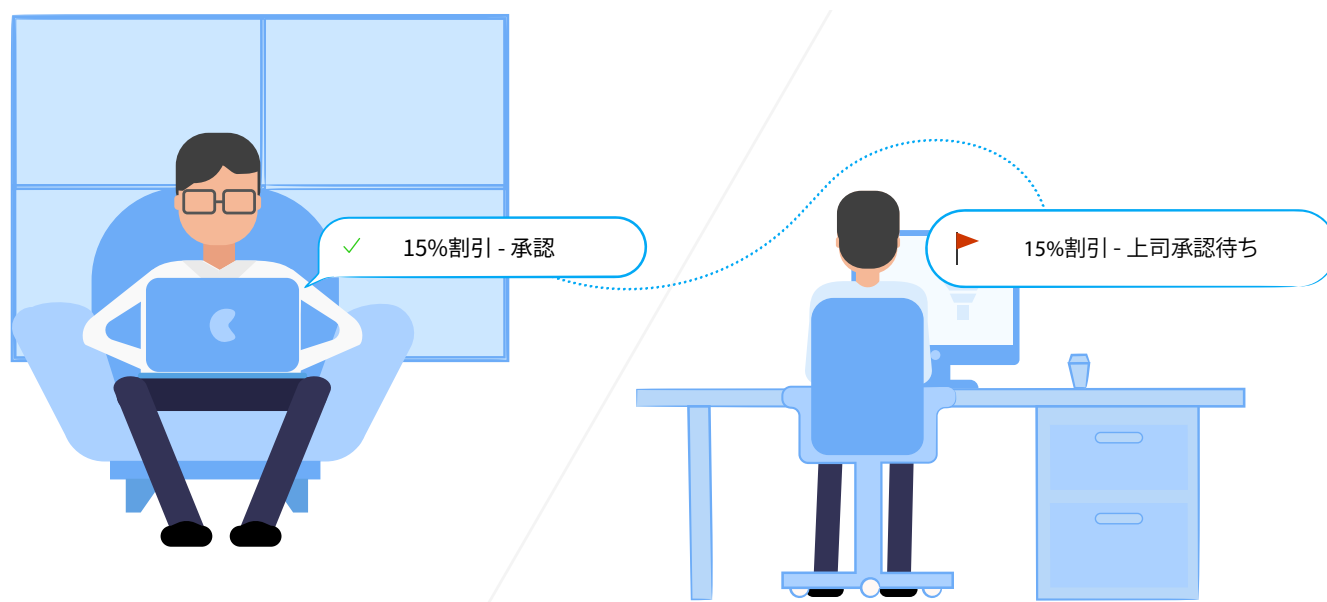
類似データの検索と統合	重複データの一括検索と統合
<p>使用方法: 特定レコードの詳細ページへ移動し、[類似データの検索と統合]をクリックします。</p>	<p>使用方法: タブのリストビューへ移動し、[重複データの一括検索と統合]をクリックします。マークする項目を指定し、検索と統合の処理を事項します。</p>
<p>データの完全なコピーがあった場合は自動的に統合されます。</p> <p>データの競合が発生した場合は、手動で正しいデータを指定する必要があります。選択されたマスターレコードを基準に競合データを統合し、処理します。</p> <p>データ競合の例: 同じ名前の会社名で電話番号の異なるデータが2つある場合を想定してみましょう。電話番号の競合は、手動で解決する必要があります。</p>	

入力情報の有効性の検証

重複を排除して、クリーンにすることとは別に、有効でない入力情報がCRMに入らないようにするプロアクティブな対策も重要です。このため、予め入力の有効性を検証する機能を設定しておくことが求められます。

Zoho CRMには、入力情報の有効性を担保するため、プロセスの設定、アクセス制限、一記録作成時の承認プロセスの自動化などさまざまな機能が付属しています。

承認プロセスの自動化



営業マネージャーはすべての情報を一つひとつ確認する時間はなく、また見積もりの割引適用など重要な情報のみを確認すれば足够了。

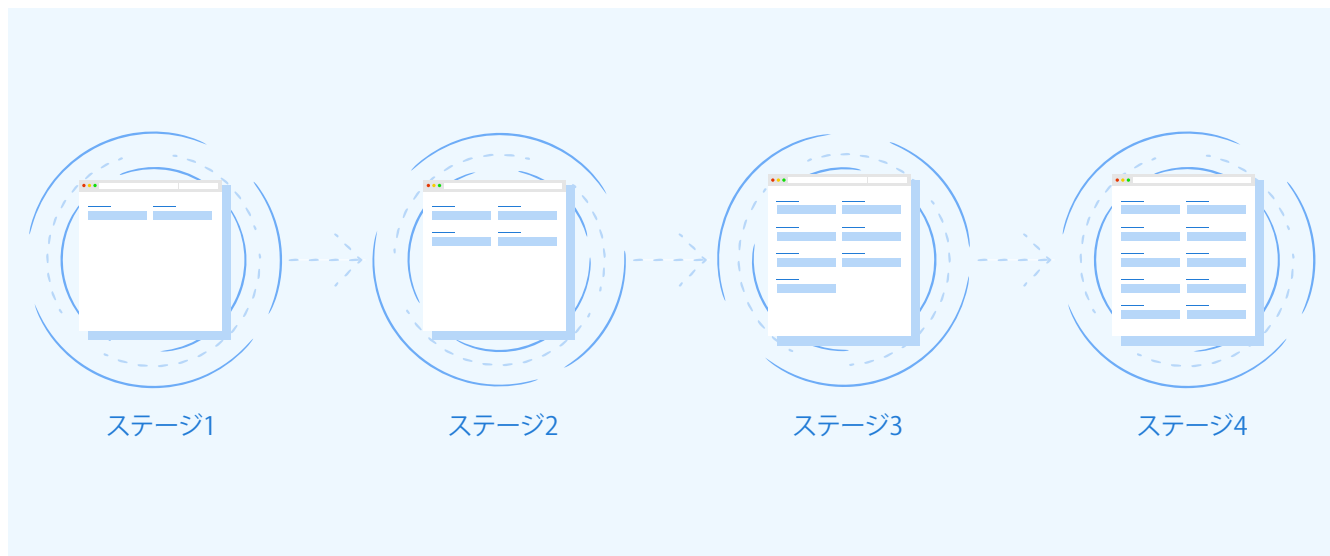
そして、営業担当者が赤字を生むような大幅な割引を適用しようとした際には速やかに通知する必要があります。

Zoho CRMなら、営業チームの活動に対しあらかじめルールを設定するだけで、活動の中で上司への報告が必要な処理がされた際に自動的に通知します。

たとえば、ある商談で25%を超える割引を入力した場合、そのレコードは即座にロックされ、自動的に上司へ通知されます。「ロックされている」とは、承認されるまでCRM上で一切のアクションができない状態になることを指します。承認権限を持つ人が確認し、商談の処理を「承認」すれば、CRMに編集可能なレコードとして返されます。また、メールの送信や項目の更新、Webベースの認証の開始、フックとカスタム関数などいくつかを自動化することもできます。

つまり、Zoho CRMはワークフローの処理を設定するだけで、自動的に入力情報の有効性を担保することが可能なのです。

入力情報の検証をビジネスプロセス化する



CRMにレコードを追加すると、レコードのすべての項目を一度にすべて入力できないことがあります。ちょっとしたアクションを行えば項目を確実に埋めていくことが可能です。たとえば、見込み客を追加している時に、「興味のある商品」の項目を表示させます。不明であれば架電し、ヒアリングすることで項目を入力できます。また、商談の割引項目を入力するには一度、上司に相談すれば良いでしょう。

また見込み客、商談、割引承認、契約段階などのさまざまな段階に応じて、入力されるべき項目が異なります。

これを営業フローのシナリオとして定義し、CRMにプロセスとして取り込むことが可能です。そして、プロセスの各段階で、必要な入力情報をCRMへ入力するよう要求できます。プロセスが進むにつれ、必要な情報が増え、すべてのプロセスが終了するとレコードデータは完全なものとなります。

Zoho CRMは、Blueprint (ブループリント) 機能を使用し、プロセスの設計図を体系的に設計し、管理できます。

Blueprint (ブループリント) でできること

- プロセスすべての段階を定義し、各段階に適切な担当者に関連付ける
- プロセスの実行を通じ、チームの活動を正しく導く
- 重要な情報の入力を要求し、有効性を検証する
- ルーチンワーク (繰り返しの業務) を自動化する

項目のカスタマイズ

以下の設定に基づき、項目をカスタマイズできます。

- 関連分野を必須としてマークすることにより、重要な情報の入力を義務付ける。
- 項目入力の最大文字数の制限を設定する

重要な営業情報の入力を強制する

CRMの顧客情報には多くの入力項目がありますが、入力されていない不完全なデータの混在を防ぐ必要があります。たとえば、契約書や請求書を顧客へ送付しようとした時に、顧客の住所情報が入力されていないければ、その都度確認をしなければならず、これでは非効率です。

そこで、Zoho CRMで項目をカスタマイズする際に、項目に対し最大文字数、桁数をあらかじめ設定しましょう。

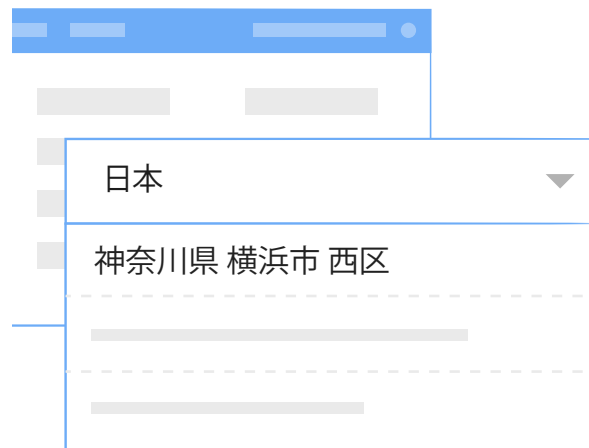
項目の最大文字数の制限を設定する

企業によっては、組織固有の項目（例：8桁の登録番号）を入力する必要がある場合もあります。ここで間違って10桁の数字を入力してしまうと、入力情報の有効性が担保されなくなってしまいます。

そこで、Zoho CRMで項目をカスタマイズする際に、項目に対し最大文字数、桁数をあらかじめ設定しましょう。

入力形式の管理

大方の仕事は自動化できますが、データの品質を
保証するためには、自助努力はやはり必要です。
入力情報を容易にし、一貫性を維持するための1
つの方法は、入力規則を設定することです。
たとえば、地名を入力する際は、東京、東京都な
ど異なる表記が使用されることがあります。しか
し、正確なレポートを生成するためには、入力情
報の揺れを排除し、標準化されたフォーマットが
必要になります。



あらかじめ入力する項目を設定しておくことで、入力者は選択項目から選びデータを入れることが
可能になります。



役職の設定

さまざまな担当者によって入力されるCRMのデー
タベースをクリーンに維持するのは簡単ではあり
ません。1つのベストプラクティスは、各CRMユー
ザーのデータへのアクセスを制限することです。

ユーザーのアクセス権を制御するため役職を定
義しておきます。

そうすれば、ユーザーは関連するレコードのみを
変更することとなり、アクセスも担当する人に限
定されます。



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/>