

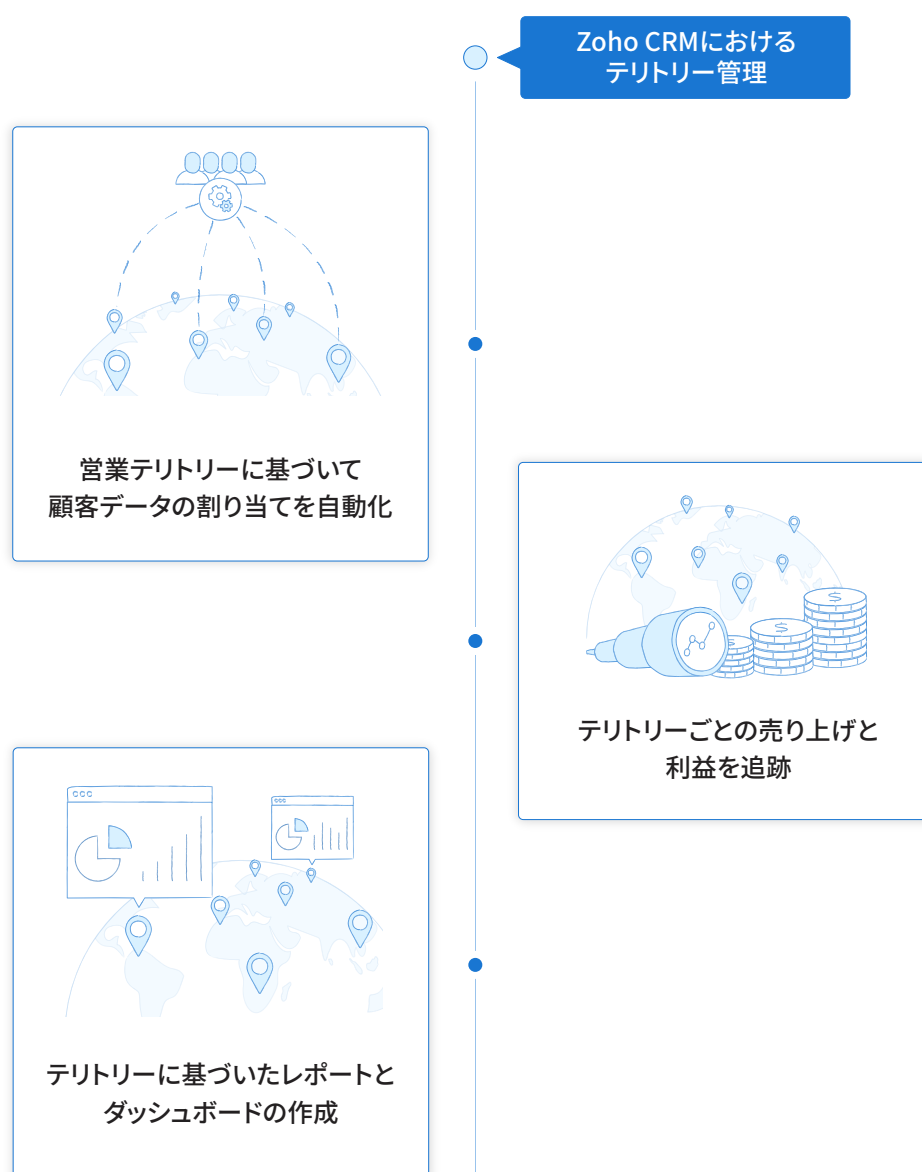
テリトリー管理における 意思決定ガイド



Zoho CRMにおけるテリトリー管理とは？

ビジネスがさまざまな地域に広がり、複数のオフィスや部署、多数の商品を提供している場合、顧客ごとに適切な営業担当者を割り当てるのは大変です。また、時には異なるチームのメンバーと共同で営業活動を行う場合もあります。その時だけ、毎回特定の担当者に顧客データを共有するもの手間がかかります。

テリトリー管理とは、定義された一連の基準に基づいて顧客データをグループ化するシステムです。これにより、社内の異なる営業チームの間で顧客データを簡単に共有できるようになります。また、全スタッフを適切かつ効果的に活用して販売機会を最大化し、優れた顧客サービスを提供するとともに既存の顧客関係を拡大することが可能になります。



主なメリット



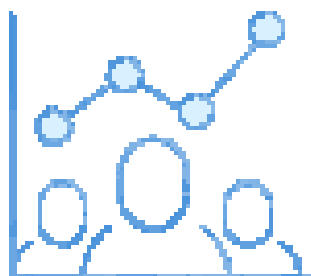
複雑なデータ共有の構造を回避します

複雑な営業構造を持つ組織はテリトリーを使用することで、異なるチームのユーザーとスムーズにデータを共有できます。また、データの特性に基づいてグループ化することで、個々にデータを割り当てるよりも利便性が高くなります。



集中的な作業環境を提供します

テリトリーを用いて顧客データを分配することで、営業活動を効率化します。また、訪問時間を削減し、業界に関する専門知識を増やすことで、チームの有効性向上につながります。



営業チームの成績を正確に評価できます

テリトリーに基づいて営業レポートを作成することで、テリトリーごとに営業チームの有効性を評価および査定できます。さらに、各テリトリーの売上貢献度に対する意欲も深まります。



各テリトリーに対する売上予想と明確な目標を設定できます

ユーザーが属する各テリトリーに対して個別の予想目標を作成します。これにより、異なるテリトリーに対して設定された目標の明確なイメージが得られるため、ユーザーは集中力を保てるようになります。

組織にテリトリー管理が必要かどうかの判断

Zoho CRMでは、テリトリー機能によって以下のことが可能になります。

- テリトリーを作成し、作成したテリトリーの条件を設定できます。
- 役職による階層構造に加え、テリトリーの階層構造の作成できます。
- テリトリーのデータをもとにした様々なレポートを利用できます。
(テリトリーごとの成績上位者、テリトリーごとの営業期間、テリトリーごとの売上など)
- テリトリーに関する独自のレポートを作成できます。
- 複数のテリトリーに所属するユーザーに対して複数の売上目標を設定できます。

テリトリー管理はすべての組織で必要というわけではありません。営業部署の構造やデータ共有の必要性に応じて、テリトリーの利用方法を決める必要があります。このページでは、自分の組織でテリトリー管理が必要かどうかを見極めるのに参考になる情報を提供します。

管役職とテリトリーの違い

役職と比較してテリトリー管理の特徴とメリットを見ていきましょう。

役職の階層	テリトリーの階層
データの担当者は1人です。	データの担当者は1人です。
次のユーザーがデータにアクセス可能です <ul style="list-style-type: none"> • データの担当者 • データの担当者よりも上位の階層の役職を持つユーザー • 共有ルールを基にアクセス権限が付与されたユーザー 	次のユーザーがデータにアクセス可能です <ul style="list-style-type: none"> • データの担当者 • データの担当者よりも上位の階層の役職を持つユーザー • データが割り当てられたテリトリーに所属する他のユーザー • データが割り当てられているテリトリーよりも上位のテリトリーのユーザー
データの担当者によって顧客データを分類	顧客の属性によって顧客データを分類

役職の階層	テリトリーの階層
ユーザーに対して1件の役職を割り当てられます	ユーザーに対して複数のテリトリーを割り当てられます
ユーザーに対して1件の売上目標を設定できます。	ユーザーに対して、所属するテリトリーごとに売上目標を設定できます。

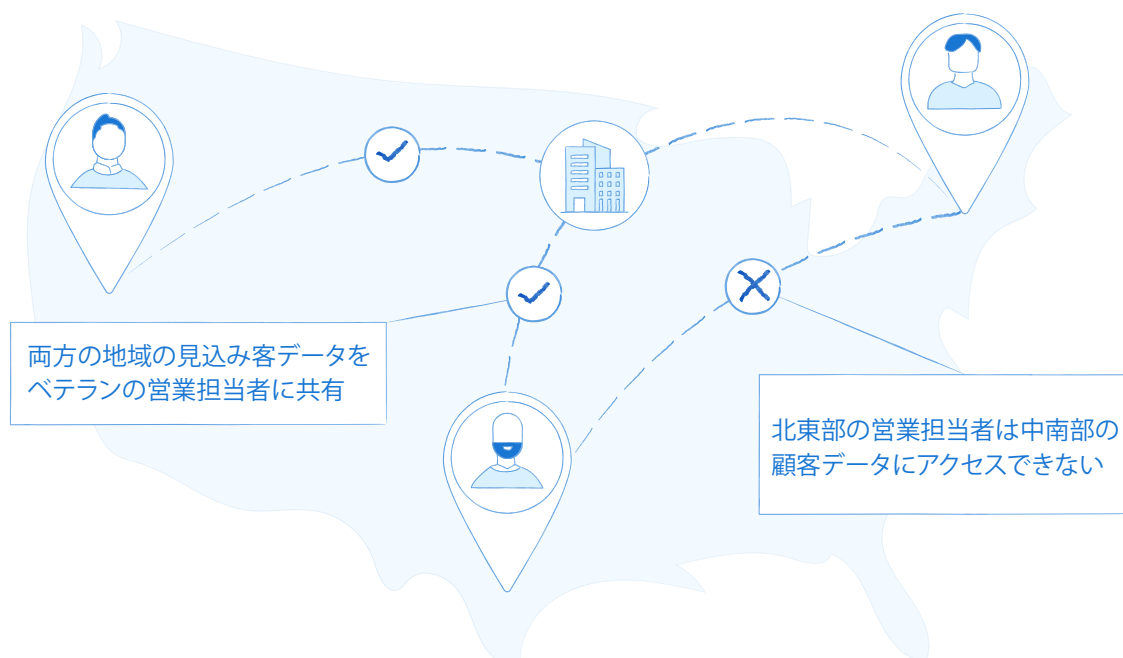
以下のビジネスを例に考えてみましょう。

ZillumInc.では、全営業スタッフが全米で6つのチーム（北中部、北東部、北西部、中南部、南東部、南西部）で構成されています。

以下が営業構造です。

- ・ 営業担当者がアクセスできるデータは、担当している地域のデータのみをしたい
- ・ 一方で、有望な見込み客を、異なる地域やチームのベテランの営業担当者に共有したい場合もある

役職とデータ共有ルールだけでこれを実現するのは、複雑な設定になるでしょう。ここで、データの属性に基づいて分類するテリトリーの機能を利用することで、Zoho CRMでのデータ共有の仕方が広がり、さまざまなチームのさまざまなユーザーと簡単にデータを共有できます。よって、担当者が自分の所属する地域の売上目標の達成に集中しやすくなるでしょう。



Zoho CRMアカウントでテリトリー管理を設定する前に、テリトリー管理が組織に適しているか、以下の項目を基に判断しましょう。

営業組織の構造とデータ共有のニーズ - 複数のテリトリーに所属するユーザーが、複数のテリトリーの顧客データにアクセスする必要があるか。

売上予測 - テリトリーの階層を基にした売上予測。テリトリーごとに売上目標を設定する必要性があるか。

管理者機能 - 管理者の負担を軽減するために、テリトリー単位で管理をする必要があるか。

営業組織の構造とデータ共有のニーズ

現在どのように他のユーザーにデータを共有していますか？組織内でデータを共有する方法は、役職の階層、データの共有ルール、グループ、割り当てのルール等の様々な方法がありますが、どの方法が最適か分析することが重要です。データの担当者ではなく、製品/サービス、売上額、地域、業界などに基づいてデータを共有する方が適切かもしれません。このように共有の仕方が複雑な場合、顧客データを効果的に分類し、他の営業チームとデータを共有できるテリトリーの機能が役立ちます。

営業組織において、他のチームのメンバーと顧客データを共有する必要はありますか？次の例を考えてみましょう。見込み客に電話をかけ、アポイントをとる専門の担当者がいるとします。同様に、製品の説明のために見込み客に訪問する現場の営業担当者がいるとします。これらの担当者同士で、どのように顧客データを共有していますか？多くの営業構造では、ピラミッド上の階層構造か、報告先が複数あるようなプロジェクト単位のチームのいずれかです。テリトリー管理が適切なのは以下のような場合です。

- 組織でのデータ共有のニーズが、個々のデータの担当者ではなく取引先の属性などに依存する場合
- 組織構造が複雑で、複数のテリトリーに所属するユーザーが、複数のテリトリーの顧客データにアクセスする必要がある場合

売上予測

Zoho CRMでテリトリー管理を開始すると、売上予測もテリトリーにあわせて変更されます。ユーザーが複数のテリトリーに所属する場合、テリトリーごとに異なる売上目標を設定し、1人のユーザーに対して複数の売上目標を設定する必要があります。

ユーザーに売上目標を1件のみ設定するだけでは十分ではありません。テリトリーと顧客データに基づいて月/四半期ごとに目標を設定して、売上予測と目標の達成度を明確に把握できます。

管理機能

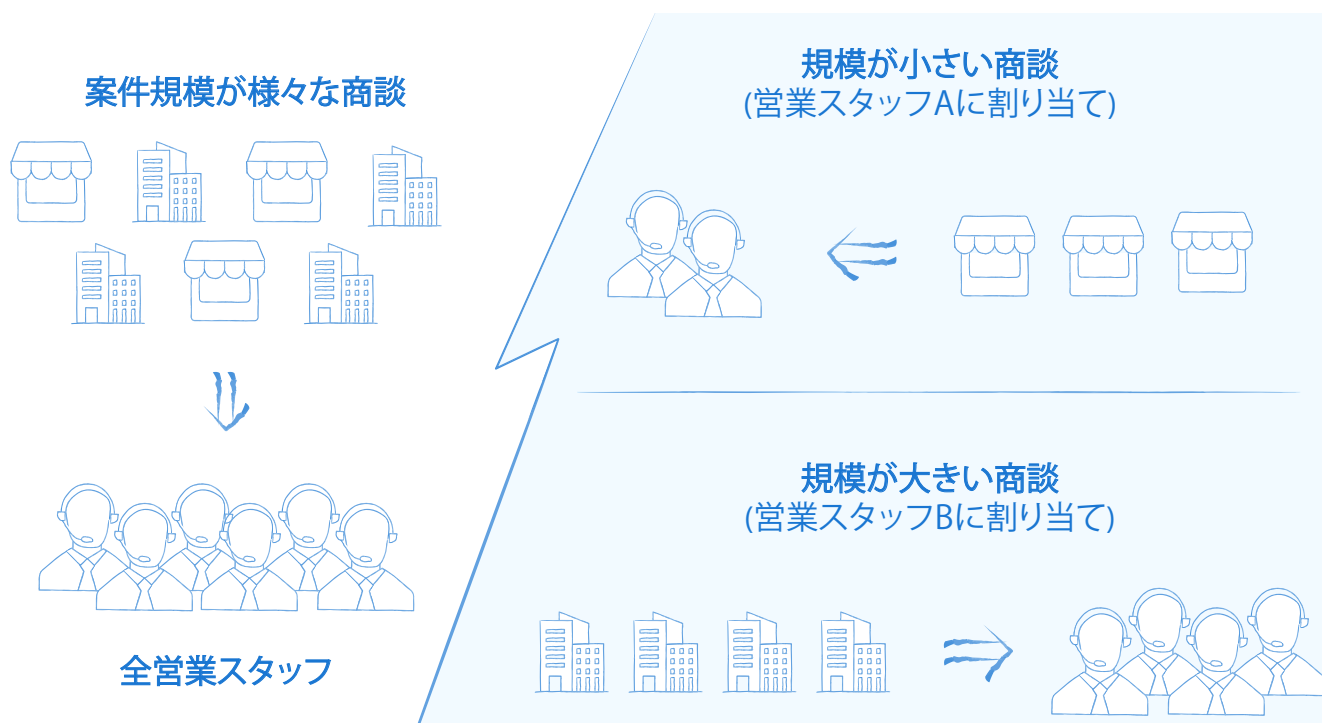
営業組織や担当者の変更がある度に、共有ルールを設定しなおす必要があると、管理者は大変です。組織でデータを共有する場合、以下のような作業が必要です。同じ階層や属性のユーザーには同様の権限を付与しつつ、個別の事情にあわせて共有ルールを設定したり、営業担当者の異動や組織の変更を常に確認してそれに応じて設定を変更しなければなりません。

一方、テリトリー管理の機能を利用すればもっと簡単に管理できます。例えば、地域をもとに営業の組織構造が決まっているとします。中国地域の顧客を担当している営業担当者が、あなたのチームの営業成績優秀者だとします。新しく四国地域の顧客を対応するため、この営業担当者に、四国地域の顧客対応という新しい業務をも行ってもらうことに決めました。テリトリー管理では、中国と四国の両方のテリトリーにこのユーザーを追加することで、ユーザーは2つの地方の顧客データに柔軟にアクセスできます。

複雑なデータ共有ルールがあり、役職の階層では要件を満たせない場合でも、テリトリーではデータの共有範囲を簡単に管理でき、管理者の負担を軽減できます。なお、営業の組織構造を見える化することで、テリトリー管理が必要か判断しやすくなるでしょう。

テリトリー管理を利用する理由

顧客の担当の割り振りが均等になっていないと、営業チームのメンバーの力を効果的に活かせない可能性があります。



営業担当者は、作業が多すぎるか少なすぎるかのどちらかの状況に陥りがちです。これは、人的資源の浪費や機会損失につながる可能性があります。作業量を適切に分散して、既存の連絡先や見込み客にまんべんなく適切なフォローをすることが重要です。

例えば、組織で顧客データが規模によって中小企業や大企業といった形で分類されており、商談規模によって営業担当が対応しているとします。テリトリーを利用することで、営業チームを分け、企業規模によって見込み客を割り当て、データのアクセスと共有を柔軟に行うことができます。

ある営業グループでは100万円までの商談を対応し、他のグループでは100万円以上の商談に割り当てるといったことが実現できます。また、複数のテリトリーを動的に切り替える必要があるときでも、簡単に担当者を移動できます。

営業対応やデータの共有において、担当者よりも取引先の属性（地域、規模、業界、製品）に応じて対応を進めることが多いですか？

テリトリーの階層により、データのアクセスや共有をより柔軟に行えます。

例えば、さまざまな地区の学校に家具を販売しているとします。各営業グループは、それぞれの担当地区で営業活動を行っています。各地区には、家具を購入する可能性のある学校（小学校、中学校、高校、大学）が複数あります。地区と発注数量に応じて、担当者に商談を割り当てます。この場合、担当者は取引先の属性（地区と商談の総額）によって決まります。

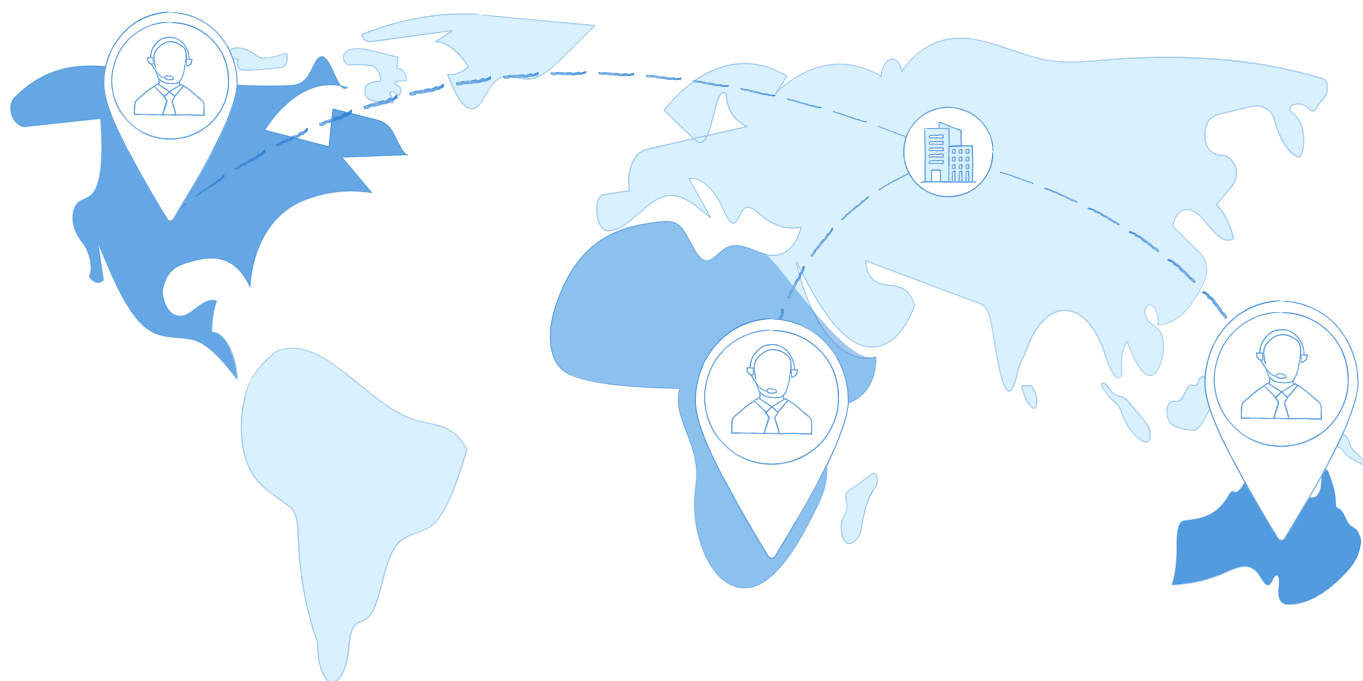
そんな時、テリトリーを使うと便利です。自分が集中すべきものが定まり、他のチームメンバーとデータを簡単に共有できます。

顧客はさまざまな地域に存在していますか？

もしそうであれば、販売チームの移動時間と経費を削減したいですか？

地理的位置の短縮は？

地域に基づいてテリトリーを作成し、テリトリーに応じて営業担当者を戦略的に配置することが重要です。担当する商談を特定の地域に集中させることが出来るため、移動時間の削減につながります。また、営業チームが異なるテリトリー間で協力する際にもスムーズに対応を進められます。



企業が複数の製品ラインや業界に対応している場合、販売担当者に業界の専門知識を期待しますか？

営業担当者が売上を促進するためには、製品やサービスに関するノウハウや専門知識が重要です。例えば、旅行業界でカリブ海クルーズを担当する場合、ツアーのパッケージ、価格、旅行の日程、船舶の情報、特徴などに精通している必要があります。

その場合、カリブ海クルーズに興味のある顧客データを含むテリトリーを作成することで対応できます。このテリトリーにおいて専門的な営業経験を積めるようにすることで、スキルや知識の向上にもつながり、売上にも良い影響を与えられます。

複数の製品を販売する機会がありますか？この場合、お客様と良い関係を築き、複数の製品の導入につなげることを支援する仕組みが必要です。

例えば、複数のソフトウェア製品を扱っており、製品ごとに営業グループがあるとします。ある見込み客が2つの製品に興味を持っている場合、自分が担当していない製品については別の製品の担当者と情報を共有する必要があります。

このような場合、複数の製品のテリトリーの担当者に該当の見込み客のデータへのアクセス権限を設定することで簡単に共有できます。複数の製品の販売活動を共同で進めるのに役立ちます。

テリトリー管理を利用するかの判断

業務を円滑に進めるためには、データを適切に共有することが重要です。テリトリー管理が自社の業務に適しているかを判断したい場合、機能の詳細をヘルプページから参照できます。

結論として、次の場合はテリトリー管理が役立ちます：

- 営業組織の構造が複雑で、部署の再編成や担当者の異動が頻繁に行われる。
- データの担当者よりも取引先の属性に基づいて顧客データを分類する必要がある。
- 異なる部署において、複数の営業担当者間でデータの共有を管理したい。
- 複数の部署に所属する担当者に対して、それぞれの売上目標を設定する必要がある。



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/>