

# 業務効率化・事業拡大を 同時実現する方法





近年、どのような企業においても、新規市場の開拓などによって事業を拡大し続けなければ生き残ることが難しい時代になってきています。一方で働き方改革など企業を取り巻く社会情勢の変化も激しくなっており、企業は労働時間を削減する必要に迫られています。つまり、労働時間を削減しながら事業を拡大していかななくてはならないのです。

こうした厳しい環境の中で事業拡大を図るには、業務の抜本的な効率化が鍵となります。本資料では、CRMを活用して営業活動を効率化する方法を解説します。

## 事業拡大と業務効率化

まず、事業拡大と業務効率化の基本を整理します。

### 事業拡大のために必要なこと

事業を拡大するには、大きく分けて以下の2つのパターンがあります。

- 新しい販路を開拓するなどの方法で既存の事業を拡大していく
- 新規事業を立ち上げる

自社の経営状況を把握したうえで、どのような方針をとるのかを意思決定する必要があるでしょう。

特に、後者(新規事業の立ち上げ)はコストや育成の労力を要するため、ハードルは高くなります。そのため、既存事業の業務効率化を進めてから新規事業を始めた方が良いでしょう。

### 業務効率化の必要性

では、事業拡大において、なぜ業務効率化が必要なのでしょう？



#### 労働市場全体の人手不足

働く意思と能力をもった15歳以上の人の数を表す労働力人口は、少子高齢化の影響で減少傾向にあり、多くの企業では採用難が続いています。そのため、業務を効率化しなければ事業拡大に充てる人手が確保できない状況に直面してしまいます。



#### 働き方改革が推進する時間外労働の削減

働き方改革によって時間外労働を削減する動きが顕著になっており、多くの企業が労働時間の削減を求められています。よって、たとえ事業拡大を目指さない場合にも業務効率化は必須となります。事業拡大をしながら業務効率化も併せて行うには、多くのノウハウが必要となります。

こうした背景を踏まえて、多くの企業がシステム活用などによって業務効率化を進めています。営業部門の業務効率化を支援する代表的なシステムがCRMです。

しかし、CRMを導入したのになかなか業務効率化が進まないというケースに陥る企業が多くあります。単にシステムを導入しただけでは、期待する効果を得ることは難しいのが現実です。ただし、その実現は本来難しいことではありません。次の章で解説するステップを踏むことでCRM導入の効果を享受することができるでしょう。

## 営業部門で業務効率化を進めるための5つのステップ

ここでは、システムを導入する前に行うべきポイントを解説します。

### ステップ1 業務プロセスの整理

営業活動では、見込み客を獲得してから商談化するまでのアプローチとして、営業コールやメール案内など商談化のプロセスがあります。また、顧客に対するヒアリングや提案、見積作成や上司からの割引承認など、商談活動を進行するプロセスもあります。こうした活動の流れがどのように進行されているのか、またどのように進行されるべきなのかを整理します。

### ステップ2 各プロセスの業務の洗い出し

それぞれのプロセスにどのような業務があるか洗い出します。ここで大切になるのが、全営業メンバーの業務を洗い出すことです。システム化されない業務が残るほど、業務効率化は進みません。どんな些細な業務でも良いのですべて洗い出すことが重要です。

### ステップ3 業務の重要度の整理

業務全体を把握したうえで、業務に優先順位をつけましょう。優先順位は、営業成果(受注や売上など)にいかにつながるかで判断します。また、無駄が多い業務も合わせて整理すると良いでしょう。

### ステップ4 業務の標準化

優先順位をつけた上で、なくす業務と残す業務に分類します。そして、残す業務の流れ(業務プロセス)を定義します。標準化する上で、見栄えの良いドキュメントを作る必要はありません。なぜなら最新のCRMには、営業プロセスやワークフローを登録する機能が備わっているため、ExcelやWordで定義するより効率的かつ簡単に標準プロセスを作ることができるからです。

### ステップ5 CRMの導入

ここまでくれば、CRMを導入することで業務を大幅に効率化できるでしょう。業務ルールの周知なども多少は必要ですが、最新のシステムであれば業務の漏れや期限をアラートしてくれるため、大きな混乱なくシステムが社内に定着します。

左記のステップにそって業務を整理することで、営業メンバーは営業成果につながる業務に多くの時間を費やせるようになります。そして、営業チーム全体のパフォーマンスが向上し、結果として事業拡大に直結するのです。

## 業務効率化と事業拡大を支援するZoho CRM

最後に、業務効率化と事業拡大を支援するZoho CRMの特長や機能を紹介します。

### ユーザーの管理

ユーザーの追加や削除を管理画面から簡単に行えるため、営業部門全体への導入前にちょっと試してみたいといったニーズにも応えることができます。ユーザーごとに権限の設定を変えることも可能で、柔軟なユーザー管理機能を備えています。よって、事業拡大に伴うユーザーの追加もスピーディに行えます。

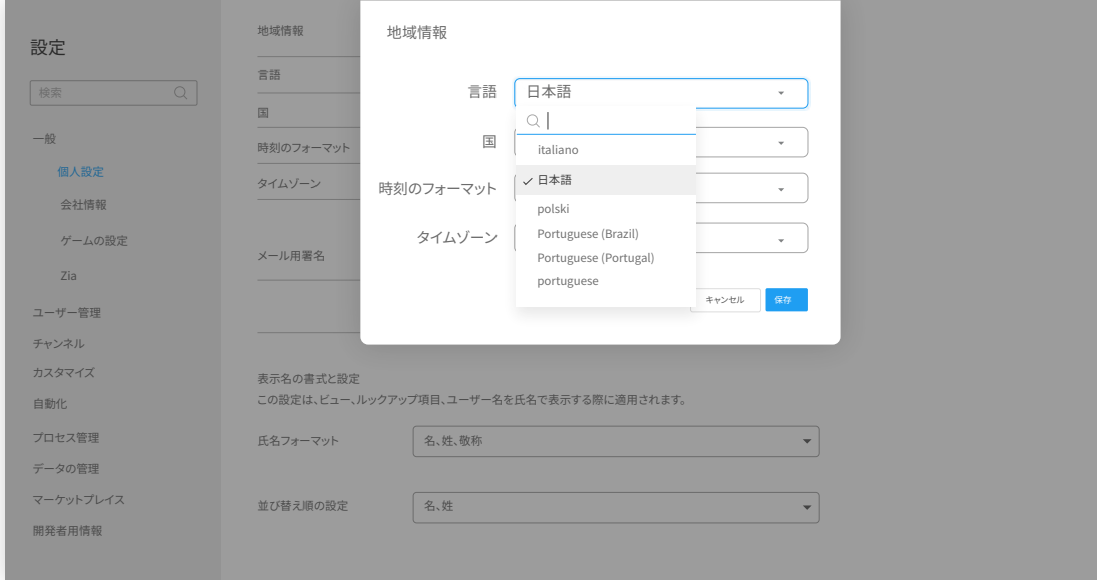


The screenshot shows the Zoho CRM user management interface. On the left is a navigation menu with options like '設定' (Settings), 'ユーザー管理' (User Management), 'セキュリティ' (Security), 'コンプライアンス設定' (Compliance Settings), 'テリトリー管理' (Territory Management), 'チャンネル' (Channels), 'カスタマイズ' (Customization), '自動化' (Automation), 'プロセス管理' (Process Management), 'データの管理' (Data Management), 'マーケットプレイス' (Marketplace), and '開発者用情報' (Developer Information). The main area is titled 'ユーザー' (Users) and includes a search bar, a dropdown for '現在有効なユーザー...' (Currently active users), and a '+ 新しいユーザー' (New user) button. A list of users is shown, including '森 佳奈' (CEO), '橋下 治' (Department Head), '山際 拓海' (Department Head), and '西野 武' (Department Head). On the right, a detailed profile for '森 佳奈' is displayed, showing her role as CEO, email address (flafla088@zylker.com), and phone number (9259246472). Below the profile is a 'ユーザーアカウント情報' (User account information) table.

ユーザーアカウント情報	
名	佳奈
姓	森
メール	flafla088@zylker.com
役職	CEO (最高経営責任者)
プロフィール	管理者
追加したユーザー	森 佳奈 木, 4 10 2018 午後 12:49
別名	
電話番号	

## 多言語対応

Zoho CRMは、25以上の言語に対応しており、ユーザーや地域ごとに言語を設定することができます。事業を海外に拡大する際もZoho CRMだけで対応することができます。



## テリトリー管理

テリトリー管理とは、地域や業界、製品ラインなどをもとに営業チームの担当区分を定義する機能です。この機能を活用することで、営業所が増えたとしてもシステムを増やすことなくZoho CRMのみで対応することができるのです。



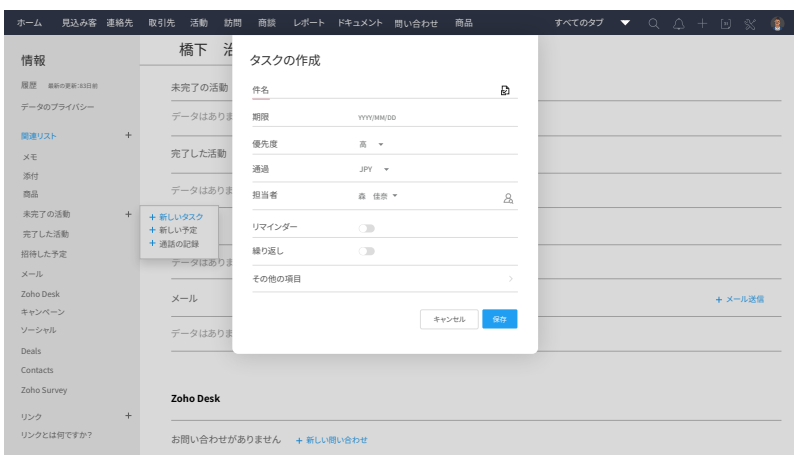
## ブループリント

ブループリントは、営業プロセスを設計する機能です。この機能では、行うべき営業活動や条件分岐（特定の条件を満たした場合のみ行う業務）、その活動を行う期限などを登録することができます。ただし、営業プロセスが登録されていても実行されなければ意味がありません。Zoho CRMのブループリント機能なら、営業プロセスが実行されたかまで管理することができます。この機能により、営業チームは標準化されたフローを簡単に実行することができるのです。



## タスク管理

Zoho CRMにはタスクを登録することができます。営業活動はタイミングがとても重要です。タスク機能を使うことで大切な業務を忘れてしまうことを防げます。



## ワークフロー

ワークフローは、設定した条件が満たされた時に登録されている業務を自動で実行してくれる機能です。例えば、フォームから新規資料がダウンロードされた時にサンクスメールの送信と見込み客データの登録を自動で実行することが可能になります。それだけでなく、どの担当者に見込み客を割り当てるかも設定できるため、担当者が即座にフォロー活動をはじめられます。



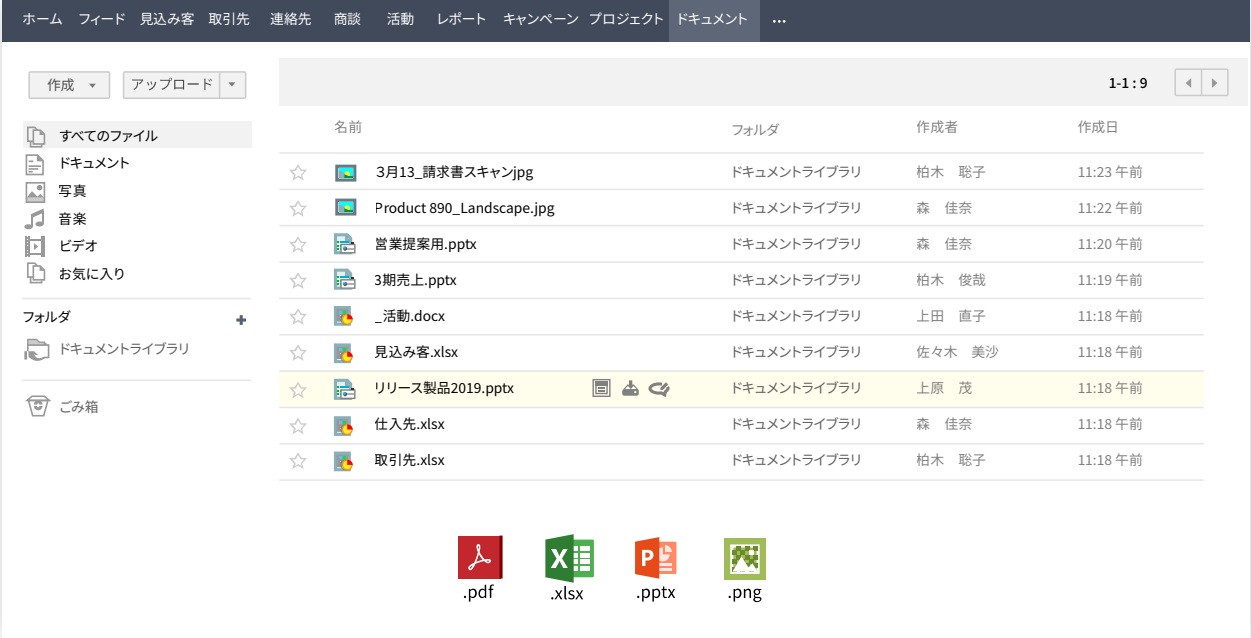
## セールスシグナル

セールスシグナルは、メールや電話、SNS、チャットなどのさまざまなチャネルからの連絡を一元管理する仕組みです。顧客満足度の改善や受注率の向上には、迅速なレスポンスが大切です。セールスシグナルを使うことで、お客様からのアプローチを効率的に管理するだけでなく、返信漏れも防ぐことができます。



## チームコラボレーション

事業を拡大するためには、営業チーム全体の情報共有も大切になります。Zoho CRMには、フィード機能（情報共有機能）やカレンダー共有機能、ドキュメント管理機能（ドキュメントの一元管理機能）が備わっており、効率的に情報共有することができます。



この資料では、業務効率化を進めながら事業を拡大する方法を解説しました。ビジネス環境が急速に変化するなかで、業務の効率化を進めながら事業拡大を推進することは簡単ではありません。しかし、最新のCRMを活用することで、限られた営業リソースの中でそれを実現することは十分に可能です。そのためには、本資料で紹介した5つのステップを踏むことと、拡張性の高いCRMを選ぶことが大切です。この機会にZoho CRMの活用を検討してみたいはいかがでしょうか。




15日間無料でお試しください。

[登録はこちら](#)

自社での活用方法に関するご質問や製品デモのご要望などがございましたら、  
ゾーホージャパン株式会社営業窓口までお気軽にお問い合わせください。

ゾーホージャパン株式会社 営業窓口

 0120-007-542

 [sales@zoho.jp](mailto:sales@zoho.jp)

Zoho、Zoho CRM のロゴマークは Zoho Corporation Pvt. Ltd. の登録商標または商標です。記載されている商品名、各製品名は各社の登録商標または商標です。また、当社製品には他社の著作物が含まれていることがあります。

本冊子の内容は、2025年5月8日現在のものです。本書に記載された仕様、デザイン、その他の内容については、改良のため予告なしに変更される場合があります。