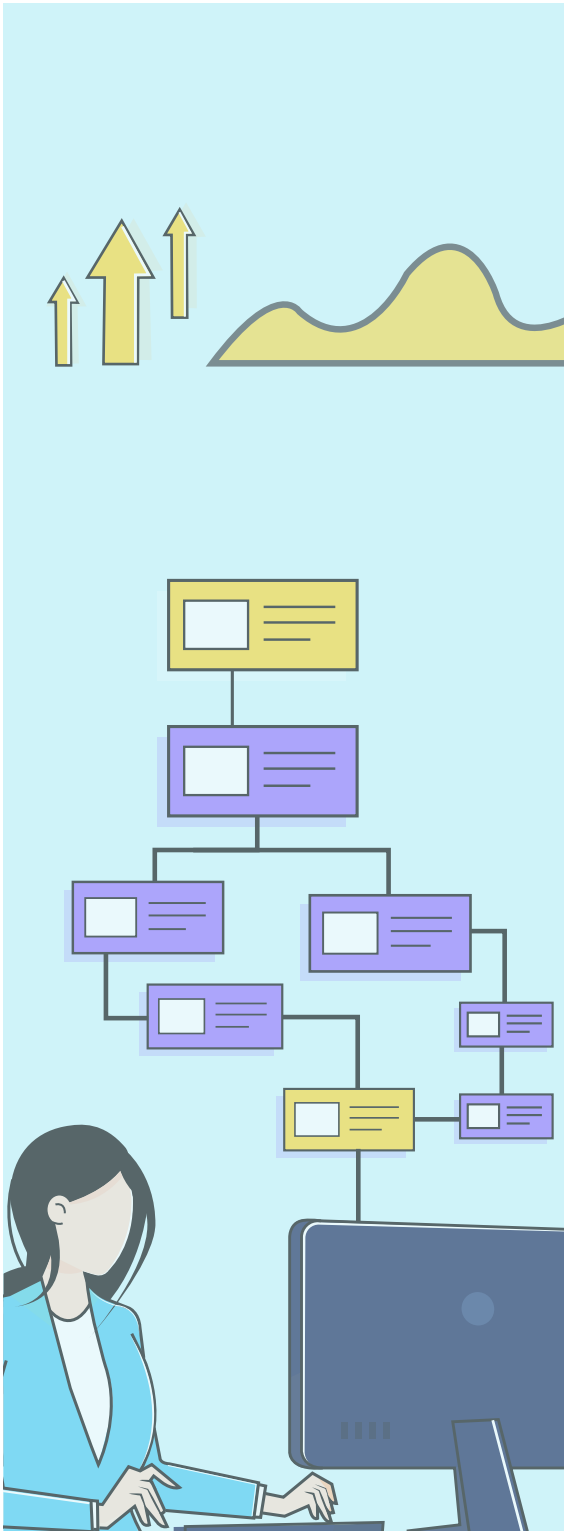


営業の生産性を 向上するツボ





日本では、世界最速ともいわれるのペースで少子高齢化が進み、人手不足・労働力不足の本格化が確実視されています。これに対応すべく、働き方改革によって労働生産性を高めようという意識が高まっています。企業が生産性向上を目指すとき、最も重視すべきは「業務効率化」です。ただし、業務効率化にはさまざまなツールの活用が必要になるでしょう。それは、営業・マーケティング分野も例外ではなく、CRMやSFAの機能を活用した自動化が必須だと考えられます。本資料では、生産性向上と業務効率化につながる施策を整理し、そこで必要となる機能について解説していきます。

生産性向上・業務効率化のポイントとは

冒頭でも述べたように、人手不足・労働力不足の中で企業が持続的に成長していくためには、業務効率化による生産性向上が必須です。そこで、まずはこの2つの言葉の意味と、効率的な営業活動とは何かについて整理しておきましょう。



テリトリー管理 (エリア管理)

生産性向上

生産性向上とは、「少ないインプットでより多くのアウトプットを得ること」です。「人、モノ、カネといった企業が持つ資源を有効活用し、成果を最大化させること」とも言えます。では、ここで言う「生産性」はどのように定義されているのでしょうか。

生産性は「アウトプット (付加価値額や生産額、利益、生産量など)」÷「インプット (労働者数、労働時間、労働量)」で求めるのが一般的です。また、生産性は大きく「労働生産性」「資本生産性」「全要素生産性」に分類できます。



労働生産性の計算方法

労働生産性 = 付加価値額 ÷ 期中の平均従業員数

物的労働生産性 = 生産量 ÷ 労働量

付加価値労働生産性 = 付加価値 ÷ 労働量

この数式を見てわかるとおり、生産性向上 (左辺を大きくする) のためには、利益や生産量、付加価値を高めるか、労働量・労働力を小さくすることが求められます。

業務効率化

生産性向上の達成する手段の一つとして「時間、費用、人的リソースの投下量を下げること」が挙げられます。労働生産性に関して言えば、「労働量や労働力を低減すること」とも言えるでしょう。前述した通り、労働量や労働力を小さくすれば、必然的に労働生産性が高まります。

効率的な営業・マーケティング活動とは

では、これまでの内容を踏まえ、営業・マーケティング活動における生産性向上と業務効率化について解説します。営業活動においては、以下のような内容が有効になるでしょう。

生産性向上... 自社製品・サービスに興味を示した顧客にのみ積極的にアプローチし、少ない手間で効率よく商談・契約につなげる

・業務効率化⇒顧客情報の収集・分析の手間を削減する

営業・マーケティング活動においては、上記2つのいずれか、もしくは両方を満たす機能をもったソリューションを活用していくことが重要です。特に業務効率化の部分については、適切なCRMの機能を活用できるかで、大きな違いが生まれます。

生産性向上・業務効率化に効くCRM

営業・マーケティング分野の生産性向上・業務効率化で特に重要な役割を果たすのがCRMです。

現代のビジネストrendは「モノを売る」ことから「サービスを売る」ことにシフトしています。その背景には、「所有よりも利用」に価値を見出す消費者の増加があります。このことは、月額課金型ビジネスの流行や、さまざまなシェアリングサービスの台頭からも明らかです。また、継続的にサービスを利用してもらうためには、顧客と長期的に良好な関係を保つ必要があります。このようなビジネストrendの変化を受け、顧客との関係管理を担うCRMの重要性は益々高まっています。

CRMは「顧客属性情報の収集・管理・一元化」といった機能を通じ、営業・マーケティング上の課題を解決に導くソリューションです。また、ROI（投資に対するリターン）分析に必要な情報を収集・分析・管理できる機能も持っていることも強みのひとつでしょう。生産性向上の達成には、常にROIを意識した行動が求められるからです。

CRMに求められる機能とは

では、CRMの機能について、具体的に掘り下げていきましょう。

営業・マーケティング分野では、次のような機能を持ったCRMが有効です。

- 的確かつ効率的に見込み客を獲得する機能
- 見込み客の行動を分析する機能
- よりホットな見込み客を特定し、効果的なアプローチを行う機能

この3つの機能を備えたCRMであれば、業務効率化による生産性向上が可能だと考えられます。限られた人員（労働量・労働力）であっても、大きな成果（商談・契約）に結び付けられるのです。

生産性を向上させるZoho CRMの機能

最後に、前述した3つの機能について、ZOHO CRMをベースに見ていきましょう。ZOHO CRMでは、営業・マーケティング分野の業務効率化を促進すべく、次のような機能を実装しています。

Google 広告連携

Google 広告は、自社サービス・製品に興味を示す訪問者に対して適切な広告を表示し、自社サイトへのトラフィックを増やすことができます。これにより、より適格な見込み客の獲得と、オンラインマーケティング投資のROI向上が見込めるでしょう。ただし、Google 広告によるオンラインキャンペーンが、オフラインの売上にどれだけ寄与するかを判断しづらいという課題が発生します。この課題に対し、Zoho CRMでは、Google 広告への投資データをインポートし、オフラインの売上に寄与するキーワードやキャンペーンを確認できる機能を提供しています。

Google 広告

Google 広告 連携では、広告コストの投資対効果を確認できます。

アカウント概要

変換エラー

指標

すべての期間 ▾

過去2日間のデータは反映されていません。

Zylker

コンバージョンステータスも表示する

インプレッション数	クリック数	見込み客/連絡先の作成数	見込み客の変換数	受注金額	投資コスト	1コンバージョン当たりの投資コスト	従費コスト	ROI
480	272	191	85	¥ 35,693,240	¥ 7,683,440	¥ 3,625,230	¥ 2,054,220	12

キャンペーン 広告グループ 広告 **キーワード**

キーワード	インプレッション数	クリック数	見込み客/連絡先の作成数	見込み客の変換数	受注金額	投資コスト	ROI	ステータスの表示
オーストラリア 旅行	120	79	63	38	¥ 17,659,430	¥ 1,752,280	8.0	表示
格安 オーストラリア旅行	87	66	47	23	¥ 7,064,870	¥ 871,450	6.0	表示
旅行保険	64	35	28	14	¥ 6,245,720	¥ 793,730	5.0	表示
海外旅行保険	43	24	16	7	¥ 4874.21	¥ 659,950	3.0	表示

見込み客の行動を分析する機能

- メール開封率とクリック率の追跡
メールに関する追跡機能です。送信したメールに対し、見込み客がどういったアクション(行動)をとったかを分析できます。具体的には、次のような分析が可能です。
- メール開封状況をもとにしたデータ分析と絞り込み
- 顧客単位でのメール開封確認(開封状況の確認)
- メールテンプレートごとの開封率、リンククリック率の確認
- 顧客単位のメール開封率、開封率とクリック率が高いテンプレートの解析



よりホットな見込み客を特定し、効果的なアプローチを行う機能

スコアリング

顧客属性や顧客接点（通話、メール、ソーシャルシグナルなど）をスコアリングし、見込み客ごとに優先度を決定できます。優先度の高い見込み客に対して重点的なアプローチを行えば、少ない手間と人員で多くの成果（商談・契約）を上げることが可能です。

商談名	合計	受注日	予測	ステージ	連絡先
ABC システム 100ラ...	¥ 3,000,000,000	2019年2月10日	90	交渉中	Zylker株式会社
Aシステム 200ライセ...	¥ 2,000,000,000	2019年2月15日	85	交渉中	George株式会社
Bシステム 100ライセ...	¥45,000,000	2019年2月3日	82	交渉中	有限会社Bibbie
Dシステム 120ライセ...	¥55,000,000	2019年2月22日	76	確認中	Mark 株式会社
Dシステム 120ライセ...	¥55,000.00	2019年2月22日	70	確認中	株式会社Grant
T&M システム 100ラ...	¥52,400,000	2019年2月21日	70	確認中	有限会社Chau

こうした機能を活用することで、見込み客に対してのさまざまなデータ（商談化率や受注率、受注金額）などが把握でき、マーケティングから営業へと一貫通貫した施策が可能になります。また、パフォーマンスの悪い広告の停止や、生産性の低い営業マンの教育などにつなげることもできます。つまり、営業・マーケティング活動全体の生産性向上に大きく寄与します。

ここでは、営業・マーケティング分野の生産性向上と業務効率化を解説するとともに、そこで役立つCRMの機能について紹介してきました。営業・マーケティング業務の生産性向上・業務効率化では、いかに効率よく見込み客を獲得し、その行動を分析し、アプローチするかが重要です。ぜひ、適切な機能を持つCRMの導入を検討してみてください。



15日間無料でお試しいただけます。

[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

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。