



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。



顧客が選ぶ 企業の作り方



www.zoho.com/jp/crm

- Zoho CRM にヘルプデスク機能を追加して"ファン"を育成する方法 -

あなたの会社の営業チームは、サポートチームをはじめとする他チームとうまく業務連携ができていますか？

働き方改革の潮流も後押しして、昨今の営業活動はインサイドセールスの仕組みの導入や既存顧客のアップセル・クロスセルで効率良く売上を伸ばそうとする傾向にあります。一方、顧客側は従来よりさらにパーソナライズされた手厚い対応を求める傾向にあり、営業活動ではいかにコストをかけずに既存顧客を失わないよう顧客満足度を向上させ、顧客単価を引き上げて売上を伸ばすかがポイントになっています。

そのため、営業チームがサポートチームをはじめとした他チームとの連携を深め、提供する顧客サポートを見直す必要が出てきています。既存顧客に対して誰がどのようなアクションを実施して、顧客からどのような反応があったのか、また、現在どのステータスなのかといった顧客に関する情報を集約・共有し、効果的なアプローチが行える環境を用意しなければなりません。

しかし、営業チームとサポートチームが管理する情報は異なるため、使用するツール自体が異なることも多く、積極的な連携が行えている企業は未だ少ないのが現状です。

日々、大量に送られてくる問い合わせメールに対し個別に対応が行われている企業も多く、情報の共有漏れや属人化による情報の偏り、各担当者の負荷バランスが崩れるなど、障害が積み重なって全体として運用が難しい状況へと陥ります。または、担当者間で連携はできていても人員の増加や体制の変更には対応できず、次第に無理が出てしまいます。

一定コストを投資して運用を改善するシステムを導入しても、営業～サポート間での連携が思うように取れなければ、現場に歪み生まれ、コストに見合ったパフォーマンスが発揮できなくなってしまいます。

本資料では、Zoho CRM と問い合わせ管理システムを連携してこれらの課題を解消し、顧客との関係性を深めて失注などを防ぐ具体的な活用方法をご紹介します。

先行事例に学ぶ、CXへの取り組みが分ける企業の将来

冒頭で紹介した通り、顧客が企業に求める対応の品質レベルはますます上がる一方で、資金と人材の不足に課題を抱える企業は少なくありません。

そんな中、企業が真っ先に取り組むべき対応策は「コストの削減」と「効率化」です。その具体的な手段として、自社の顧客対応の状況を整理し、データとして可視化した上で、改善すべきポイントと適切なプロセスを洗い出し、社員の活動をモニタリング、最適化していきます。

CX(カスタマー・エクスペリエンス、顧客体験)を考慮した上で実施できるかどうか企業が命運を分けると言っても過言ではないでしょう。顕著な例としてベスト・バイ社とサーキット・シティ社の事例があげられます。

サーキット・シティは、1990年代に全米の家電量販店で第1位の売り上げを誇っていた、世界で初めて家電業界に大型ディスカウントショップの手法を持ち込んだ企業です。低コストな場所への出店と消極的なIT投資などコスト運用にシビアな経営方針をとっていました。

一方、ベスト・バイは対極的な経営方針をとっており、顧客のアクセスを重視した場所への出店、顧客のニーズに基づく提案を実施する分析システムを導入するなど積極的なIT投資を実施していました。結果、ベスト・バイは2001年にサーキット・シティの売上を抜いて、全米第一位の企業となり、2020年現在もオンライン販売を中心としながら業績向上を続けています。一方サーキット・シティは2008年に連邦破産法11条の適用を申請し、事実上破綻しました。

この結果をもたらした要因は、ベスト・バイのCIOが語った以下の言葉に集約されるでしょう。

「我々は、顧客の購買行動を分析し、その結果に基づいてCXを改善することに注力してきました」

サーキット・シティが企業都合のコスト削減や効率化を重視してきたのに対し、ベスト・バイは顧客本位のCXをいかに高めるかを考えながら、取り組みを続けました。この取り組み姿勢の違いが、両社の業績に大きな違いをもたらしたのです。

重要なのは、企業が一体となって顧客と向きあうこと

では実際に、どのようにしてCXを重視したサービス改革を実現することができるのでしょうか。CXの向上施策としては、担当者の意識改革、運用システムの改善などさまざまな活動を行うことができますが、ここでは、顧客と最も近い距離でコミュニケーションを行う営業チームが持つ情報とサポートチームをはじめとしたサービスの提供を行う他チームとの業務連携について見てみましょう。

Zoho CRM x Zoho Desk 連携 Zoho CRM にヘルプデスク機能を追加し"ファン"を育成

各チームが持つ情報を一元集約 - 情報共有に時間も場所も関係なし!

Zoho CRM と問い合わせ管理システム「Zoho Desk」を連携させることで、顧客からの問い合わせが各顧客の基礎情報と関連付けられ、Zoho CRM に一元的に集約されます。集約された情報をもとに、チームを超えてスムーズに情報が共有されるようになり、情報を元により質の高い対応が提供できるようになります。

例えば、見込み客（リード）から新規問い合わせを受けると、Zoho Desk で対応すべきチケットとして登録され、Zoho CRM に登録された見込み客情報に関連付けられます。既存顧客から問い合わせを受けた場合には、連絡先（BtoBの場合は、連絡先と取引先）に関連付けられた対応チケットが登録されます。



この顧客情報画面から、表示されている問い合わせをクリックして、問い合わせの対応をしたり、新規チケットの追加や必要項目にチェックをしてデータを更新することもできます。

さらに、Zoho CRM にZoho Desk のタブを追加することで、問い合わせ管理システムでの各種操作が行えるようになります。Zoho Desk タブから問い合わせ状況を瞬時に確認、共有できるようになるため、担当者間での情報格差が生じにくくなり、また、問い合わせ対応にかかる時間の短縮にもつながるため、各担当者が提供するサービス品質が高まり、顧客満足度が向上します。

一方で、Zoho Desk の問い合わせ情報画面からも、Zoho CRM に登録された顧客情報が確認できるようになります。CRMリンクをクリックして、Zoho CRM の顧客の詳細画面に移動することも可能です。より詳細な顧客情報を確認し、必要に応じてデータを更新することも可能です。



スムーズなチーム連携により、対応スピードを向上

顧客が問い合わせやサポートを利用する際に重視するポイントとして、対応スピードがあげられます。特に顧客が嫌うのが、担当者間をたらい回しにされることです。この理由をひもとくと、担当者間で十分に情報共有されず、同じ質問や説明が繰り返されることで、タイムロスとストレスが発生します。このようなサービスを提供していると、満足度は下がり、顧客離れの大きな要因となります。

Zoho CRM と問い合わせ管理システムを連携させることで、各チームの保持する情報が一元集約され、過去の対応履歴も一目で把握できるようになります。これにより、属人化が解消されるだけでなく、情報共有にかかる時間コストが削減され、スムーズかつスピーディーな対応が可能になります。

#103 ダッシュボードの使い方について
06:15 PM フォロワー タグ 00:00:00

1 会話 解決方法 工数 添付ファイル 活動 承認 履歴

片桐 聡子 03:20 PM (52 分前)
2月21日のセミナーに参加(対応:佐藤)
本担当者は社内のパッケージ関連を担当されており
その管理のため、ダッシュボード活用を重視している。

亀山 ミキ 01:30 PM (4時間 22分 前)
お世話になっております。
先日ダッシュボードの表示やカスタマイズ方法についてお問い合わせ
しましたが、また新たに行き詰まってしまい、改めてご教示いただきたく、
後ほど画面のスクリーンショットをお送りしますのでご確認のほど
よろしくお願いいたします。

リアルタイムに同期・通知

問い合わせを受けると即時にZoho CRM、Zoho Desk に情報が登録、通知され、状況をスピーディーに確認して対応を開始できます。

必要に応じてサポートチームとコメントで連絡を取り合い、担当者の割り当て、情報の共有やコメントを記録することもできます。もちろん、これらの通知も設定可能なので、早期対応だけでなく、不在時の申し送りや引き継ぎなどによる「必要なときに必要な情報を確認すること」が簡単かつスピーディーに行えるようになります。これにより、引き継ぎにかかる時間や場所の確保といったコストを削減できます。

亀山 ミキ の問い合わせが
片桐 聡子 に割り当てられました

#103 ダッシュボードの使い方について
お世話になっております。
先日ダッシュボードの表示やカスタマイズ方法についてお問い合わせ
しましたが、また新たに行き詰まってしまい、改めてご教示いただきたく、
後ほど画面のスクリーンショットをお送りしますのでご確認のほど
よろしくお願いいたします。
2020 2月 17日 03:20 PM コメント 閉じる

通知

亀山 ミキの問い合わせ
レクト・プロバイダー株式会社が、
第一営業部で片桐に割り当てられました
2020 2月 17日 03:20 PM

桜島 真奈の問い合わせ
三津商事株式会社が、
第一営業部で片桐に割り当てられました
2020 2月 17日 11:34 AM

CRM のメモに、担当者へ@メンションするだけで通知が送られ、タイムラグゼロのチーム間連携が行えるようになり、メールや引き継ぎ文書を作成する手間も削減されます。このように共有しておけば、ミーティング時間を余分に確保する必要もなくなります。

なお、Zoho Desk のチケットコメントでも同様にして@メンションにて担当者間での通知と情報共有が可能です。

メモ

小山 祐司
2020/02/21 サポートにてグループ2の機能追加購入の可能性あり。
フォローをお願いします。
取引先 - ルトリヤ株式会... メモの追加 4分前：片桐 聡子

メモの追加...

サービスレベルを向上しながら、業務を効率化!

社内外のナレッジ強化

サービスレベルを向上させるポイントは、「自己解決を促す情報の公開」と「社内でのナレッジ蓄積」の2つです。Zoho Desk は、この2つのポイントを簡単に実現できる仕組みを提供します。

顧客は、問い合わせの手間をかけることなく、公開されている情報から問題を解決したいと考えます。そのため、情報を多く、探しやすい形で提供することは、CXの向上を支える重要な基盤といえます。

Zoho Desk には顧客から受けた問い合わせの画面から、直接ナレッジベースを作成して公開することができます。蓄積されたナレッジベースはカテゴリーに分類しながら登録、管理でき、顧客はキーワード検索を利用しながら簡単に情報にたどり着くことができます。また、問い合わせ内容を入力している間に、問い合わせに含まれるキーワードから推測して、関連するナレッジベースが提案されるため、顧客は問い合わせを行う前に自己解決できるようになります。

そして、顧客から受けた問い合わせに対する回答にこのナレッジベース機能を利用することもできます。担当者は回答例としてナレッジベースの情報を呼び出し、返信に貼り付けることが可能です。これにより、各担当者の対応レベルとスピードが総合的に引き上げられ、より質の高いサービスが提供できるようになります。



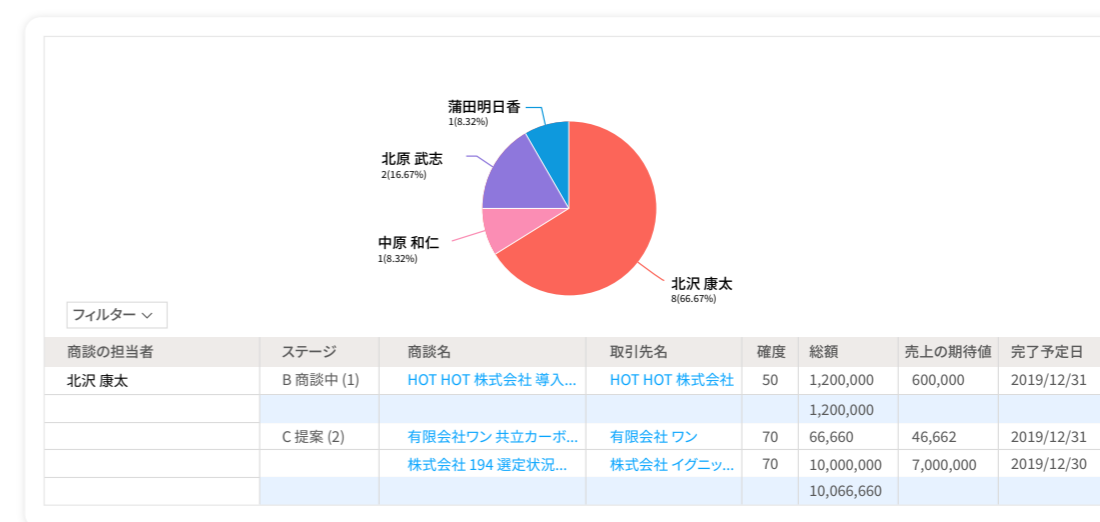
モバイルアプリでいつでもどこでも

Zoho CRM、Zoho Desk はそれぞれモバイルアプリを提供しています。そのため、移動の多い営業担当者も、空き時間に手軽に状況の確認や対応ができるようになります。



属性や要素を分析

日々の営業チームやサポートチームの業務状況が同じデータベースに蓄積されていくメリットは、分析にも発揮されます。Zoho Desk では各担当者やチームごとのチケット対応の状況が可視化されますが、Zoho CRM にその活動実績データを同期させることによって、営業活動の販売レポートと各チームの顧客対応状況とその満足度などを同一のプラットフォームで可視化することが可能になります。こうしたデータとレポートから得た洞察をもとに、管理者はCX と売り上げを同時に向上させるための施策が打てるようになります。



～リピーターを増やし、失注しないために～

とある市場調査会社のデータでは、顧客の7割が問い合わせの前に、ヘルプページやFAQを参照するという結果が出ています。そのため、顧客から問い合わせが発生するということは、それだけこの問い合わせが顧客にとって重要であり、早急に解決したいものであることが読み取れます。

なるべく早く、的確な対応を心がけることは顧客対応において基本的なことですが、顧客の期待に対して必要十分の対応だと、その評価は「普通」になります。「普通」よりも1段階上の「顧客の心をつかむ」対応をするには、必要十分以上の体験をさせることが重要です。

顧客の問い合わせに対して事情を把握し、その顧客に合わせた最適な回答を"人が"していると実感させることが、「満足」の評価になるのです。

Zoho CRM にヘルプデスク機能を追加することで、低コストでカスタマーサービスの品質を向上させ、顧客流出を押さえてアップセル・クロスセルを含めた売上アップと業務効率アップに役立てられます。

Zoho CRM との連携ステップはごく数分で完了しますので、この機会にぜひ、お試しください。

Zoho Desk のご利用料金とプランについて

	スタンダード	プロフェッショナル	エンタープライズ
月額料金(年間払い)	¥1,680/担当者	¥2,760/担当者	¥4,800/担当者
メール問い合わせ	○	○	○
公開ナレッジベース	○	○	○
関連記事の表示	○	○	○
問い合わせ対応の社内承認	×	○	○
電話連携	×	○	○
Webチャット	×	×	○

※2020年3月16日 現在

※一部抜粋につき、詳細は[こちら](#)をご参照ください。

15日間無料お試し登録

15日間無料で全ての機能をお試しいただけます。

(ご希望のプランでお試しいただくことも可能です。)

クレジットカード登録も、ソフトウェアのダウンロードも必要ありません。