

貴社ビジネスに革命をもたらす Salesforce

～ Salesforce が実現する様々な業務シーンでの活用例とメリット ～

salesforce™



株式会社セールスフォース・ドット
コム

株式会社セールスフォース・ドットコム 会社概要

創業：1999 年

- 本社：サンフランシスコ
- 2004 年 6 月 [NYSE: CRM] 上場

顧客企業数： **97,700** 社
(2011 年 4 月末時点)

拠点：20 カ国、40 拠点

対応言語数：27

クラウドコンピューティング市場で

No.1 シェア (IDC 調査報告)

【2000 年 日本法人を設立】

日本にクラウドコンピューティングを

紹介した最初の企業

日本市場でクラウドサービスを

展開した最初の企業

日本の CRM 市場で

最大のシェア

お客様増・売上増が証明するサービスとしての有効性
クラウドコンピューティング企業として初となる
10 億ドル超の年間売上を達成



規模・業種を選ばずご利用いただいております

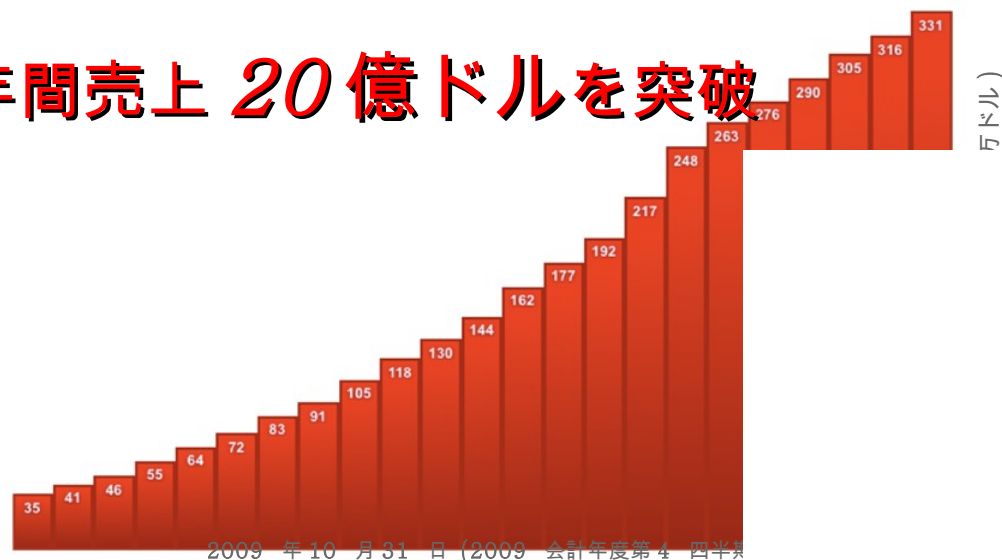
～ 数ユーザから数十万ユーザの色々なご活用例があります ～



弊社自身も Salesforce を使って成功を継続しています

お客様にサービスを提供するだけでなく、弊社自身があらゆる業務で Salesforce を活用した上で成功を継続しており、弊社の活用・成功事例を貴社と共有することも可能です。

年間売上 **20 億ドル** を突破



97,700 社超

有償利用中のお客様
(2011 年 4 月末現在)



お客様での課題例とお取り組み例



営業部門の優先課題トップ3

(CSO 調査結果)

CSO = 営業最高責任者

御社でも同じようなお困り事はないでしょ

売上の増加

営業の生産性の向上

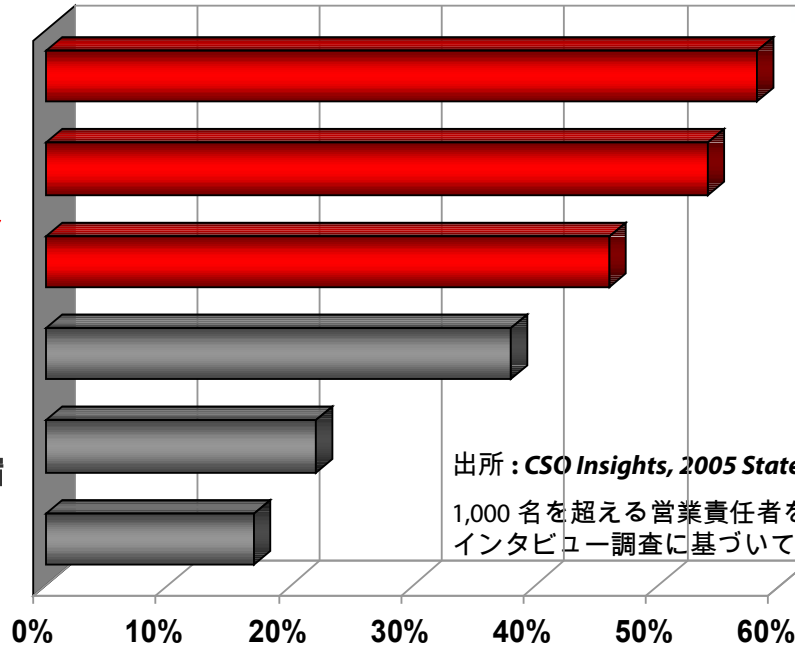
マーケットシェアの拡大

顧客ロイヤリティの向上

販売利益の改善

商談期間の短縮

< 実現への阻害要因例 >



出所 : CSO Insights, 2005 State of Marketplace Review

1,000 名を超える営業責任者を対象に実施されたインタビュー調査に基づいています。

1. 正確でリアルタイムな売上・結果予測ができず、目標と実績のギャップに一喜一憂する
2. う結果管理のみで、早めの対策がとれず、プロセスマネジメントができていない
3. ? 成功ノウハウ共有はされず勘と気合の行動で分析を基にした根拠のある施策が立案できない
4. 報告・案件管理は口頭、メールかエクセル表 (バラバラ) にしかなく、報告・集計作業効率が悪い
5. 見込み客への再アプローチ、過去の失注商談再発掘ができずにいる
6. マーケティング部門との連携が悪く本当に欲しいゾーンの見込み客が集まらない



各業務シーンで、こんな課題はありませんか？

セミナーなどのマーケティング活動、新規顧客開拓の側面で

- 有効なマーケティング活動ができていない（優良な見込み客を開拓するためにコストや労力を使えていない）
- 良質な案件を発掘出来ていない（フォローや見込み評価の指標が個人依存のため、人によってバラつきがある）
- 新規データをムダにしている（コスト・労力をかけて収集したデータを、一度きりのフォローで放置している）

営業活動、既存のお客様フォローの側面で

- 日々の活動にムダが多い（リスト作成、報告資料、社内会議資料に多くの時間を消費）
- データが散在している（案件データの管理が個人依存で整理されておらず、集計の手間や優先度の整理が困難）
- 機会損失を招いている（進行中案件、既存顧客のフォロー漏れ、タイミングの遅れなどが頻発する）

サポート業務、お問い合わせ対応などの側面で

- 顧客満足度が低い（回答のバラつき、対応の遅れがクレームなどに繋がる）
- 問い合わせ対応に忙殺されている（Webなどの媒体をうまく活用できていない）
- 営業活動との連動がない（問い合わせ情報を営業や商品開発部門と共有できていない）

社内コミュニケーション、コラボレーションの側面で

- メール件数が膨大（殆どのコミュニケーションがメール中心で、業務への支障や確認漏れなども生じる）
- 同部門、席が近い人の中での情報共有（部署やフロアが異なる人が持ついい情報を取り逃がしている）
- 外出先からは電話連絡に依存（在席、不在が現場でのお客様対応に大きく影響する）



【導入前】エクセルでの案件進捗管理の限界

課題・・・生産性、情報の正確性の向上、漏れの防止による売上の向上という本来の目的のために機能しない

11月度 案件進捗管理表

Aランク(達成予測)	¥5,000,000
Bランク(最善達成予測)	¥7,200,000
Cランク(パイプライン)	¥3,800,000

堅いヨミ、楽観的、
営業担当によってバラバラ

社長アポセットの指示は？
「忘れてました・・・」

手作業集計

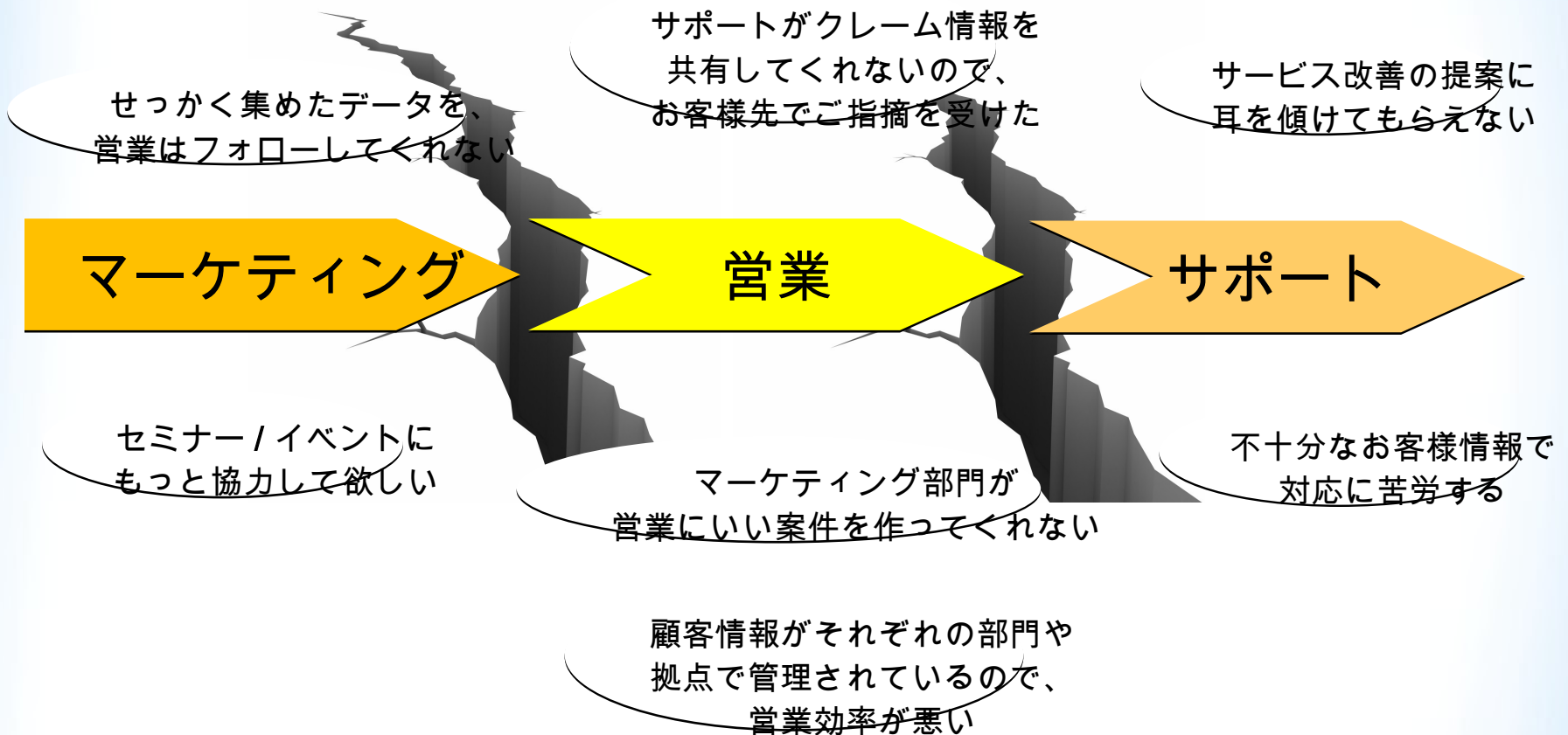
顧客名	案件種別	確度	金額	訪問回数	コメント、TODOなど
㈱佐藤建設	LAN工事	A	¥1,000,000	4	11/7 訪問予定
㈱セールス	PC販売	B	¥300,000	8	次回見積提出
㈱コンピュータ	コンサルティング	C	¥3,000,000	1	11/10 SEとヒアリング
㈱中村商事	コンサルティング	A	¥2,500,000	10	今月の役員会議で決まる予定
㈱エービシー	会計ソフト販売	C	¥800,000	3	予算厳しい。競合A社が、破格の値段らしい。

あれ？確か、先週は A ランクでは？
先週あったはずの案件がなくなってる？

A ランクだが、毎月スリップ。
どんな商談の進め方してるの？

各業務や部門が分断されていませんか？

各業務で別々の顧客データや集計データ、報告資料が存在
各部門がそれぞれのやり方で情報を所有



こういったことが、前項のような課題を招いていませんか？



現状ツールが不満足 / CRM 利用に踏み込めない理由 例

No.	内容	解決策の分類					
		目的の明確化 / 評価指標	業務プロセス 定義	UI 設計	トレーニング	エンドユーザとの コミュニケーション	サポート 体制
1	何のためにこのデータを入力しているのかわからない	✓					
2	データを入力することによる自分にとってのメリットが	✓			✓		
3	そもそも操作の方法がよくわからない			✓	✓		✓
4	現場での業務とシステム上に設定されているプロセスが		✓			✓	
5	操作方法について問い合わせをしたいがどこに聞いたらよいかわからない					✓	✓
6	項目が多すぎてデータを入力するのに手間がかかる			✓			
7	この項目にどのような情報を入力すればよいのかわからない				✓		
8	システムに対する改善要望をどこに上げればよいのか					✓	
9	改善要望がいつシステムに反映されるのか？ 反映されないのか？がわからない					✓	
10	入力されたデータをどのような観点でレビューすればよいか	✓	✓				

お取り組みのポイント

～ 満足いく、効果を出すツールとしての活用のために（お客様例）～

顧客情報の一元化

リアルタイムの「見える化」

最低限の負荷で、最大限の情報を

ノウハウの共有・蓄積

社内コミュニケーション・コラボレーションの強化

1. 顧客を起点とした情報の一元化

お客様カルテのようなイメージで、企業情報は一つに集約し、そのお客様への訪問、提案の履歴を集約することで、そのお客様への訪問、電話などのコンタクト、提案の履歴を一画面で確認可能

- ・グループ会社の誰が、先方の誰とコンタクトしているか？ / 何を提案しているか？
- ・どのサービスでこれまでお取引が発生しているか？

別サービスでのアプローチの際の重複・ムダを防ぐだけでなく、このお客様の状況は社内の誰に聞けばいいかも明確

The screenshot displays the Salesforce CRM interface for a customer record. The top section shows the customer's basic information, including name, address, and contact details. Below this, there are tabs for 'Contact History' and 'Activity Log'. The 'Contact History' tab is active, showing a list of contacts with columns for name, address, and contact date. The 'Activity Log' tab shows a list of activities with columns for name, date, and status. The interface is in Japanese and includes various navigation and search options.

■ 顧客基本情報

名称、住所、売り上げ、ステータスなどの基本情報を管理。顧客のターゲティングに必要な情報もここで管理が可能。

■ 担当者情報

顧客の名刺情報を管理。複数の担当者を登録することや、キーパーソンフラグなどの管理も可能。

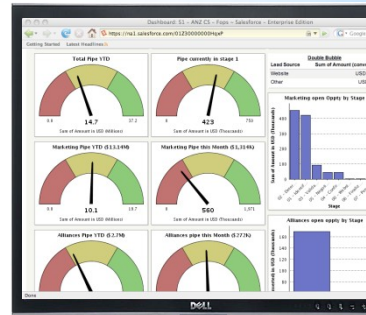
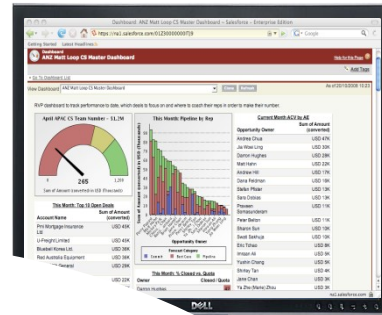
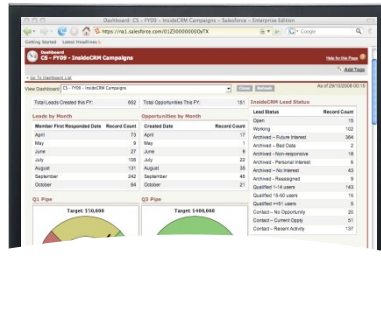
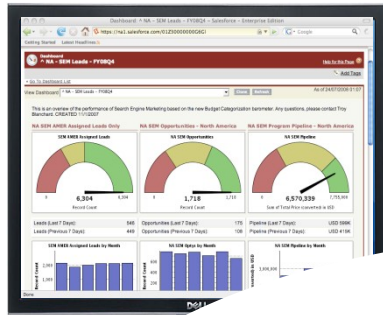
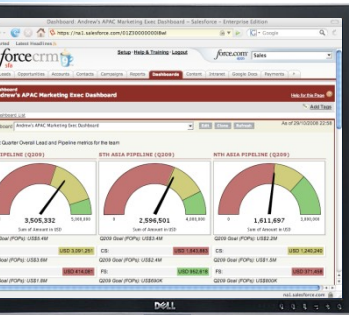
■ 活動情報

顧客に対して実施した活動の情報を管理。訪問結果やその目的なども確認可能。
※ 結果的にこれを日報、週報データにできるので、営業担当者様の負荷も大幅に軽減

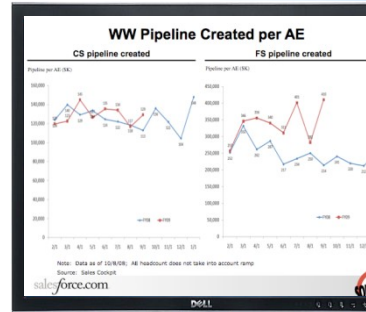
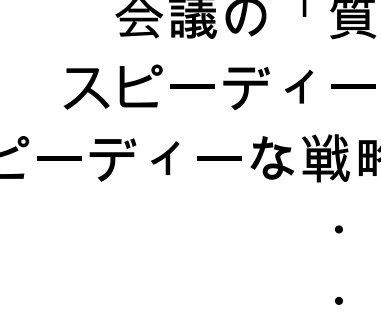
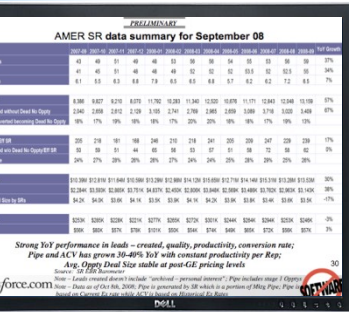
■ 商談情報

提案商品や金額、受注・注逸などのステータスを管理。完了後のクレーム情報などもここで管理可能。

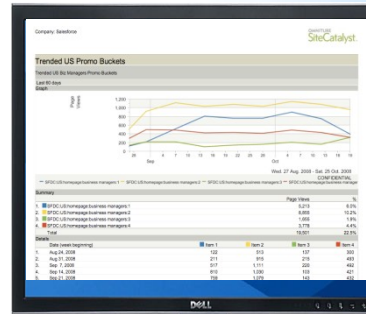
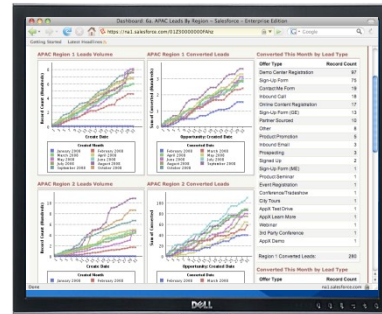
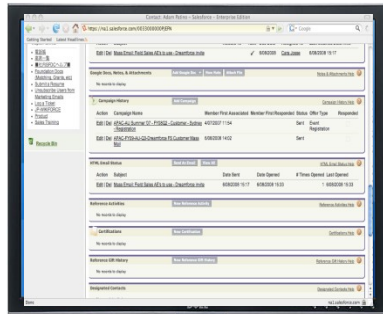
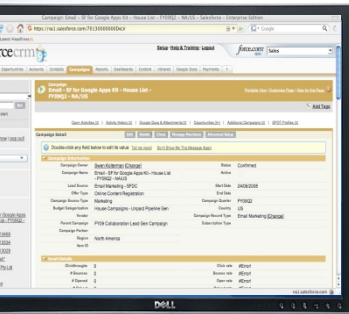
2. リアルタイムの「見える化」



日々の集計負荷の激減
会議の「質」の向上
スピーディーな現状把握
スピーディーな戦略立案、意思決定



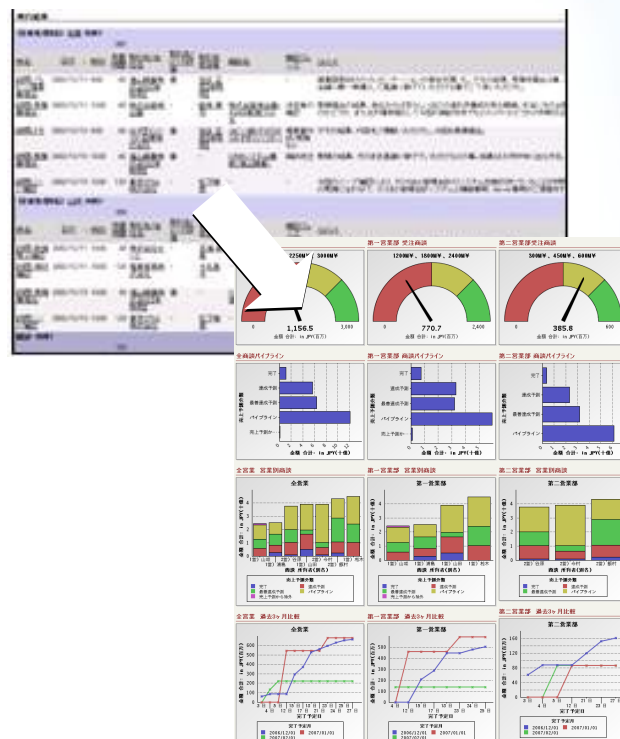
現場、マネジメント、経営層それぞれに貢献



3. 最低限の負荷で、最大限の情報を

マウス操作で項目追加や画面レイアウト変更

欲しい情報を「いつでも」「簡単に」「リアルタイム抽出

[illegible]

ビジネスの変化に合わせて、「すぐに変更」

現場の意向を反映 → 自分自身がオーナーとなって、「使える」仕組み構築

4. ノウハウの蓄積・共有

資料などのファイル共有（コンテンツ管理）

ファイルの検索

ファイル内の文言を含めた全文検索

タイトル	サイズ	著者	最終更新日	ダウンロード
消費者保護PL法	9 KB	守 徳谷	2008/12/11	
メディア - 事例と業務ノウハウ	1.3 MB	仁史 内田	2009/02/25	
グループ社 製品比較	26 KB	仁史 内田	2008/12/18	
製造物責任法ガイド				

ダウンロード数 = 利用されている頻度

内容の確認

ダウンロードする前に
ファイル内容を確認可能

ファイルの活用

ドラッグ＆ドロップで、新たな資料の材料に

コンテンツ機能の大きなメリット

1. 全文検索ができる（ファイル内の文言も含む）
* 日本語の全文検索は、随時対応中
2. ダウンロードせずにプレビュー確認ができる
3. 画面上でファイルをカスタマイズできる
4. 画面上からファイルをメール (URL) 送信できる

5. 社内でのコミュニケーション・コラボレーション 強化 Chatter 機能

Salesforce の高いセキュリティの中での、社内 SNS を実現

- ・ 外出先や拠点間など、距離を超えリアルタイムでのコミュニケーションが更に充実
- ・ 社内メールの激減による生産性の向上
- ・ 人だけでなくデータやファイルのフォローもできるので、情報のやり取りがこれまで以上にスムーズに

The diagram on the left shows a central user profile with arrows pointing to various entities: '専門家チーム' (Expert Team), '上長' (Superior), '同僚' (Colleague), '商談データ' (Sales Data), and '各種ファイル' (Various Files). The 'フォロー' (Follow) label is placed near the arrows to the team, superior, and data. The 'フォロー' label is also placed near the arrow to the files.

The screenshots on the right demonstrate the Chatter interface. The top screenshot shows a user's profile page with a 'フォロー' (Follow) button highlighted by a red box and the text 'フォローをクリック' (Click Follow). The bottom screenshot shows a user's home page with a 'フォロー' (Follow) button highlighted by a red box and the text 'フォローをクリック' (Click Follow). The bottom screenshot also shows a post from '石橋産業機器株式会社 - 4000万円' (Ishihashi Sangyo Kikou Kaisha, Ltd. - 40,000,000 Yen) highlighted by a red box.

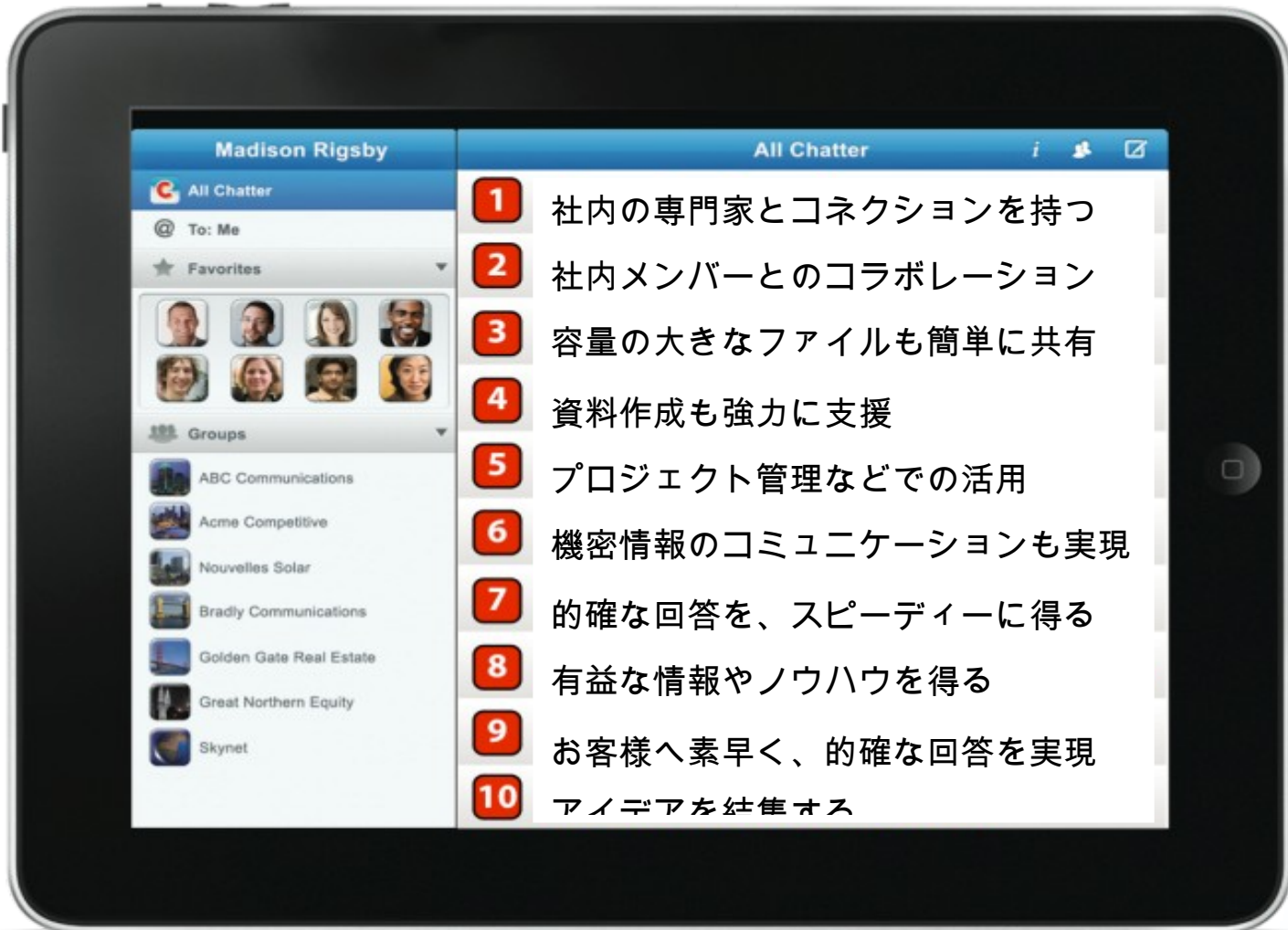
【参考】 Chatter の活用方法イメージ

Facebook や Twitter のコラボレーションをビジネスで実現

個人での Twitter や Facebook の	ビジネスでの Chatter の利用
週末のバーベキューの写真を投稿し、	作成した新しいプレゼン資料を投稿
友人と夏休みの旅行の計画について	チームメンバーと来週の顧客訪問の
Twitter で料理レシピのアカウント	成績優秀な営業をフォローし、いかに
家電量販店のアカウントをフォローし	自分の担当企業をフォローして、
わからない事がある時に、自分のペー	質問を自分のページに投稿して、社内

社内外から、コラボレーション Chatter のご活用目的例 (お客様例)

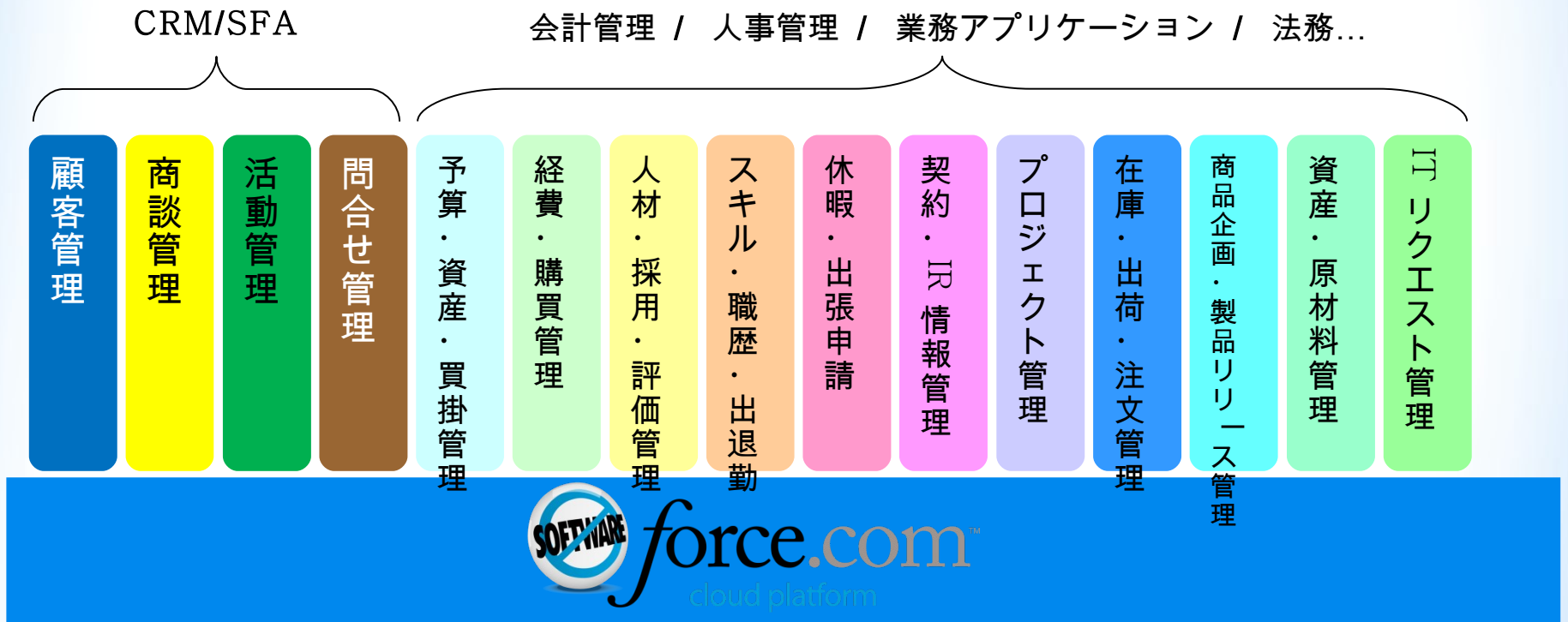
PC の Salesforce 画面での活用だけでなく、iPad や iPhone などのモバイル端末からのご利用も可能です。
※ iPad や iPhone については、AppStore に無償アプリケーションもございます (Cahtter で検索可能)



様々な業務に展開が可能で、コスト削減にも貢献します

発ではなく、「設定」で、様々な業務に利用するアプリケーション、データベースの構築が可能で

顧客管理や CRM/SFA だけでなく、あらゆる業務アプリケーションを同一の Force.com プラットフォーム上に展開することで、現行システムのスリム化や、新規システム購入のコストを削減することにも繋がります。



Sales Cloud

営業支援、顧客管理



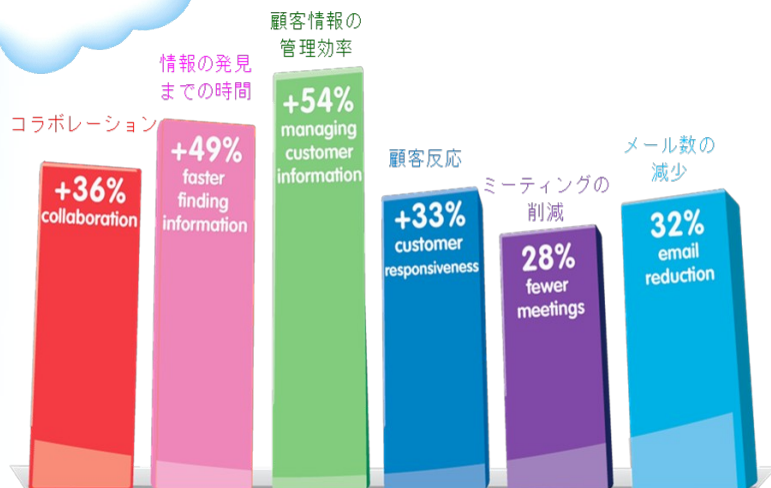
Service Cloud

カスタマーサポート



chatter

社内コラボレーション



お客様に認められた導入成果

出典：2010 年 4 月、第三者機関 MarketTools Inc. が、セールスフォース・ドットコムのお客様企業 6,000 社超（無作為抽出）を対象に実施したカスタマーリレーションシップに関する調査より

salesforce

