



# 5分でわかるSFA入門



Chapter1 SFAとは？

Chapter2 SFAの導入メリット

2-1 営業プロセスの見える化

2-2 データに基づいて分析ができる

2-3 営業ナレッジの共有

Chapter3 SFAの主要な機能

3-1 顧客管理

3-2 案件管理（商談管理）

3-3 予実管理

Chapter4 直感的に営業管理ができる  
SFA Mazrica Sales

AGENDA

## Chapter1

# SFA (Sales Force Automation)

とは



## SFAとは？

「SFA（Sales Force Automation）」は、日本では「営業支援システム」と呼ばれています。1990年代にアメリカで提唱されてから、日本でも使われるようになって20年以上。営業部門・営業担当者の営業活動を支援してくれるツールとして、日本でも活用している企業が多くなってきました。

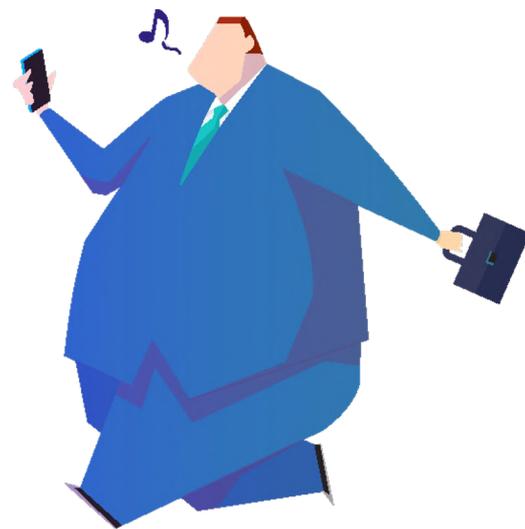
SFAを導入する目的は、営業活動を効率化させることで受注率をアップさせ、売上を向上させること。

顧客情報や営業活動履歴など営業活動に関わる全ての情報をSFAで一元管理することができるほか、営業の実績を可視化して分析することもできます。



## Chapter2

# 営業プロセスの見える化



## 2-1 営業プロセスの見える化

### 営業プロセスの見える化

近年重要視されている営業活動の見える化・可視化ですが、SFAを導入することで実現できます。

具体的には

- ・取引先管理・・・取引先企業のデータベース
- ・コンタクト管理・・・取引先の担当者情報
- ・案件(商談)管理・・・案件名、提案商材、チャネルなど
- ・行動(アクション)管理・・・メール、電話、訪問など

といった、営業活動における必要な情報を一元管理できます。

それぞれの項目はお互いに紐づくように設計されているので、一度入力さえしてしまえば確認などは簡単に行えます。顧客とのファーストコンタクトから受注までのプロセスと、各フェーズでの数字を把握しておくことができるのです。その数字を分析することで、受注に繋がらない原因が分かって対策が打ちやすくなったり、各フェーズの目標値を決めて、どの程度達成できたのかを検証したりすることが可能になり、より受注に繋がる仕組みを構築できるでしょう。



## 2-2 データに基づいた分析ができる

### データに基づいた分析ができる

成果に繋がる営業活動をし続けるためには、分析は不可欠。ただ単に「営業担当者の営業力が弱い」と判断してしまうのではなく、営業担当者やチャネルなどでセグメントしたデータを細かく分析することで、ボトルネックになっている原因が何なのか、そして受注に繋げるためには何をどう改善すればいいのか仮説を立てることができるようになります。その分析が、SFAを活用することで可能になるのです。

例えば、先述のように営業担当者に原因があるというケースを考えてみましょう。営業担当者ごとにチャネル別で分析したところ、Aさんはクロージングと受注の数値が低いということが判明。つまりAさんはクロージングから受注に繋げるまでのスキルが不足しているということなので、そのボトルネックを解消してあげることでその数値が伸びる可能性が高いということが分かります。



## 営業ナレッジの共有

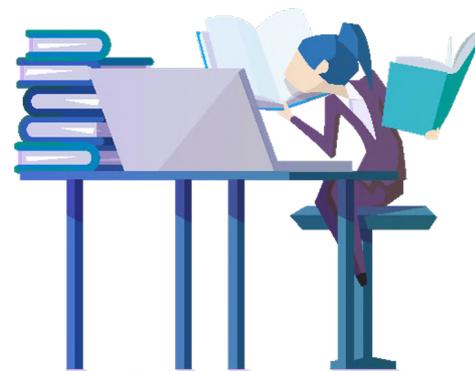
SFAでは、属人的に管理していた営業ナレッジを社内で共有することが可能になります。製品によっては、その状況に合わせた資料を探して提案してくれるものもありますよ。また、取引先のキーマンや課題など、単なる顧客データだけではない情報も社内で共有することができ、営業活動の質を上げてくれます。営業担当者が異動や退職で引き継ぐ場合も、この細かな顧客情報があればスムーズに進むでしょう。

さらに、SFAでは受注理由や失注理由も蓄積することが可能。これにより、どの顧客にどのポイントがハマるのかという、営業の現場でしか分からない情報も社内の財産として蓄積していくことができるのです。この受注・失注理由を検証し、ターゲットの見直しや資料の改善などの施策を打っていきます。このようにSFAを通して営業ナレッジを共有することにより、営業活動が効率的に行うことができるのです。



## Chapter3

# SFAの主要な機能



## 3-1 顧客管理

### 顧客管理

顧客のデータベースを生成することができます。

具体的には、以下のような情報を一元管理することができますようになります。

- ・ BtoBの場合・・・企業情報、担当者情報、取引実績など
- ・ BtoCの場合・・・基本情報(電話番号、性別、年齢など)、属性情報(職業など)

名刺のみで顧客情報を管理している企業は、  
属人的な管理になってしまい社内で共有することができませんが、  
SFAで顧客管理をすることによって社内全体の財産として活用できます。



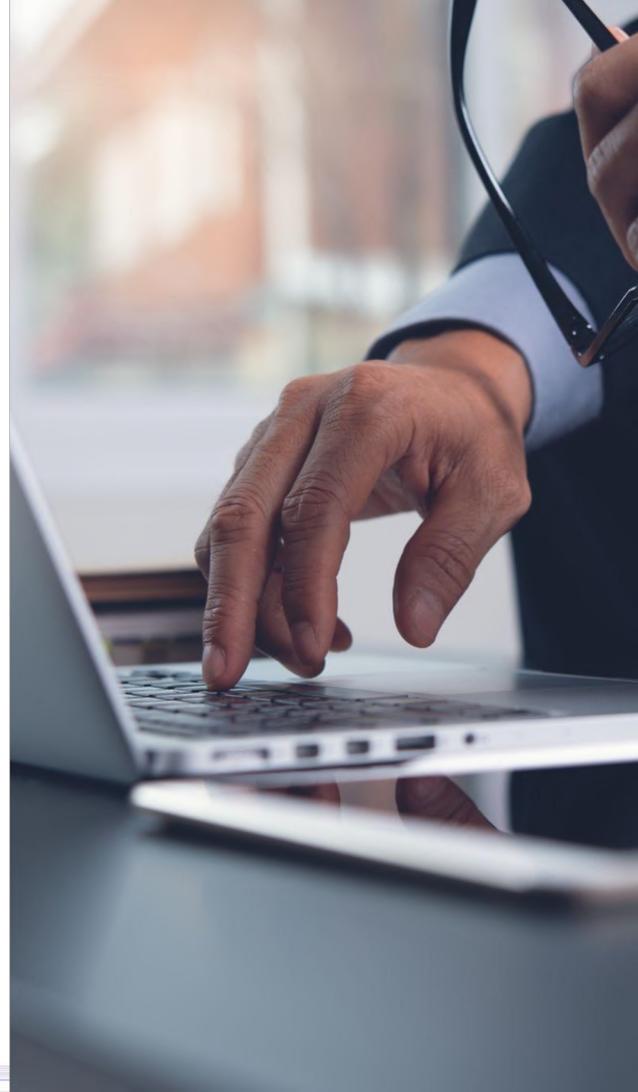
## 3-2 案件管理（商談管理）

### 案件管理（商談管理）

案件(商談)をSFAで管理することで、社内全体で進捗状況をチェックすることができます。これによって営業プロセスが可視化され、訪問予定日や契約予定日の失念を防いだり、進捗が止まったままの案件を見つけたりすることができるのです。

また、各案件はそれぞれの取引先情報・担当者情報に紐づいています。案件に関する必要情報が即座に確認できるため、営業マネージャーは的確に受注確度を判断したりと、タイムリーなアドバイスができ、営業担当者は過去の事例から成功パターンを導くことでより効果的な営業活動を行うことができます。

更に受注率などのデータレポートも簡単に出力できるので、実績に基づいた経営判断を実現できるのです。



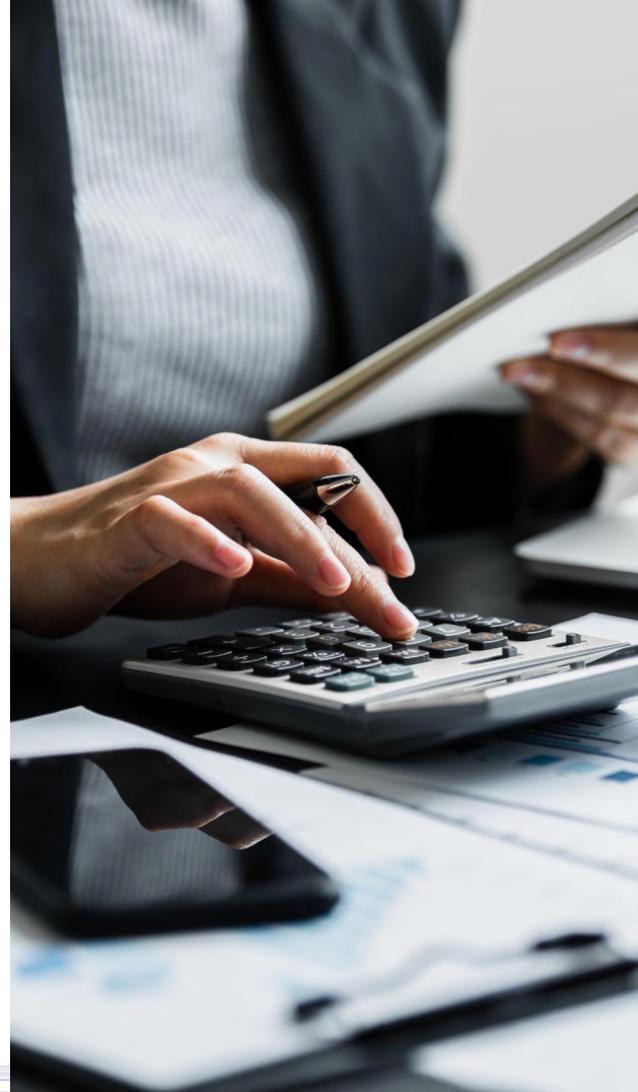
## 3-3 予実管理

### 予実管理

案件・期間・営業担当者ごとの売上実績・予測を簡単に確認できます。  
予実を管理することで、目標達成のために何をしなければいけないのかが把握でき、常に先手を打った営業活動の実現にも繋がります。

例えば、このままだと当月は目標未達成となってしまうかもしれないという場合も、営業マネージャーが案件情報を確認して営業担当者への的確なアドバイスをしたり訪問に同行したりして、目標達成のために効果的なアクションを行うことができます。

また、営業会議のためにわざわざ報告書を作成しなくても、グラフ表示もできるレポート機能を使えば資料作成に時間をかけることもなく済みます。



## Chapter4

# 直感的に営業管理ができる SFA Mazrica Sales



## 直感的に営業管理ができるSFA Mazrica

SFAは導入しただけで成果が出るものではなく、実際に活用してこそ売上に結び付けてくるものです。そのためには、現場＝営業担当者が使いやすい設計の製品を導入することが重要です。

Mazricaは、営業現場で使いやすいようなUI/UXにこだわった設計のため、直感的に操作ができ営業現場の入力負担を減らします。

### 【費用】

- ・月額費用：1ユーザー5,500円～

### 【特徴】

- ・外部サービスとの連携でシームレスな共有
- ・カード形式の案件ボードで直感的に営業管理
- ・取引先に関する企業情報などを自動取得
- ・マルチデバイス対応のため外出先でも確認できる
- ・蓄積された営業履歴からAIがおすすめアクションをレコメンド



<https://product-senses.mazrica.com/>



Mazrica  
Sales

Mazrica  
Marketing

Mazrica  
BI

Mazrica  
AI

最後までお読みいただき、ありがとうございました

【お問い合わせ】

株式会社マツリカ  
<https://mazrica.com/>