



40種類以上から分析！一度は読んでおきたい

SFA/CRM分類チャート 4つのタイプ



Chapter1 SFA/CRMとは？

Chapter2 SFA/CRM分類チャート

Chapter3 主なSFA/CRMの機能比較

Chapter4 SFA/CRM・営業支援ツール Mazrica Salesご紹介

AGENDA

Chapter1

SFA/CRMとは？



SFA/CRMとは？

SFAとは(Sales Force Automation)の略、CRMとは(Customer Relationship Management)の略で、属人化しがちな営業の情報をデータ化し、営業活動の生産性・売上を向上させることを目的としています。

データに基づいてPDCAを回し、営業活動を改善していく手法が日本でも注目されていることから、SFA/CRMの導入も進み、日報・情報管理ツールとしての需要も根強いです。

SFA/CRMを運用する上で欠かせないのが情報の入力です。
入力されなければ一タの分析もできませんし、共有ももちろんできません。
しかしここがネックになってSFA/CRMの導入に失敗する企業が非常に多いのです。

このebookでは主要な SFA/CRMを、機能や価格の比較だけでなく、「運用」という切り口で紹介していきます。

商談・受注

SFA/CRM導入の目的は？



情報共有・進捗管理



売上予測・実績管理



営業プロセス分析・改善

まず、SFA/CRMで達成したい目的を明確にしましょう。

導入の際の要件も明確になり、「こんな機能もあったら」と要件だけが膨らんでいく失敗を防ぎます。

ツールを導入しても目的が明確でなくては、運用もままなりません。

SFA/CRMで達成したい目的を明確にしましょう。

永遠の課題「入力されない」

せっかくコストをかけて導入したSFA/CRMの失敗の原因のほとんどが現場が入力してくれず、マネージャーとしても使いようがないツールとなってしまうことです。

「Sales Force Automationと謳っておきながら、結局人力での入力が必要じゃないか。全然自動化されていないじゃないか...」と思う方もいるかもしれません。

弊社のMazrica Salesは、この問題を解決するため、

**SFA/CRM導入の本来の目的を達成するためにも、
「運用負荷・入力負荷」を導入前に考えておきましょう。**

全然データ
入ってない...

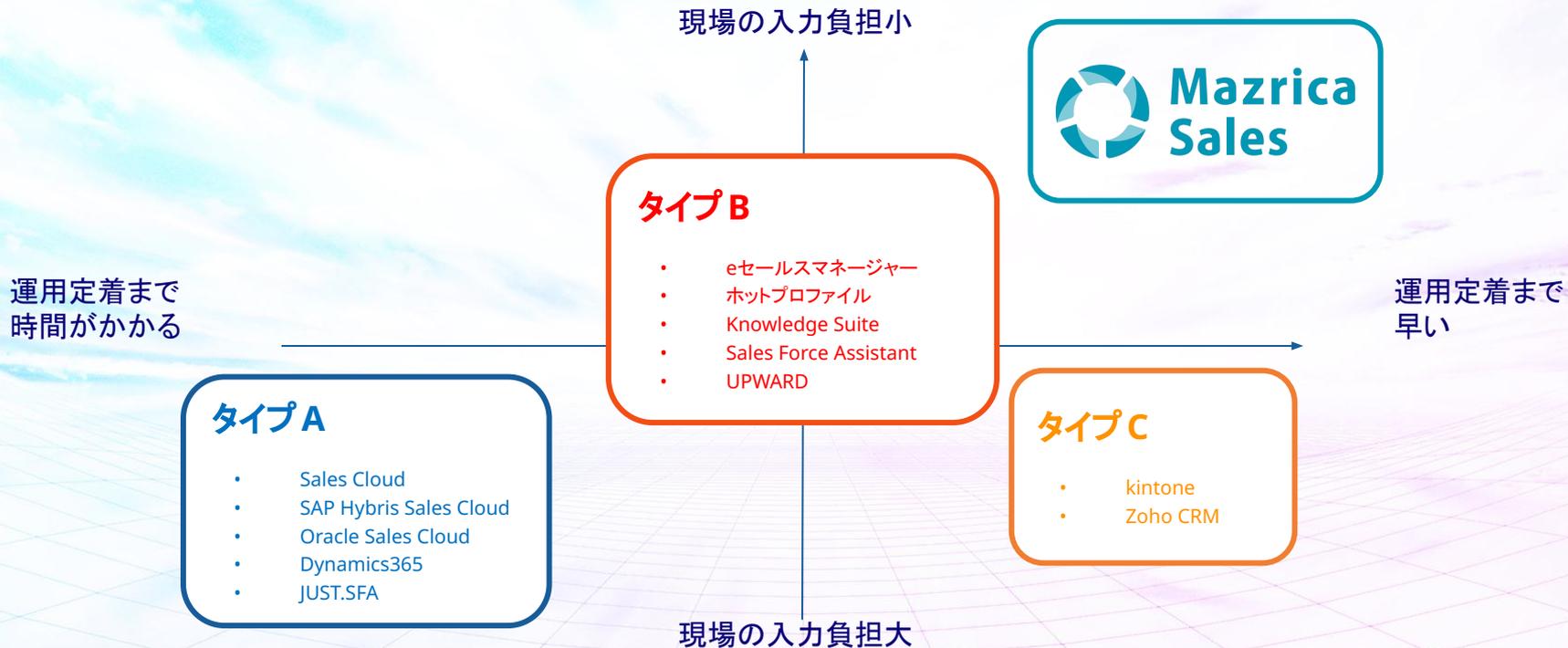


Chapter2

SFA/CRM分類チャート



SFA/CRM分類チャート(入力負荷 × 運用定着)



タイプAのSFA/CRM

タイプA

- Sales Cloud
- SAP Hybris Sales Cloud
- Oracle Sales Cloud
- Dynamics365
- JUST.SFA

Salesforce社のSales Cloudに代表されるこのタイプの SFA/CRMは、海外の大手企業の製品であることがほとんどです。導入の段階から費用と時間をかけてカスタマイズすることが多いのも特徴の一つで、独自の要件が多く、導入と運用に大規模なコストを投下できる大手企業で導入されることが多いようです。

また、専任の運用担当者を置いている場合が多いようです。

高機能とカスタマイズで、たいていのことは実現することができますが、高機能であるがゆえに画面が複雑で、システムに慣れていない現場営業マンは戸惑うかもしれません。

海外製品の場合、用語で海外独特のものが残っており、わかりにくいと感じる方も多いようです。

このタイプは、強力なオペレーションで入力・運用ルールを強制的に落とし込める大企業に向いていると言えるでしょう。

タイプBのSFA/CRM

タイプB

- eセールスマネージャー
- ホットプロファイル
- Knowledge Suite
- Sales Force Assistant
- UPWARD

このタイプは国内の古くからあるツールベンダーの製品になります。タイプAより安価で、機能もシンプルなのが特徴です。営業管理に必要な機能は基本的に揃っており、導入も比較的手軽に行うことができます。

国内製品であるため、用語も日本では馴染みのあるものを採用しており、わかりにくいということもありません。

ただやや古い会社の製品であるためか、UIが古く、操作しにくかったり入力にくい...という問題があるようです。

このため、eセールスマネージャーなどは、コンサルティングとセットで販売することで、定着率の向上を図っていますが、見積もりは高額になるケースが多いようです。

国内製品であるため、ルート営業に特化した機能なども備えていることが多く、ルート営業が営業の大部分を占める企業は検討してみるといいかもしれません。

タイプCのSFA/CRM

タイプC

- kintone
- Zoho CRM

このタイプは、非常に安価でカスタマイズの自由度が高いのが特徴です。SFA/CRMというよりは、SFA/CRMの用途にも使えるという表現が正しく、自由度が高いという意味ではむしろ Excelに近いものがあるかもしれません。

安価ではありますが、自社で開発をしていく必要があるので、知識が豊富な専任の運用担当者が必要になります。そのため、運用には一定のリソースが必要となります。

また安価な分、運用・導入時のサポートも、他のタイプと比べると、少ないようです。

知識のある運用担当者を置ける組織に向いているかもしれません。



Mazrica Salesは、現場に入力されず結局導入自体が失敗に終わるというSFA/CRMの課題を解決することを目指して、2016年にリリースされました。

1. 入力負荷を最小に

取引先の情報を自動取得できたり、メールやカレンダーとの連携機能により、現場の入力負荷を最小にすることにこだわっています。

2. 使いやすい UI

案件をカード形式で表示したボード画面など、使いやすい UIに定評があります。止まっている案件の色が変わっていく仕様なので、案件の抜け漏れも防止できます。

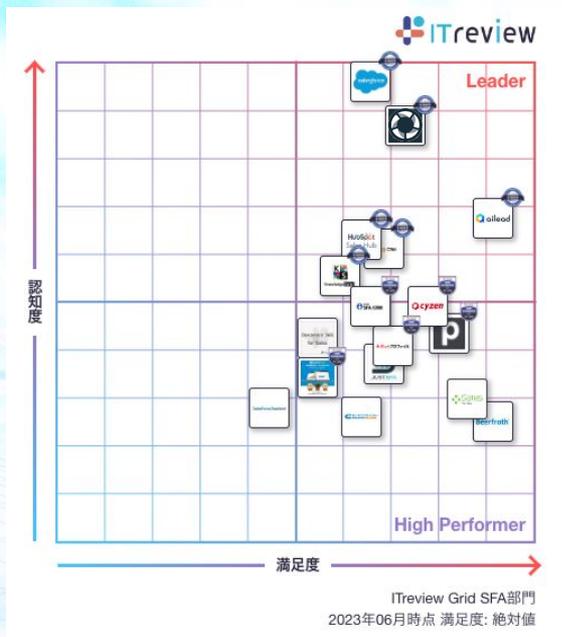
3. SFA/CRM導入を成功に導く運用サポート

SFA/CRMの運用・定着の支援サービスにより営業成果の最大化に貢献しています。管理者の方でなくても、ユーザーであれば誰でもチャットで質問することができます。回答は平均で2分以内、疑問をその場で解決することができます。

商談・受注

SFA/CRM分類チャート(認知度 × 満足度)

サイトのレビュー数、公に
入手可能な情報の組み合
わせて評価



サイトに集まったレビューのうちユーザーの
「おすすめ度(10段階)」の平均値にて算出

【ITreview Gridとは】

本サイトに集まったレビュアーによる満足度評価と市場の認知度を、独自のアルゴリズムで掛け合わせた四象限のマップです。

算出方法の詳細について

https://www.itreview.jp/statics/itreview_grid 商談・受注

Chapter3

主なSFA/CRMの機能比較



Chapter3 主なSFA/CRMの機能比較

サービス名	無料プラン	無料 トライアル	クラウド/ オンプレミス	案件管理	顧客管理	行動管理	日報管理	スケジュール管 理	名刺管理	通知機能	メール 一括配信	データ分析 レポート
Mazrica Sales	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Sales Cloud	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	●	●	●	●
eセールス マネージャー	-	-	オンプレミス/ クラウド	●	●	●	●	●	●	-	△	●
GRIDY SFA (Knowledge Suite)	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	△	●	△	●
InfAjast ES3.7	-	●	オンプレミス/ クラウド	●	●	●	●	●	-	●	●	-
LaXiTera	-	●	オンプレミス/ クラウド	●	●	-	●	●	-	-	-	△
HubSpot Sales	●	●	クラウド	●	●	●	-	-	-	●	●	●
SkyDesk CRM	●	-	クラウド	●	●	●	●	●	●	●	●	●
WaWaFrontier	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	-	-	-	●
cyzen	-	-	クラウド	-	●	●	-	●	-	-	-	-
Microsoft Dynamics 365	-	●	クラウド	●	●	●	-	●	-	-	-	●
Flex CRM	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	△	●	●	●

Chapter3 主なSFA/CRMの機能比較

サービス名	無料プラン	無料 トライアル	クラウド/ オンプレミス	案件管理	顧客管理	行動管理	日報管理	スケジュール管 理	名刺管理	通知機能	メール 一括配信	データ分析 レポート
アクションコックピット	-	●	クラウド	●	●	-	-	●	△	-	●	●
薬薬販売	-	●	クラウド	●	●	-	-	●	-	●	-	●
Zoho CRM	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	●	●	●	●
kintone	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	●	●	●	●
GrooForce	●	-	クラウド	●	●	●	●	●	-	●	-	●
ネクストSFA	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	-	-	●	●
Oracle Sales Cloud			クラウド	●	●	●	-	-	-	-	●	●
Nice営業物語Smart3	●	-	アプリ ケーション	-	-	●	-	●	-	-	-	-
GENIEE SFA/CRM (旧ちぎゅう)	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	●	-	●	●
JUST.SFA	-	●	クラウド	●	●	●	●	●	●	●	-	●
Camcard Business	-	●	クラウド	●	●	●	-	-	●	-	●	-
Sansan	-	●	クラウド	●	●	-	-	-	●	●	●	-

Chapter3 主なSFA/CRMの機能比較

サービス名	無料プラン	無料 トライアル	クラウド/ オンプレミス	案件管理	顧客管理	行動管理	日報管理	スケジュール管 理	名刺管理	通知機能	メール 一括配信	データ分析 レポート
Biz Magic 顧客	-	●	クラウド/ オンプレミス	●	●	●	●	-	-	●	-	●
ワンズ営業日報	-	-	クラウド	●	●	●	-	●	-	-	-	●
WEB Direct アルファオフィス	-	●	クラウド	●	●	●	●	-	-	-	-	●
Trustpro	-	●	クラウド	●	●	●	-	●	-	-	-	●
Ambassador Relations Tool(アート)	●	-	クラウド	-	●	-	-	-	-	-	●	●
Sales 8	-	●	クラウド	●	●	-	-	-	●	●	-	-
SUGAR CRM	-	●	クラウド/ オンプレミス	●	●	●	●	●	-	-	●	●
Customa!	-	●	クラウド	●	●	-	●	●	-	-	●	-
SAP CEM	-	-	オンプレミス	●	●	●	-	-	-	-	-	●
Hot Profile	-	●	クラウド	●	●	●	-	-	●	-	●	●

Chapter3 主なSFA/CRMの機能比較

サービス名	無料プラン	無料 トライアル	クラウド/ オンプレミス	案件管理	顧客管理	行動管理	日報管理	スケジュール管 理	名刺管理	通知機能	メール 一括配信	データ分析 レポート
UPWARD	-	-	クラウド	-	●	●	●	●	-	-	-	●
Ubiregi	●	-	クラウド	-	●	-	-	-	-	-	-	●
Sales Force Assistant	-	●	クラウド/ オンプレミス	●	●	●	-	-	●	●	-	-
メールワイズ	-	●	クラウド	●	●	●	-	-	-	●	●	●
営業日報MarkⅡ	-	●	クラウド/ オンプレミス	●	●	●	●	●	-	-	-	●
クラウドビート	-	●	クラウド	●	●	-	-	●	-	-	-	●
ソプロス	-	-	オンプレミス	●	●	●	-	-	-	-	-	●
PharMart SFA	-	-	クラウド/ オンプレミス	-	●	●	●	●	-	-	-	-
Geo CRM	-	●	クラウド	-	●	●	-	-	-	-	-	-
F-Revo CRM	-	●	クラウド/ オンプレミス	●	●	●	●	-	●	-	●	●

Chapter4

SFA/CRM・営業支援ツール

Mazrica Salesご紹介



提供サービス SFA/CRM・営業支援ツール Mazrica Sales

利用企業数

2,800社
突破

利用継続率

98%

アクティブ率

55%

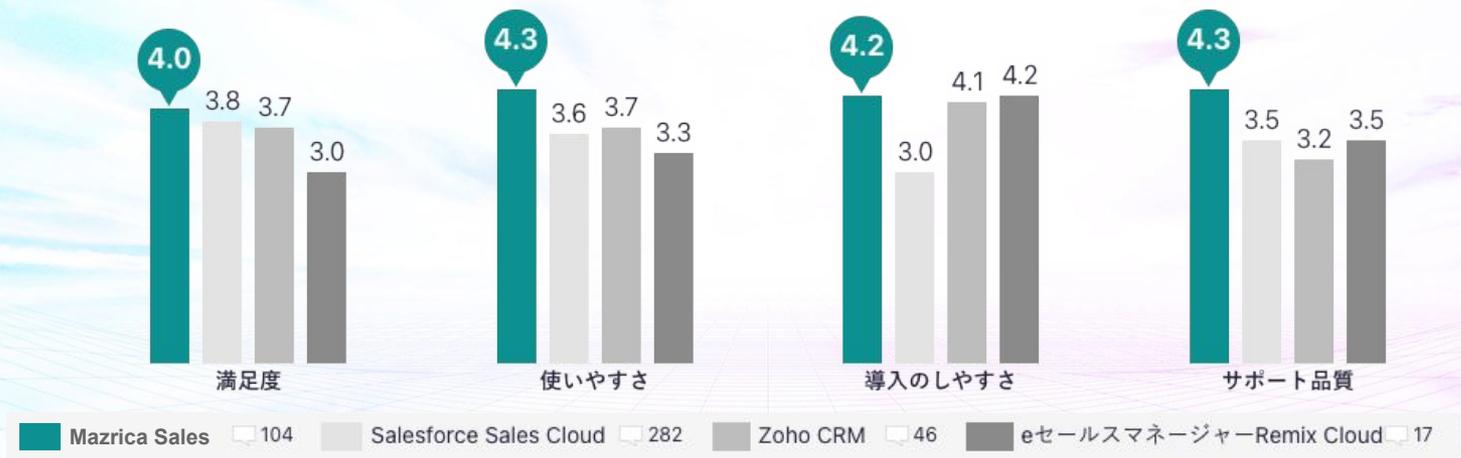
※アクティブ率 = DAU/MA
※上位10%のSaaS平均28.7%と比較し約2倍



主なSFA/CRMとの比較



すべてのユーザーによる回答



ITreviewのレビューデータより
2022年06月03日時点

Mazrica Sales(旧Senses)のレビューはこちら

<https://www.itreview.jp/products/senses/reviews>

業界最大手のSFA/CRMから乗り換えたユーザーの声



FAの運用管理者が退職した結果、環境設定変更ができる人がいなくなってしまう、ただ数値を入力するだけのツールになっていた。管理者の学習コストが高いため、導入後の微調整が困難。



業界中堅B社
(ソフトウェア業)

どこを触ったら何が変わるのがわかりにくい。二重入力が発生して手間がかかる。結果として、現場の営業マンが入力してくれず、30%ぐらいの人しか活用していなかった。



業界中堅C社
(専門サービス業)

基本料金に加えオプションも複数追加しコストが高くなっていた。一方で、使いにくく活用が進んでいなかった。

インターフェースが使いやすいので、誰でも設定変更ができるようになった。会社の成長フェーズに合わせ営業の仕方も高度になっていく中で、調整をしやすくなった。

メールやカレンダーとの自動連携もさることながら画面がわかりやすいので、入力負荷が圧倒的に少なくなった。以前は5クリック必要だった作業が、1クリックになったイメージ。

月額ライセンス費用だけでもコストを4分の1に削減することができたが自分たちが必要な機能を十分維持できた。システム移管もスムーズに行えた。

株式会社ファンケル様



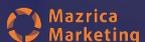
導入前の課題

情報やナレッジの共有が図られていない状況であった。営業メンバーがそれぞれで営業資料を作成するため、同じ商品であっても、人によって営業資料が異なる状況だった。名刺の管理も属人的なので、誰が誰と接点があるのかが見えない。

SFA/CRM(Mazrica Sales) 導入後の変化

毎日の朝礼でSFA/CRMを触る時間を設けた。恒常的に触ることで、難しいものではなく『使える』という感覚が浸透。この取組みが功を奏して、メンバーの利用度や関心度が高まった。SFAをきっかけにして自分たちの営業活動を見直し、課題解決のために動き出すようになった。

[事例の詳細はこちらをクリック](#)



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/>