



実は50%以上の企業が課題あり!?

失敗しないSFA導入手順

最短で売上アップにつながる営業支援ツール定着・活用のポイントとは?

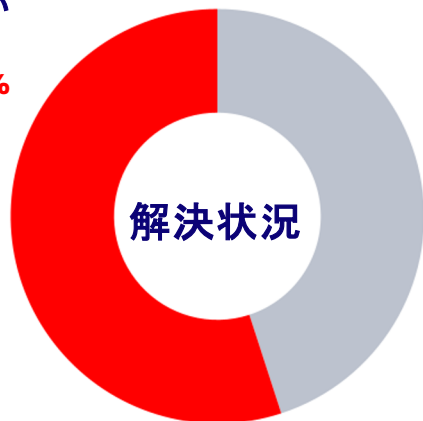


SFA導入の実情

SFA導入済み企業の過半数は課題を解決できず、
SFA利用について十分に満足できていない

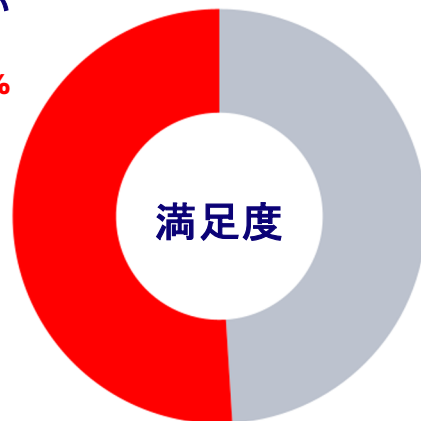
解決していない

55%



満足していない

51%



参考：「SFA満足度調査」

SFA導入が失敗する原因



導入

ITツールへのハードル/抵抗感
運用までの人的コスト

運用

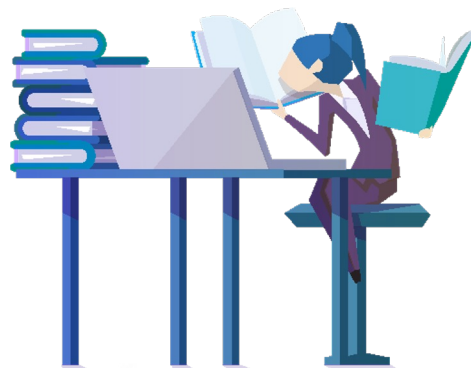
正しくKGI・KPIが管理できない
メンバーの利用が定着しない

効果検証

費用対効果が測定できない
営業成果が出ていない

では導入を成功させるためには？

SFA活用定着の4ステップ



SFA定着の流れ

正しい流れでSFAを導入できていない導入失敗の主な原因になっています。
特にSTEP02「定着」を中心に以下の手順を実践することが重要です。



STEP 01 設計・設定

そもそものSFAの導入目的を整理し、
管理すべき項目の整理や運用ルールを策定する



STEP 01 設計・設定

01-1 導入目的の再整理

営業生産性向上のためにどの指標をどれだけ改善できるのか？

(例) 営業生産性向上の方程式の6つの指標を参考にする

成果ロジック

$$\text{営業生産性向上} = \sum \left(\frac{\left(\frac{\text{商談数} \times \text{成約率}}{\text{リードタイム}} \right) \times \text{単価}}{\text{営業コスト(会議・資料・教育・検索)}} \right)$$

STEP 01 設計・設定

01-2 管理項目の確定・設定

行動指標と成果指標をKPIに策定することで量に頼らずに、“狙って”業績を上げられる営業組織に

SFAで管理する項目（KPI）の例



行動指標

- ・ 架電数：案件発生に係る行動指標（行動数が増加することにより商談発生件数が増加する）
- ・ 訪問数：案件数に係る行動指標（商談や訪問が増加することにより案件数が増加する）
- ・ 案件数：受注数に係る行動指標（案件数が増加することで受注件数が増加する）



成果指標

- ・ 初回アポ獲得率：架電やメール、見込み顧客へのアプローチ活動(スキル)に対する成果指標
- ・ 案件化率：初回アポイントでの関係構築、ヒアリングの活動(スキル)に対する成果指標
- ・ クロージング率：提案アポイントでの提案の質、顧客との合意スキルに対する成果指標

STEP 01 設計・設定

01-3 運用ルールの方策

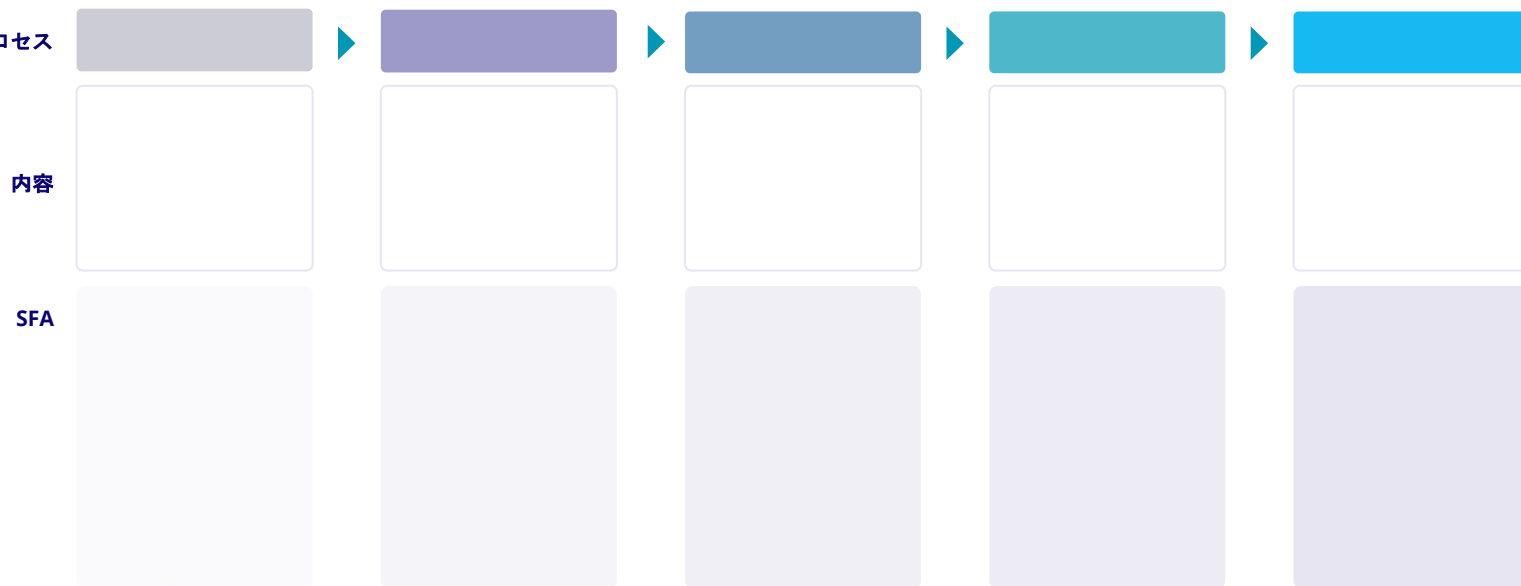
営業プロセスを整理してSFAに登録すべき内容を洗い出す



STEP 01 設計・設定（ワークシート）

01-3 運用ルールの設定

(例) 営業プロセス



STEP 02 定着

SFA入力を定着させ、
データを活用したマネジメントを行う

STEP 02 定着

02-1 入力/更新の定着

営業情報の入力・更新の定着による活用データ蓄積

(例)

① SFA入力促進担当の設置



SFA入力促進担当の設置することで
意識的に入力・更新を定着させる

② SFA入力情報を人事評価に反映



SFAに入力された営業活動情報が人事評価に
直結するので意識的に入力・定着が進む

STEP 02 定着

02-2 SFAを活用した営業会議の定着

営業会議の生産性を向上させて正しくPDCAサイクルを回す

種別	内容	効果
プロセスマネジメント	・各営業フェーズ進捗の歩留まりを可視化して課題を抽出	・組織/個人の得意&苦手フェーズ、スキル、ターゲットの解明
売上見込み（ヨミ）管理	・当月の着地見込みを確認し、期日とNext Actionを握る	・月末未達率の改善、実績のコントロール改善
案件進捗管理	・案件の進捗/停滞状況を確認し、打ち手を明確化	・セールスサイクル高速化/アクション抜け漏れ軽減
アクション数管理	・アクション数の結果/目標を確認し、行動量を握る	・行動量の増加、セールスサイクル高速化
個別案件レビュー	・重要案件の内容を共有し、仮説の精度をブラッシュアップ	・仮説精度向上、商談スキル向上、受注率向上
1 on 1	・各人の強み/弱みを明確化し、育成プランを策定/実行	・個人の特徴/課題の明確化、育成施策立案&実行

STEP 02 定着

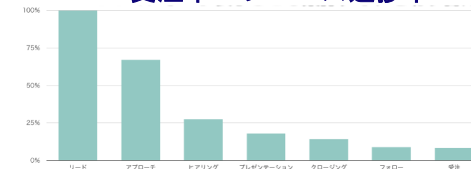
02-3 SFAを活用したマネジメントの習慣化

確認項目	日次	週次	月次	四半期
受注実績・パイプライン金額	✓	✓	✓	✓
失注実績/案件内容	✓	✓	✓	
活動量/案件数		✓		
活動比率（金額/ターゲット）			✓	✓
ネクストアクション	✓	✓		
案件内容（確認/確定項目）	✓	✓		
案件（フェーズ）進捗		✓	✓	
時期/金額変更	✓	✓		
平均リードタイム			✓	✓
受注率/フェーズ進捗			✓	✓
平均案件単価/受注単価			✓	✓
失注要因分析			✓	✓

(例) 受注実績・パイプライン金額



受注率・フェーズ進捗率



平均受注単



STEP 03 振り返り

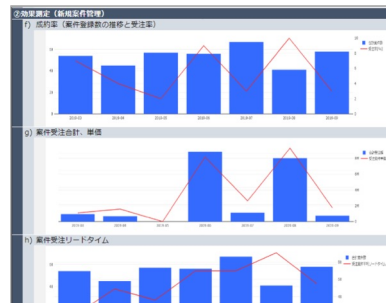
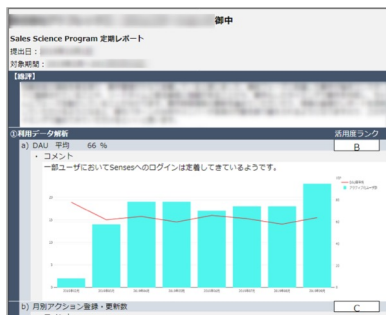
SFAの定着状況を振り返るとともに、
営業のボトルネックを特定する



STEP 03 振り返り

03-1 SFAの活用度の確認

SFAの成果を確認するだけでなく現在の利用状況から次に何をすべきなのかを明確にする



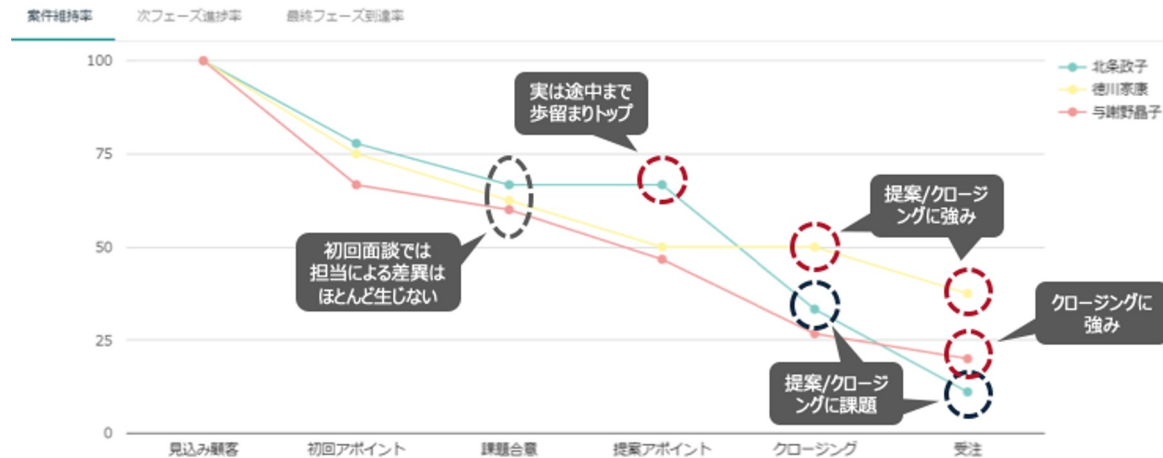
利用データ解析（アクティブユーザ率（日次）、利用機能の回数）
成約率、案件受注合計、単価、リードタイム、ネクストアクションなど
を確認することでSFA活用の改善につなげることが可能になります。

STEP 03 振り返り

03-2 受注までのプロセスにおけるボトルネックの特定

見込み顧客～受注までの営業フローをプロセス別に細分化し、各プロセスの課題点を抽出

(例) Mazricaのファネル分析レポート



STEP 04 改善

振り返りの結果発見できた組織課題を
解決するための施策を実行する

STEP 04 改善

04-1 営業フェーズの見直し

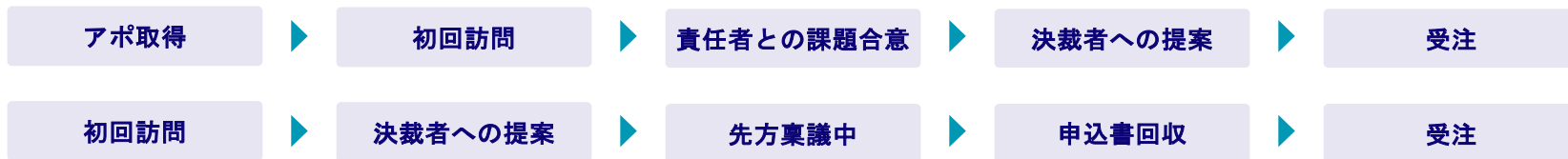
成果指標として測定可能かつ客観的な指標か？ MECE(漏れなく・ダブリなく)になっているか？

(例) 営業フェーズの設定

悪い例：各プロセスの定義・移行基準が曖昧で移行基準も主観的



良い例：各プロセスの定義・移行基準が明確で客観的に判断可能



STEP 04 改善

04-2 管理項目・入力情報の見直し

営業プロセスを振り返った後にSFA上の各項目の見直しを行う

(例) クロージングに課題があったため、受注に至るまでのプロセスを分解し、新しいフェーズを設定



事例（SFA運用定着による効果）

株式会社ファンケル様



FANCL

株式会社ファンケル

業種
製造業

営業タイプ
BtoB 既存営業中心

課題
営業情報の属人化,営業活動
の効率化,営業活動の可視化

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（Mazrica）導入後の変化

毎日の朝礼でSFAに触る時間を設けた。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。

4ステップを確実に進めるためには？

SFAの導入成功の鍵は「相談相手がいること」

4ステップをカスタマーサクセスが徹底サポート



どのように導入すべきかわからず
時間がかかる、途中で諦める



設計～定着がスムーズに進み、
成果の可視化と成果の最大化を実現

STEP 01 設計・設定

1. 導入目的の再整理
2. 管理項目の確定・設定
3. 運用ルールの方策

STEP 02 定着

1. 入力/更新の定着
2. SFAを活用した営業会議の定着
3. レポートの活用定着

STEP 03 振り返り

1. 営業フェーズの見直し
2. 管理項目・入力情報の見直し
3. SFAの活用度の確認

STEP 04 改善

1. SFA各項目の再設定
2. 次年度の目標設定
3. 活用の更なる定着

導入に失敗しないSFA - Mazrica Sales -



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導入を成功に導く運用サポート

SFA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。



比較 —SFAの導入・運用サポート費用—

一般的なSFA

コンサルティングファームとSIerと
連携しながら導入を進める

外注費含め数百万～数千万円

SFAにかけた費用を
回収できない可能性あり

導入しやすさ



費用



ROI



Mazrica

自社の人員でらくらく設定
(必要に応じてカスタマーサクセスが迅速なサポート)

年間60万円～のサクセスパッケージ

専任のカスタマーサクセスが利用状況を
確認しながら効果測定をサポート

有償サポート費用 表示価格は税抜です

スポット支援

100,000円/回～

スムーズな運用開始/定着促進のために
ピンポイントでの支援に特化した
短期中集中プラン

サポート内容

SFA初期設定支援
操作説明（入力・活用方法）
分析方法研修
設定変更支援 など

プレミアムサポート

月額50,000円～

貴社専任のカスタマーサクセスマネージャーが
Mazricaの導入・運用・活用・改善をサポートする
年間支援プラン

サポート内容

チャットサポート
導入支援
運用・定着支援
活用改善・支援

おすすめ資料のご案内

営業現場に最も使われているSFA
「Mazrica Sales」について知りたい方



Mazricaサービス紹介資料を
無料ダウンロードする





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/>