

中小企業におけるCRM導入 ~活用事例を参考に~

概要

昨今活用の幅が広がっている、CRMの導入入門編です。

今やCRMは大企業だけで使われるものではなくなってきており、中小企業においてもさまざまな業種で導入されています。

今回は中小企業でどのように活用できるのかを活用事例を参考にして見ていきたいと思います。

貴社のビジネスモデルや、抱えている課題と照らし合わせながら読んでいただければ幸いです。 ぜひご一読ください。

目次

- 1. CRMとは:概念とツール
- 2. 中小企業でも身近になってきたCRM
- 3. CRM活用事例と効果
- 4. CRM活用事例と効果:事例詳細
- 5. 導入時の留意点

- 1. CRMとは: 概念とツール
- 2. 中小企業でも身近になってきたCRM
- 3. CRM活用事例と効果
- 4. CRM活用事例と効果:事例詳細
- 5. 導入時の留意点

CRMとは:概念とツール ①CRMの概念とは?

CRMとは「Customer Relationship Management」の略で、「顧客関係管理」「顧客管理」と訳されます。市場の成熟化するなか、顧客の特徴に合わせたマーケティングである"One to Oneマーケティング"が主流となった手法です。

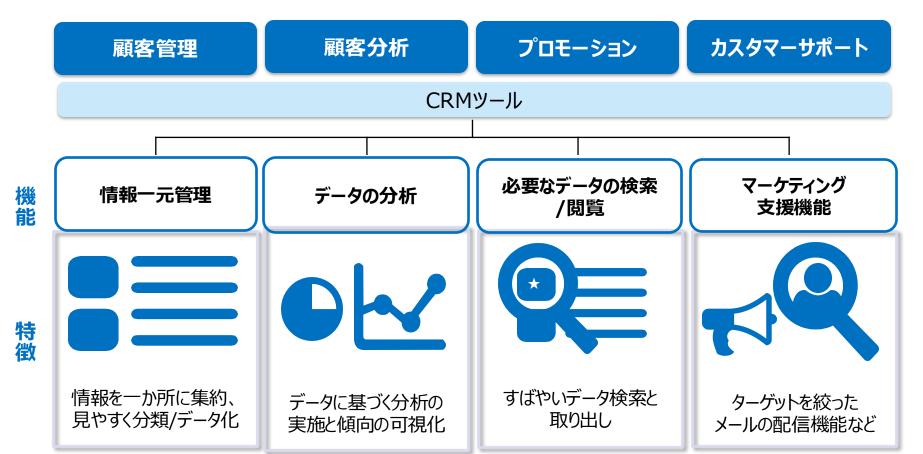
顧客を中心にし、主に4つの領域によりPDCAサイクルを回すのがCRMの考え方です。

顧客管理	顧客分析	マーケティング	カスタマーサポート
顧客基本情報の	情報をもとに行動の	顧客の傾向に合わせた 施策を考案/実行	顧客の問い合わせや
管理/整理と分類	傾向や心理を掴む		要望への対応力強化
顧客の生の声などの	施策の導入前後を	顧客の傾向や心理を	的確かつスピーディーに
定性的な情報の管理	比較し、 効果検証	踏まえてターゲティング	対応し、顧客をグリップ

CRMとは:概念とツール ②CRMツールとは?

CRMの概念を下支えする役割を担うのがCRMツールです。 特定の領域に対してではなく、全体に対して横断的に力を発揮します。

- CRMのツールは、クラウド型の業務系アプリケーションが大部分を占めます。
- SaaS型を筆頭に豊富な運用方法があり、機能やカスタマイズ性も様々です。



1. CRMとは: 概念とツール

2. 中小企業でも身近になってきたCRM

- 3. CRM活用事例と効果
- 4. CRM活用事例と効果:事例詳細
- 5. 導入時の留意点

中小企業でも身近になってきたCRM〜増加の理由〜

CRMの市場規模は年々増加しています。しかし、これは大企業だけに限った話ではありません。中小企業でも導入する企業は増えてきています。 理由は2つ挙げられます。

必要最低限の機能で、かつ、低価格のパッケージの台頭

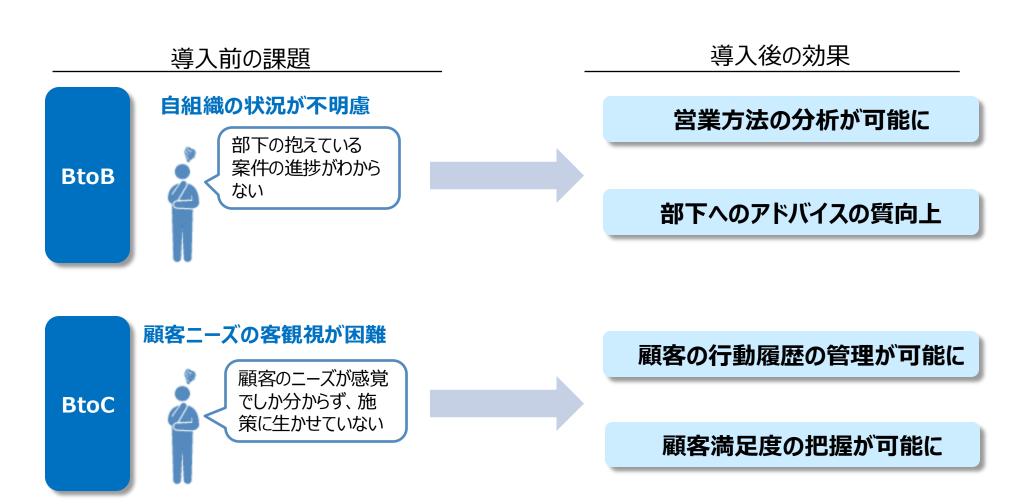
マーケティング機能などは中小企業でニーズが低いため、顧客管理や分析などの必要な機能のみに絞り価格を抑えたパッケージが出てきています。

企業規模に合わせたカスタマイズに柔軟に対応

低価格かつ開発なしで自社のビジネスモデルに合わせてカスタマイズできる柔軟性がある パッケージ型やPaaS型も台頭してきています。

中小企業でも身近になってきたCRM~導入のメリット~

中小企業でもCRMを導入することで、さまざまなメリットが見込めます。 導入する効果を例としてご紹介します。



- 1. CRMとは: 概念とツール
- 2. 中小企業でも身近になってきたCRM
- 3. CRM活用事例と効果
- 4. CRM活用事例と効果:事例詳細
- 5. 導入時の留意点

CRM活用方策と効果: 概要

では、実際の業務ではどのように活用できるのでしょうか。

ここからは既にツールを導入している企業の事例を業種や導入領域ごとに見ていきましょう。



CRM活用事例と効果:【具体例】①顧客管理

		<u>企業名/</u> 業界/部署	課題	ツール選定の際に重視したこと	<u>導入後の効果</u>
① 顧客管理	toB	株式会社 坂井建設 建設/ IT関連事業部	・部署間での 顧客情報の 管理方法ばら つき	・商談ステージを部署のやり方に沿って カスタマイズできること・商談ステージを全体で一元管理できる 仕組みがあることCRM	意思疎通が迅速化情報検索にかける時間の 削減
		SBSロジコム 株式会社 流通/ 営業開発部/	正確な営業進 捗が不明共有ファイルでの エクセル管理によ る弊害		・正確な成約率の把握 ・確度の高い案件への 営業力集中による 成約率向上
	toC	株式会社 HEAVEN Japan アパレル/ サービス部	紙で顧客情報を管理顧客応対に時間がかかる	・店舗という業態にあったカスタマイズができること ・顧客基本情報に加え、在庫管理などの情報も一元管理できること	・顧客応対の時短・応対の質向上による返品率改善
		株式会社 フィオーレ 美容/ 広報部	•情報が店舗ごと に分断されてい る	 パソコンが苦手な人でも、ドラッグ&ドロップで容易に操作できること 画像データのアップロードが可能であること 低価格であること 	店舗間のデータの紐づけが可能になった顧客情報の検索が容易になった

CRM活用事例と効果:【具体例】②顧客分析

		<u>企業名/</u> 業界/部署	課題	ツール選定/見直しの際に重視したこと	導入後の効果
② 顧客分析		株式会社 オフィスバンク 不動産/ 事業部長	既存ツール機能が複雑すぎて運用できていない	営業管理や顧客管理などの必要な機能 だけが搭載されており、シンプルな運用が できることCRM	・営業員の行動が見える化 ・データ蓄積/分析により 営業員の特徴把握が可能に
	toB	株式会社 サーバー ワークス 情報・通信/ 経営陣	システム間連携が取れず、 ・迅速な経営 判断が困難	・開発や営業の動きを、売上などの数値で 測れるようにカスタマイズできること・勤怠や工数管理、経費精算などのシステムを統合管理できること	・売上予測の正確化による 経営判断の改善・目標の見える化による 競争意識の高まり
	toC	鳴海製陶 株式会社 小売/ 直営店 グループ長	Synergy!を導入済みだが未活用Webマーケティングの費用対効果の改善の必要性	 蓄積情報をマーケティング観点で再度見直し、 分析に活用できること マーケティング立案のサポートがあること Synergy! 	・メールクリック率/コンバージョン率が10倍に・リピート購買率20%上昇
		株式会社 星野リゾート ホテル/八ヶ岳 支配人・本社 Webディレクター	マーケティング部 と現場が離れて おり情報共有の ラグが発生	ワンクリックで素早くグラフを表示できること離れていてもリアルタイムで同じ数字を共有できることることCRM	拠点間の連携強化顧客傾向に沿った分析

CRM活用事例と効果:【具体例】③プロモーション

		<u>企業名/</u> 業界/部署	課題	ツール選定の際に重視したこと	導入後の効果
		株式会社 atsumel 情報・通信/ マーケティング 責任者	・Webからの 問い合わせ数は 増えたが商談数 が増えてこない	• 見込み顧客の行動追跡やアプローチを 自動で行ってくれる機能があること	•宣伝広告費を半減させた にも関わらず、Web広告経 由の 集客3.3倍、 商談 数4.4倍 に
3 プロモ	toB	ビジネスエン ジニアリング 株式会社 情報・通信/ マーケティング 企画本部	既存の見込顧客データベースを利用したマーケティングがしたい	 インバウンドマーケティングに特化した機能があること マーケティングの流れ策定のサポートがあること 既存のデータや、コンテンツを生かしたマーケティングができること HubSpot CRM 	見込顧客に向けたメールマガジンのコンバージョン率向上
モーション	toC	ヒラキ 株式会社 小売/Web マーケティング部	・既存顧客向け のOne to One メール配 信を 行いた い	 LINEのOne to One配信に応用できること 購買履歴や頻度などの顧客行動の細かい管理ができること Synergy! 	•メール経由の売上が 前年比2倍 になった
		京都造形 芸術大学 大学/ 通信教育部 事務室	・説明会満員で も、出願者が 増えていない	・確度の高い顧客を絞り込む機能があること ・顧客の行動フェーズに応じたメールを 自動配信してくれる機能があること Synergy!	• 過去最高の出願者数 を 達成

CRM活用事例と効果:【具体例】④カスタマーサポート

		<u>企業名/</u> 業界/部署	課題	ツール選定の際に重視したこと	導入後の効果
④ カスタマーサポート	toB	東通インテグ レート 株式会社 情報・通信/ 経営陣	・部署間の連携 不足による機会 損失	 各部署での顧客接点を一元化できること 各部署のメンバー皆が情報を取り出せること 組織環境に合わせたバージョンアップが可能なこと 	コールセンターに寄せられた 顧客の声が、ダイレクトに 営業に伝わるようになった
		日本農薬 株式会社 研究開発/ 海外 マーケティング部	・拠点間/担当 者間の情報共 有	拠点や部署をまたいで情報が参照できること導入後のアフターサービスが充実していることことを なっかる こと なっと こと なっと こと こと	・拠点間の情報共有が スピーディーかつスムーズ になり、機会損失がなくな た
	toC	ライザップ グループ サービス/ 経営陣	紙での顧客情報管理コールセンターとトレーナーの連携	 各部門の顧客情報を一元管理できること クロスセル/アップセル提案を支援する 仕組みがあること salesforce marketing cloud salesforce sales cloud 	・顧客への継続的で多角的なアプローチが可能になった
		株式会社 インデス 建築/経営陣	問い合わせ情報の共有個人の記憶やメモ、紙の資料に情報が分散	 問い合わせ対応に必要な機能だけ利用できること 機能をそのまま利用することもカスタマイズすることも可能であること 低価格であること 	・顧客情報や応対履歴を 参照しながら 電話対応を行えるように なった・ミスが減少し属人化が解消 した

- 1. CRMとは: 概念とツール
- 2. 中小企業でも身近になってきたCRM
- 3. CRM活用事例と効果
- 4. CRM活用事例と効果:事例詳細
- 5. 導入時の留意点

CRM活用事例と効果:事例詳細(SBSロジコム株式会社)

物流の広い範囲を事業領域とする株式会社SBSロジコムでは、営業情報の情報共有が うまくいっていませんでしたが、CRM導入により成約率が向上しました。



課題

営業進捗管理が うまくいかない

共有化されたエクセル管理

- 同時編集ができないため 入力待ちの時間が発生
- データ入力に手間がかか

正確な情報がわからない

- 月末の営業会議直前に まとめて入力する社員が 多数
- 進捗の把握は、月末ま で不可能



工夫点

確実な情報入力の支援

項目の簡略化と 現場に合わせたカスタマイズ

- 出先でも携帯/PCで 随時入力を推奨
- 業界用語、慣習に沿った 項目にカスタマイズし、入 力者の負担を軽減

活動報告や会議資料への 活用を推奨

データを正しく入力することの メリットである「会議資料の 作成が楽になる」という点を 訴求



効果

成約率の向上

スピードアップと情報共有

- 性格な現状把握が可能に
- 営業方法の見直しが促進
- 確度や規模に対して柔軟 な対応が可能に

確度や規模に応じた対応の 実現

- 案件ステータスが可視化
- 高確度/大規模案件に集 中可能に

出典元:eセールスマネージャー 導入事例

sales.ip/casestudy/sbslogicom/

URL) https://www.e-

CRM活用事例と効果:事例詳細(株式会社HEAVEN Japan)

店舗やECサイトで調整下着の開発/販売を行う株式会社HEAVEN Japan。

顧客情報の集約により、顧客対応品質が向上し、2か月で12%の返品率改善を達成しました。



sales*f*orce

service cloud



顧客情報の集約が できていない

基本情報を紙で管理

• 問い合わせ対応時、容易に情報を調べられず時間がかかる

本来の業務の時間を圧迫

スタッフ間でのノウハウ共 有ができていないため、属 人的。対応が ベテランス タッフ任せきりになり業務 を圧迫



顧客応対情報も管理

店舗運営で必要な情報の集約

顧客の基本情報に加えて、商品の受発注や採 寸履歴、注文商品履歴などの情報も追加

顧客の声をデータ化し蓄積

問い合わせが電話やメールであった時に、顧客の感情を絵文字を用いて登録



返品率の改善

顧客応対の時短と質の向上

顧客情報を迅速に検索し、接客の時短と質が向上

顧客満足度の向上

- 顧客応対情報の管理/集 約により、返品要望にアド バイスをすることが可能に
- 返品率が2か月で12% 改善

出典元: Salesforce お客様事例
URL) https://www.salesforce.com/jp/customer-success-stories/heaven-japan/

CRM活用事例と効果:事例詳細(日本農薬株式会社)

農薬の開発〜製造、販売まで一貫して行う日本農薬株式会社は、拠点間/部門間の情報共有 に課題を抱えていましたが、ツールを導入したことで機会損失を減らすことができました。



課題

部署間/拠点間の 情報共有ができていない

情報伝達の不足

- 海外拠点の拡大や体制変
- 情報の伝達が不十分

機会損失の発生

- 顧客とは長い付き合いが 前提で、ニーズを推察
- 作物の栽培時期を逃すと 農薬の開発に影響あり
- 情報共有不足が機会損 失につながる



工夫点

ツール運用の手厚いサポート

重複入力の手間を削減

開発/営業など、フェーズご とで重複入力する必要が あった 項目をまとめ手間 を削減

ツール講習会の開催

- 不便に感じている部分や 活用できてない部分を アンケートで洗い出し
- ツール活用のスキルに合わ せて講習会を開催



効果

機会損失の減少

情報共有がスムーズに

- 部署間/拠点間の情報共 有がスピーディーかつスムー ズに
- 海外拠点とのコミュニケー ションが活発に

タイムロスや機会損失の 減少

- 情報共有不足を背景とし た タイムロスや機会損失 が減少
- 海外拠点の事例も、営 業や開発の活動に活用

出典元: eセールスマネージャー 導入事例 URL) https://www.e-sales.ip/casestudy/nichino/

- 1. CRMとは: 概念とツール
- 2. 中小企業でも身近になってきたCRM
- 3. CRM活用事例と効果
- 4. CRM活用事例と効果:事例詳細
- 5. 導入時の留意点

導入時の留意点

中小企業でも効果を発揮するCRMですが、導入する際に気を付けなければなければならないことがあります。

1 導入目的の明確化が必要

導入目的がはっきりしていないと、形骸化してしまうおそれがあります。 課題の洗い出しを充分におこない、

目的に沿ったツールの導入を検討する必要があります。

2 導入に対する現場からの抵抗

CRMを導入することにより、慣れ親しんだ業務が、ガラリと変わってしまうケースがあります。 そのため、現場ではなかなか浸透しない事象もあります。

現場をうまく巻き込む必要があります。

導入時の留意点~対処策~

CRM導入の留意点について、事例を参考にして、対処策を考察しました。

<u>社員にとってのメリット</u> を訴求する

(SBSロジコム株式会社)

<u>課題の根本原因を</u> 洗い出す

(株式会社HEAVEN Japan)

<u>運用サポート体制を</u> 構築する

(日本農薬株式会社)



業務に直結するメリットを 認識

- 入力データが営業資料にそのまま活用
- エクセルの入力待ちに よる残業が削減

業務上での課題

顧客からの問い合わせ対応に負荷あり

根本原因

● 情報やノウハウが、スタッフ間で共有されていない

現場の意見の巻き取り

アンケートを実施し、 操作性をアップのため カスタマイズ

ツール運用講習会の開催

ツール活用のレベル に合わせた講習会 でノウハウを共有

本稿のまとめ

今回は、既にCRMを導入している企業の事例を参考に中小企業での活用背景や活用後の効果について、ご紹介しました。まとめると以下の3つのポイントとなります。

1 CRM市場は拡大傾向にあり、中小企業の導入ハードルも下がっています

2 CRM導入により、従来の蓄積した情報やノウハウを最大限活用できるようになります

3 CRMは、限られたリソースの中で、企業が成長するためには重要な要素となります

今回紹介した事例を参考にしながら、 CRM導入のシナリオを立ててみてはいかがでしょうか?

INTLOOPについて

さまざまな経営課題の解決を支援するコンサルティング事業を主軸に、テクノロジーを駆使しビジネスモデルの変革を目指すデジタルトランスフォーメーション事業、システムの開発・導入を支援するテクノロジーソリューション事業、専門性の高い人材をご紹介する人材ソリューション事業の4事業を柱に事業を展開。

常にお客様の視点に立つことを第一義に考え、お客様の課題に対して最適なソリューションを提供し続けています。

お問合せ

下記フォームよりお問合せください。

https://www.intloop.com/contact/general/

記載の企業ロゴデザインについて

記載している企業のロゴ、商標は企業が提示しているガイドラインを確認したうえで記載しています。 デザイン、商標についての著作権は、それぞれの企業に帰属しています。

免責事項

この文書に記載されている情報は一般的なものであり、特定の個人や組織に対するアドバイスを提供するものではありません。掲載情報の正確 さについてできる限りの努力をしていますが、その正確性や適切性を保証するものではありません。

何らかの行動をとられる場合は、本資料の情報のみを根拠とせず、専門家による適切な分析・アドバイスをもとにご判断ください。当資料を用いて行う一切の行為、被った損害・損失に対しては当社は一切の責任を負いかねます。予めご了承ください。

当資料の著作権は当社にあります。当資料の転載、流用、転売など、ダウンロードされたご本人様以外のご利用は固くお断りさせていただきます。