

kintone 顧客・営業管理システム

分散した顧客リストを統合し、営業管理を一元化 営業効率向上と報告業務の標準化を実現

顧客情報・商談情報・営業活動を一元管理し、営業業務と報告業務の効率化を行いたい。

製造業における設備・計測器のシェアリングや遊休資産の売買を手がけるS製造業向け産業資産流通会社様は、このような狙いで、「kintone 顧客・営業管理システム」の導入を決めました。

導入により、これまで複数に分散していた顧客情報を一本化し、営業活動の履歴も含めて一元的に把握できるようになりました。また、営業日報をベースとした週次報告の仕組みを整備したことで、報告業務の負担が軽減されるとともに、営業活動の可視化と標準化が進み、組織全体の営業力向上につながっています。

課題

分散した顧客情報を一元管理したい

営業報告内容を統一し効率化したい

顧客DB統合により情報検索と管理工数を削減！

営業日報の仕組み化で報告業務を標準化！

効果

背景と課題

分散管理による営業非効率化

これまで、用途ごとに複数の顧客リストを使い分けており、テレポ用のリストや営業担当が個別に管理しているリスト、EC登録済みのリストなど、合計で5つの顧客リストが存在していました。そのため、同じ顧客が複数のリストに登録されてしまうこともあり、どの情報が正しいのか分からなくなる場面がありました。

また、営業担当ごとに利用している顧客データベースも異なっており、情報の共有や引き継ぎにも手間がかかっていました。週次報告についても、営業ごとに記載内容や粒度にばらつきがあり、マネジメント側で状況を把握するのに時間がかかっていたのが実情です。

全体として、「情報が散らばっていること」と「ルールが統一されていないこと」が、営業活動の効率を下げている大きな要因になっていました。

選定と導入

柔軟な営業基盤と短期導入の両立

今回の見直しでは、顧客情報を一元化しつつ、営業活動の流れに沿って柔軟に使える仕組みを重視していました。その中で、スターシステム様からkintoneを活用したシステム構築のご提案をいただきました。

特に魅力に感じたのは、パッケージをそのまま導入するのではなく、当社の業務に合わせて必要なアプリを組み合わせて構築できる点でした。顧客情報に加え、営業情報や名刺情報も含めて一元管理できること、さらに運用しながら改善していける柔軟性は、他の選択肢にはない強みだと感じました。

また、対面開発プランにより短期間で要件整理から構築まで進められる点も、導入を後押しする大きな決め手となりました。結果として、各種マスタと営業情報を連携させたシンプルで使いやすい環境を実現できると判断し、導入を決定しました。

成果と今後

営業の見える化による組織力強化

導入後は、顧客情報が一元化されたことで、「どのリストを見るべきか迷う」といったことがなくなり、営業活動に集中できるようになりました。重複していた顧客情報も整理され、データの信頼性が高まったことで、安心して活用できるようになったと感じています。

また、必要な情報をすぐに確認できるようになったことで、社内での情報共有もスムーズになり、担当者間の連携もしやすくなりました。営業活動の状況も見えるようになったことで、全体の動きを把握しながら進められるようになった点も大きな変化です。

今後は、蓄積された営業データを活用しながら、より効果的なアプローチ方法の検討や、営業戦略の見直しにもつなげていきたいと考えています。まずはシンプルに始めた仕組みですが、今後も業務に合わせて改善を重ねながら、より使いやすい営業基盤に育てていきたいと思っています。