



法人向け翻訳サービス

アラヤ株式会社 様

商談内容の記録・共有の習慣が根付き、顧客との信頼関係構築に貢献！



多様なクライアントとの関係構築に CRM を活用

■ 導入目的

多様なクライアントとの顧客関係の構築

■ 課題

- ・CRM 運用の定着
- ・営業部内でのクライアント情報の共有

■ 効果

- ・多様な顧客情報を共有し、今後の顧客対応に活用
- ・商談内容の記録が習慣化
- ・営業会議が効率化

“世界の「ひと」と「ことば」をつなぎ、クライアントと社会に貢献する”ことを理念に、各種ドキュメントの翻訳やコンテンツの企画・制作を行うアラヤ株式会社。Link Knowledge(リンクナレッジ、以下 LK)を CRM(顧客関係構築)の用途で活用している。

「CRM の重要度がますます増していますね。」と執行役員専務大村様は近年の傾向を睨む。

「5、6 年前まではある程度クライアントの傾向が決まっていました。しかし、最近ではクライアントの種類とその要求するニーズがもの凄い勢いで多様化しています。」(大村様)

アラヤのクライアントは政府機関からメーカー、小売業まで、多岐にわたるという。

「それぞれの営業担当者が抱える各様なクライアントの情報を共有し、今後の顧客対応に活かせなくてはなりません。その共有の仕組みとして、CRM を導入したいと考えていました。」(大村様)

このように大村様は、CRM は営業活動を報告するためだけのツールではないと考える。あくまで目的は適切な顧客対応による顧客との信頼関係の構築なのである。顧客関係構築の観点で CRM を検討した結果選んだのが LK だ。

「関係構築に効果的であり、最も **シンプルで使いやすい** サービスだと思いました。名刺を基盤にするということがおもしろいですね。名刺をぽんと入れればまずははじめの一歩ができる。当社の社長も感心していました。」(大村様)

使いやすさの違いから、既存の CRM を LK にリプレイス

実はアラヤでは、LK 導入前にも営業数値管理機能や顧客管理機能を備えたクラウドサービスを利用していたという。

「多機能なサービスで、主に数字の管理を中心に使っていました。でもちょっと使いにくかったので、顧客情報や営業活動記録の目的では使わなくなってしまったんです。」(森島様)

具体的にはどのような点が不便だったのだろうか。

「例えば営業活動を記録するとき、クライアントの情報(部署や連絡先など)をいちいち手で入力しなければいけないところです。」(森島様)

商談ごとに入力作業が発生するので、積み重なると結構な手間になる。細かいことのようだが、毎日使うサービスではちょっとした使い勝手によって使われなくなることがあるのだ。

また、名刺管理のサービスも別に利用していた。

「LK を使ってみて分かりましたが、名刺情報は文字列だけでは不十分ですね。以前利用していたサービスは住所録のようなもので、無機質な文字データでした。データだけでなく、名刺画像を見ることで初めて思い出すことが多いと感じています。」(大村様)

Link Knowledge

名刺を活用して見込み客から受注を引き出す営業支援・顧客管理サービス。
 ペンチャー企業から一部上場企業まで、業種業態問わず多数の企業が導入。

LKはCRMと名刺管理、2種類のサービスへのニーズを同時に満たすものだった。LKではスキャナを用い、名刺が画像として取り込まれる。
データ化された名刺情報と名刺画像が両方確認できるのである。また、営業活動を記録する際にはその名刺画像を利用する。名刺画像を指定するだけでその画像の顧客データが記録に反映されるので、**入力の手間が大きく削減される**。

このような仕組みのおかげで、日々の業務に自然に組み込まれるようになった。

行動計画の基盤として、営業活動を連続的にサポート

一連の営業業務の流れの中で、LKの利用は以下の場面に組み込まれているそうだ。

(1) 名刺のスキャン

名刺交換して帰ってきたら、まず名刺をスキャンする習慣ができた。

(2) 商談内容の記録

スキャンされた名刺データを使って、商談内容を記録していく。

(3) 商談内容の共有

記録した内容は、翌朝メールで他のメンバーに届き、互いの情報が共有される。

(4) 次のアクションの設定

商談内容を記録したら、リマインドの設定(*)やカレンダへのスケジュール登録を行う。



執行役員専務:大村様(左) 営業部:森島様(右)

商談内容の共有により、営業会議が効率化

商談内容は記録することに加え、共有することに多数のメリットがあるという。森島様は商談内容記録の習慣化をメリットに挙げる。

「活動記録って、みんなが見てくれているんだと思うと一生懸命やるものですね。メンバー全員がそれぞれの商談記録をメールで確認できるので、それがお互いの刺激になり**記録が習慣化した**のだと思います。」(森島様)

マネージャーの立場である大村様も、共有にはメリットを感じている。

「私は出張で東京にいないときが多いですが、営業担当の皆が漏れなく商談内容を記録しているおかげで、どのような活動をしているか把握することができる。とても重宝しています。」(大村様)

もう1つのメリットは**営業会議の効率化**だ。営業会議は忙しい営業担当者が集まる場であるので、とても細かい案件の確認などはできない。LKを使って日頃から商談記録の共有しておくことで、会議では全体の数字の確認や案件の引き合い状況に集中して話をすすめられるのである。

今後は、商談記録の蓄積をさらに活かしていくと大村様は語る。

「過去の情報(いつ誰が会ったか)ということは名刺を検索すればすぐわかるようになりました。ただ、過去の情報だけでなく、只今現在の横の情報共有をし、成果につなげていきたいと思っています。」(大村様)

使えば使うほど商談情報が蓄積し、資産としての価値を増すLK。今後のさらなる成果につながっていきそうだ。