

顧客データの有効活用で売上向上をサポート

営業部門に課された命題

景気が低迷する昨今、売上を持続するためには、顧客離れの防止、購買頻度の維持、効率的な新規開拓などが必要です。

そのためには細かい顧客フォローや有効なマーケティングが欠かせませんが、予算や人員は限られています。どうすればよいのでしょうか？

営業現場が抱える問題点

営業の現場でよく見受けられることとして、ExcelやAccessで顧客情報や売上実績を管理し、電子メールなどで営業報告を行っている……というような、情報の分散が指摘できます。この様な場合、以下のような弊害が考えられます。

弊害

欲しいデータを速やかに取得できない(例えば、顧客Aの過去一年間の面談報告書をどうやって取得する?)

分散する情報を統合して分析し、月次報告や営業戦略の決定をしようとする、大変な労力となる。また、リアルタイムでの意志決定はほぼ不可能。

解決策

分散して管理されてきたそれらの情報を、顧客管理システム(CRM)に統合します。CRMには、営業に関するあらゆる情報を受け入れる器が備わっており、これらを効率的に管理することができます。

これにより日常業務が効率化されることは勿論のこと、CRMの多彩な分析機能とシームレスに連動することで、リアルタイムでの成果や課題の把握が可能となり、効果的な意志決定を行うことで、売上向上をサポートすることができます。

詳細資料の方では、様々な分析を用いた豊富な意志決定事例のご紹介や、実際に導入プロジェクトを推進していくときにどのような点に留意すればより効果的かなど、CRMによる売上向上の実現のために様々な視点からご提案させていただきます。是非ご一読下さい。