



salesforce

まずは何より！行動管理

～脱・日報！科学的行動管理の推進～

■出来る事

株式会社セールスフォース・ドットコム
カスタマーサクセス本部

はじめに

行動をSalesforceで管理しようとしているが・・・

- ・ 何から、どう始めていいかわからない。
- ・ 今までの日報管理と変わらない。
- ・ 溜まったデータをこういったKPIで見るべきかわからない。
- ・ 訪問データを元に、メンバーをどうマネジメントすべきかわからない。



そんなお客様は・・・



「まずは何より！行動管理」をご利用ください！
そして、脱・日報！科学的営業管理を始めましょう！！

「まずは何より！行動管理」で、出来る事

チームメンバーの行動傾向を定量的に可視化し、改善が可能

チーム毎に状況を可視化！

行動数、
増えてる？減ってる？

行くべき所に行けているのか？
やるべき事をやっているのか？
会うべき人に会えているのか？

抜け漏れない？

簡単な事前設定と
取引先の訪問ランク付けを行えば、
すぐにご利用可能！



「まずは何より！行動管理」の想定

「まずは何より！行動管理」は、主に下記の方々を対象としていますが、下記以外の方々にも有用なポイントもございますので、是非ご参照くださいませ。

- ビジネスプロセス：ルートセールス、直接/間接販売
- 組織構成：営業チームが複数存在し、マネージャが複数メンバーを管理
- 顧客：Sales Cloud, Force.comなど取引先と活動をご利用いただけるお客様
(ライセンスのエディションは全てが対象)
- シナリオ：訪問後、その結果を行動に登録
(訪問の予定からの入力、今回は想定外)

行動管理ダッシュボードの見方



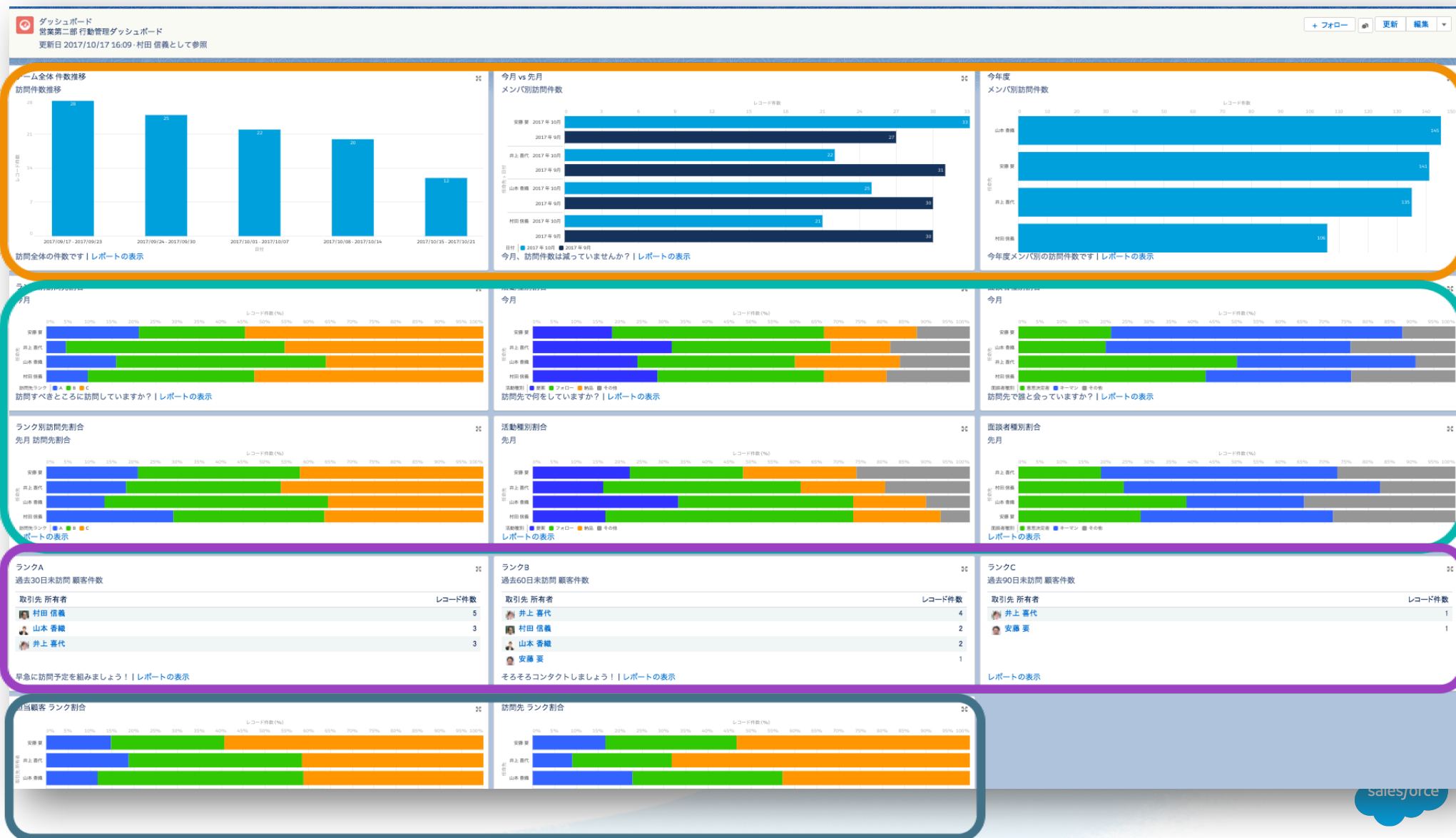
行動管理ダッシュボードの構成

件数ベースで 概要を把握

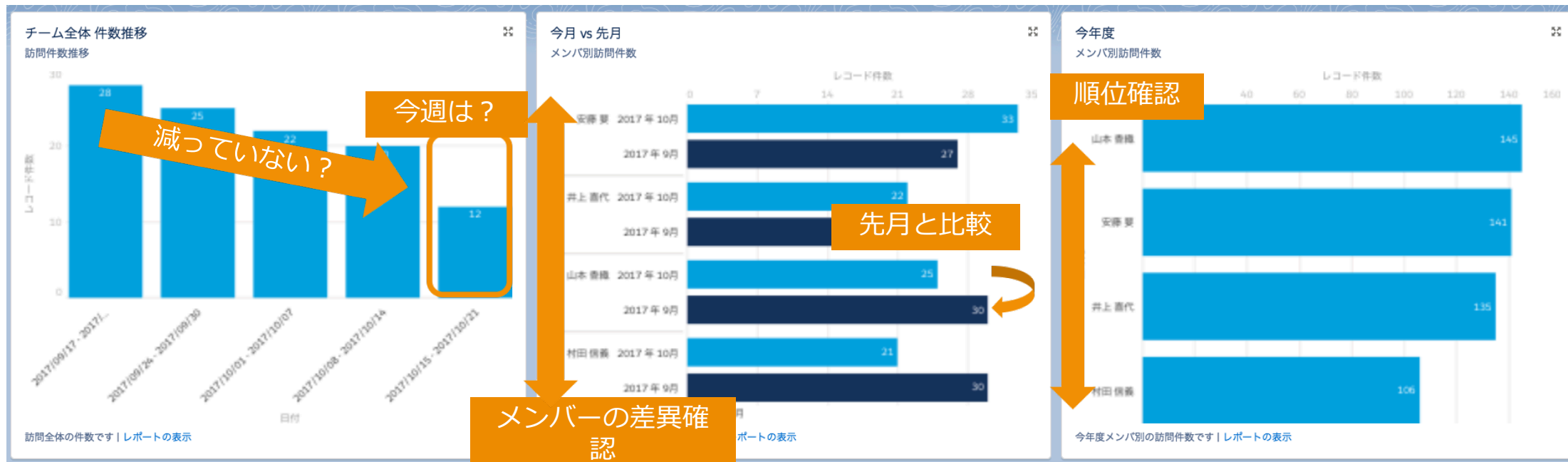
行動の中身と 変化を把握

異常値を 把握

バランスを 把握



～件数ベースで概要把握～見るべきポイント



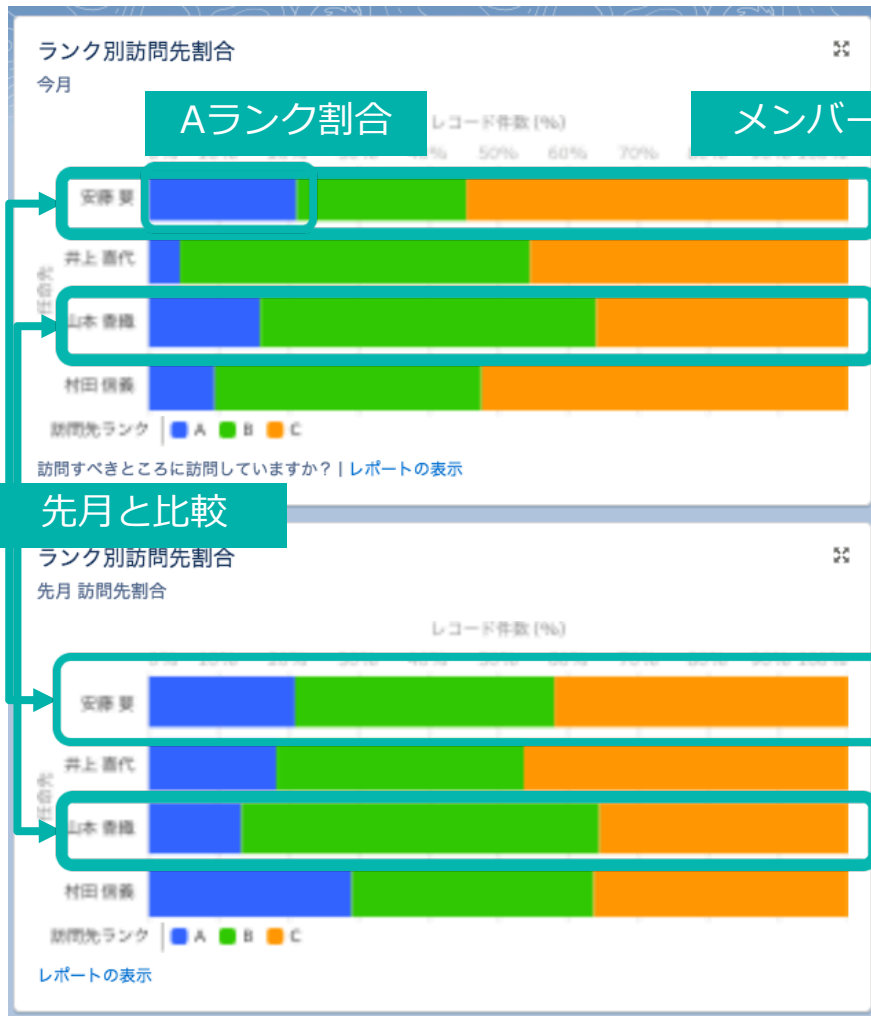
- ✓ 件数が傾向を把握
 - ➔ 原因を確認
 - メンバー依存なのか?
 - 月末月初のためなのか?

- ✓ 今週の件数を把握
 - ➔ 明らかに少ない場合は、週中に指示が必要

- ✓ 今月と先月の訪問件数比較
 - ➔ 先月程度の訪問がいけそうか?
 - ➔ 今月の負荷状況把握
- ✓ メンバーの差異確認
 - ➔ 件数が少ないメンバーのタスク状況確認
 - ➔ 件数が多いメンバーへ賞賛

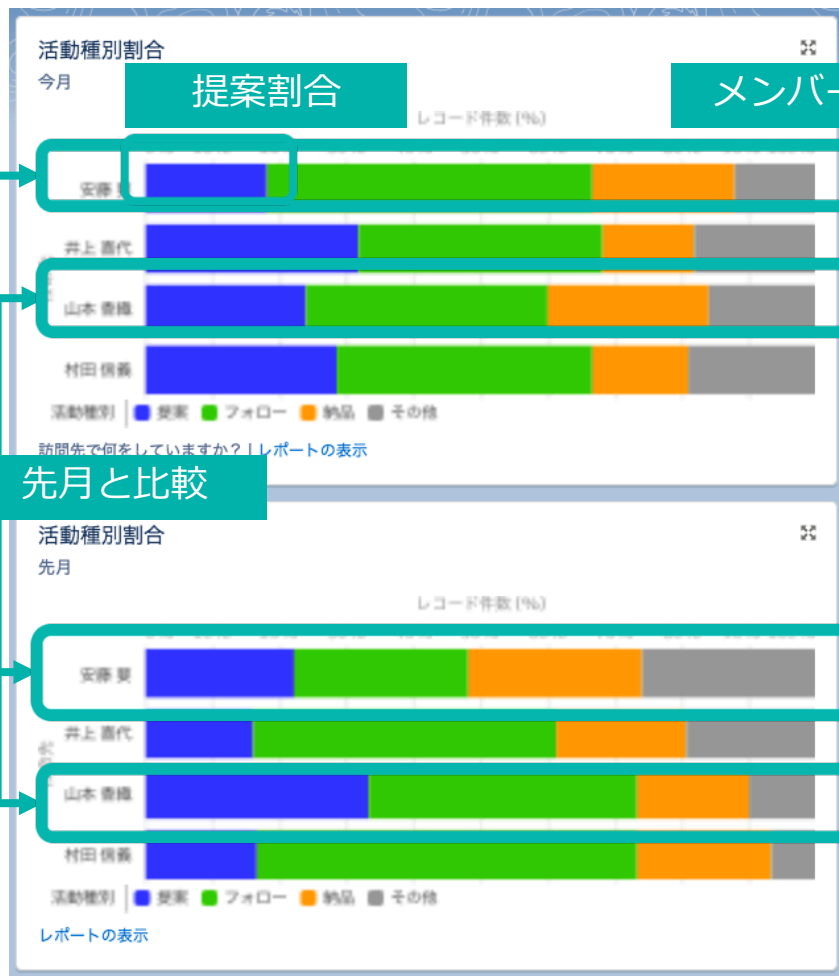
- ✓ メンバーの順位確認
 - ➔ 件数が多いメンバーへの賞賛
 - ➔ 担当顧客数の調整を検討

～行動の中身と変化を把握① 訪問先割合～見るべきポイント



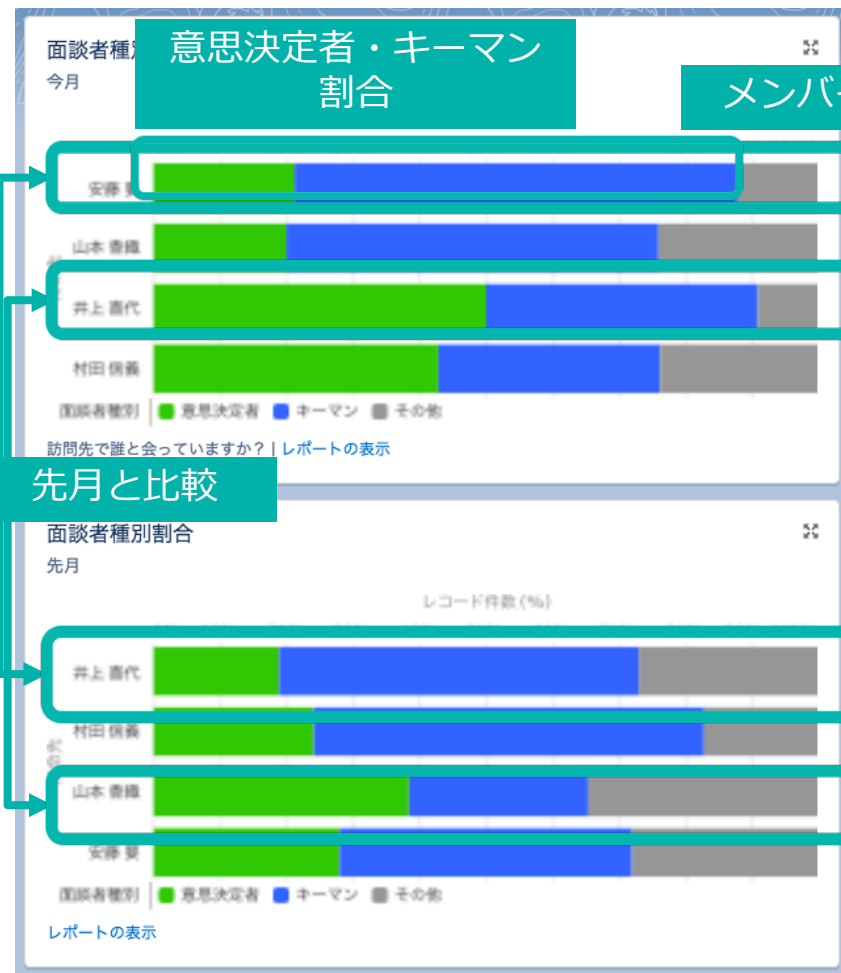
- ✓ 行くべきところに行っているか？
 - ➔ Aランクの訪問割合を中心に確認し、その割合が多くなるようにマネジメント
 - ➔ 正しいランク付けが行われているかを再検討
- ✓ メンバー毎に先月との比較
 - ➔ 割合が変化し、行動が改善しているか確認
- ✓ メンバー間の差異確認
 - ➔ Topパフォーマーの訪問先割合を横展開

～行動の中身と変化を把握② 活動種別割合～見るべきポイント



- ✓ やるべきことをやっているか？
 - ➔ 提案の割合を中心に確認し、その割合が増加するようにマネジメント
 - ➔ 提案割合が低下しているメンバーへの阻害原因を確認
- ✓ メンバー毎に先月との比較
 - ➔ 割合が変化し、行動が改善しているか確認
- ✓ メンバー間の差異確認
 - ➔ Topパフォーマーの活動種別割合を横展開
 - ➔ 不要なフォローアップを減らす方法をメンバーで協議

～行動の中身と変化を把握③ 面談者割合～見るべきポイント



- ✓ 会うべき人に会っているか？
 - ➔ 意思決定者への訪問が一定以上実施されているかを確認
 - ➔ ただし、キーマン（＝顧客側の推進者）への訪問も重要
 - ➔ 割合が低下しているメンバーへの阻害原因を確認
- ✓ メンバー毎に先月との比較
 - ➔ 割合が変化し、行動が改善しているか確認
- ✓ メンバー間の差異確認
 - ➔ Topパフォーマーの活動種別割合を横展開

～異常値を把握～見るべきポイント



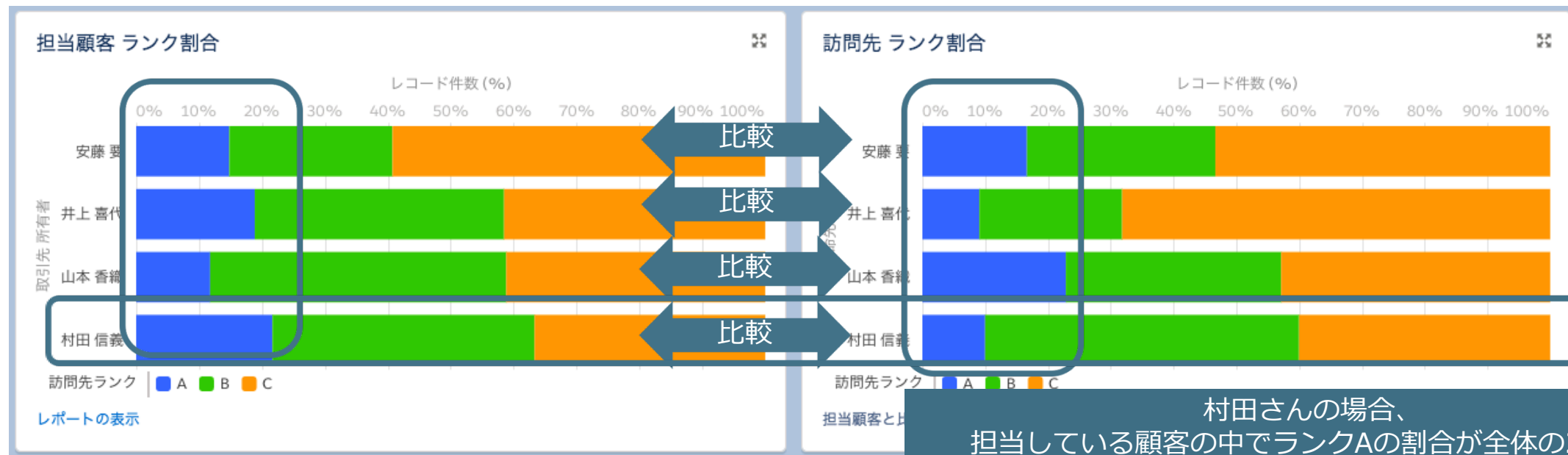
✓ 抜け漏れがないか？

- ➔ まずはAランク顧客の継続フォローが最優先
- ➔ Aランクがクリアできれば、Bランクの継続フォローを実施
- ➔ 行けない理由をメンバー個別に確認し、適宜対応策の提示
 - 例) マネージャの同行
 - 訪問理由創出のために、反応が良かったトピックの共有

～バランスの把握～

メンバー毎の担当顧客のランク割合

メンバー毎の訪問先顧客のランク割合



村田さんの場合、
担当している顧客の中でランクAの割合が全体の20%。
それに対して、ランクA顧客への訪問割合は全体の10%弱。
明らかにバランスが悪い状況

✓ 担当顧客 vs 訪問顧客がメンバー単位でバランスよく訪問出来ているか？

- ➔ 正しいバランスは、A担当顧客割合 < A訪問先割合
- ➔ 「行きやすいところに行っていないか」を減らす方向でマネジメント
- ➔ バランスが悪い状態が継続する場合は、ランク付けを再検討

行動変化を促すコミュニケーション方法

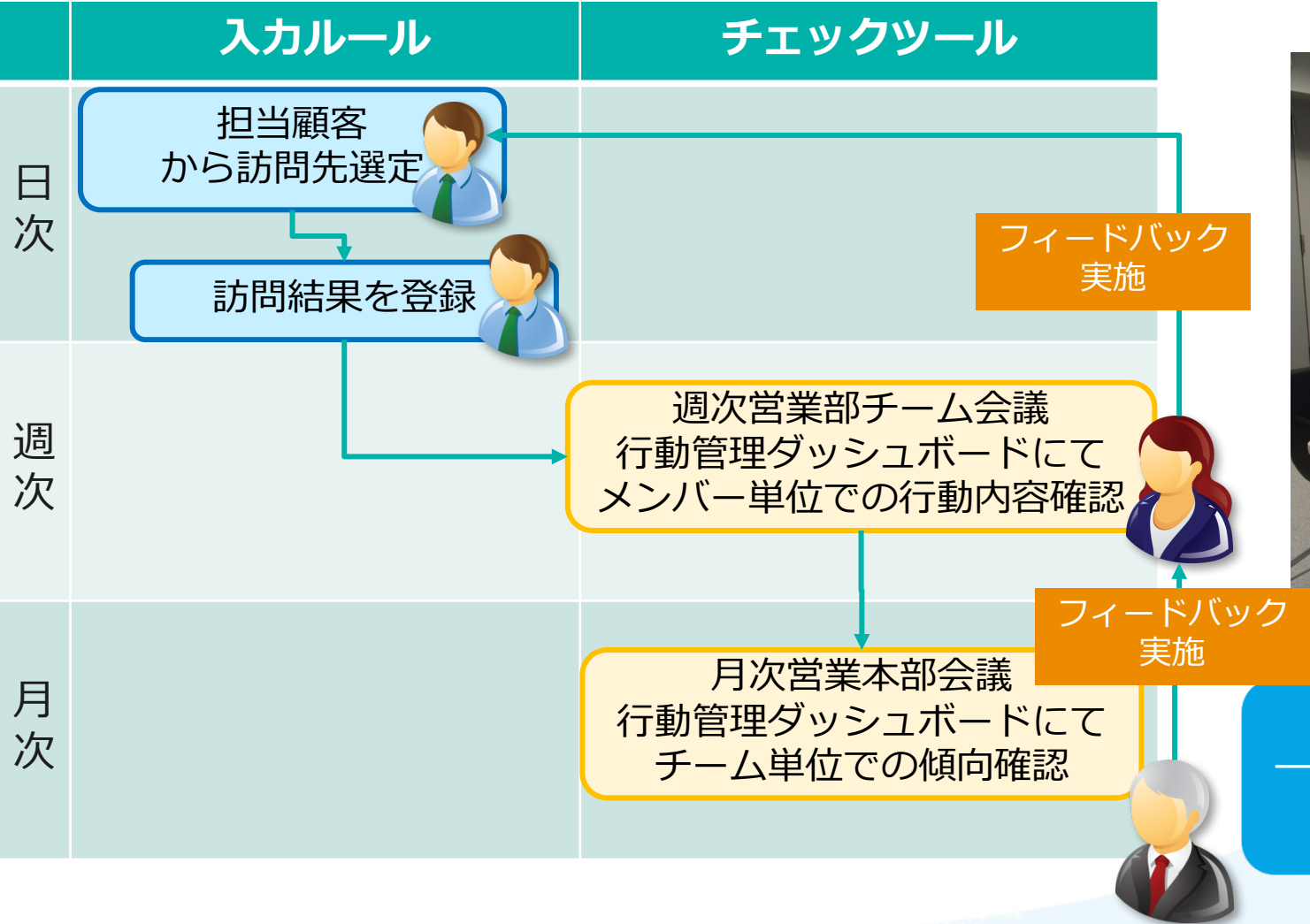


行動変化を促すコミュニケーション方法

- 定期ミーティングで確認
- Chatter投稿
- スケジュール配信（Enterpriseエディション以上）

定期的ミーティングで確認

上司が見ないと部下は使わない！



画面を共有しながら
一緒に見て、コミュニケーション
することが重要



Chatter投稿

ダッシュボードのグラフを利用し、Chatterに行動変化に対する賞賛や、今後のNext Actionを投稿しましょう。



グラフ右上の  を押下

「共有」ボタンを押下

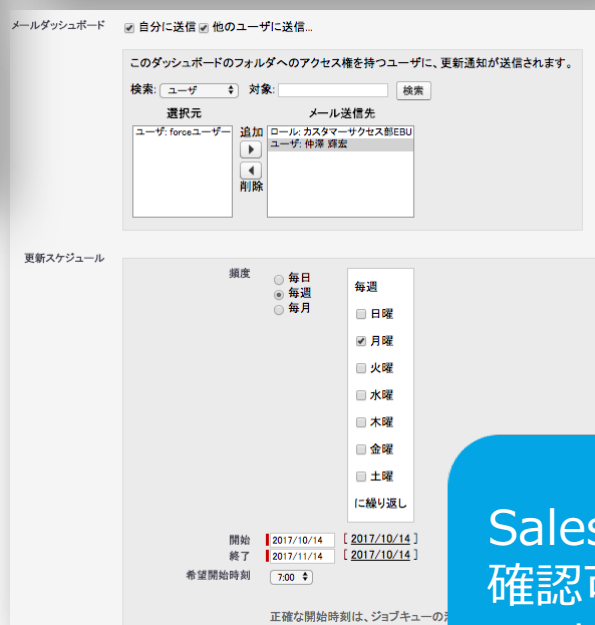
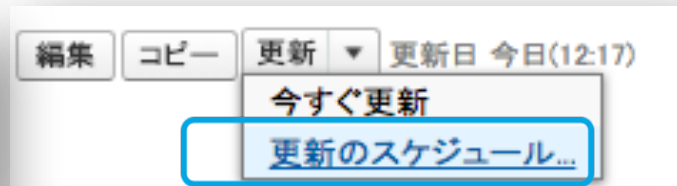
グラフとともにメッセージを記入し、「投稿」ボタンを押下

グラフを用いて、マネージャからメンバーへのフィードバックをChatterで共有することで、モチベーションUpや、他メンバーも何を行うべきかの理解促進に繋がります



スケジュール配信 (Enterpriseエディション以上 利用可能)

現在 (= Winter'18)、こちらの機能は、Lightning Experienceでは提供しておりません。Classicに切り替えて設定していただく必要があります。



Email



Salesforceにログインせずとも、ダッシュボードを確認可能。定期打ち合わせの前日などにメンバーにも配信し、登録漏れを未然防止にも効果あり



ダッシュボードの更新ボタン右にある▼を押下
送付先、頻度、期間、時間を設定し、定期的にメール配信

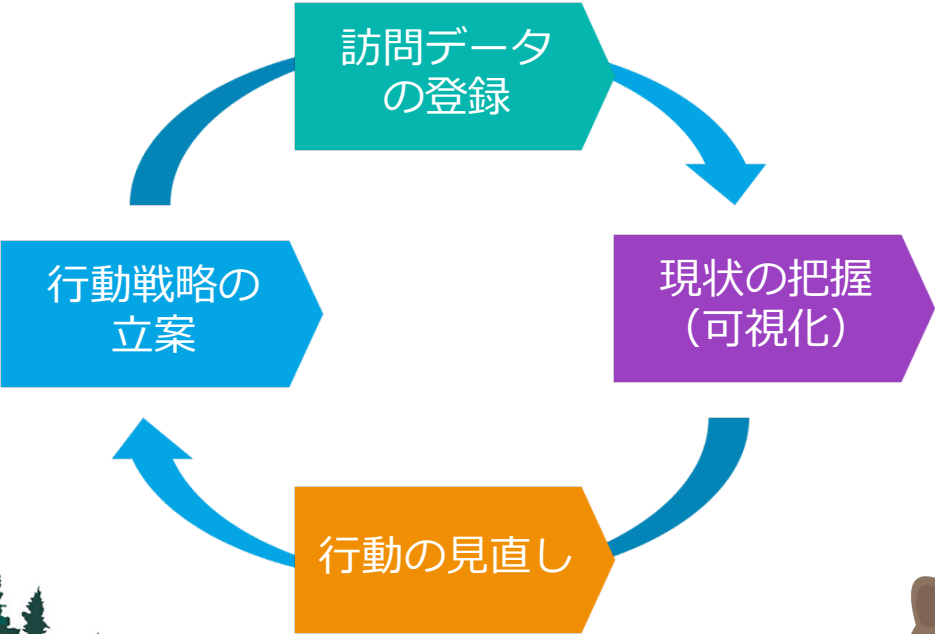
※プロファイルの [システム管理者権限] の [レポートのスケジュール] 権限が必要

まとめ



まとめ

行動を可視化し、メンバーの行動内容が変化しても、効果（=売上向上）に結びつかない場合は、トップセールスの行動傾向などを参考に、再度行動戦略の修正を行いましょう。
その修正に合わせて、設定変更や進捗確認のレポートなどを作成しPDCAサイクルを回しましょう。



戦略の修正内容例	Salesforceへの変更内容
ランク毎の訪問頻度変更	異常値レポート条件の変更
訪問した際に新たに実施すべき内容の追加	活動種別の選択リスト値を追加
訪問時に確認すべきヒアリング事項を定義	活動に新たに新規項目を追加 ヒアリング実施可否を可視化するレポート・ダッシュボード作成



Thank You

