

improve

Zoho One 導入事例

株式会社 インフィニティ

様々なソフトから厳選したZoho Oneで
実現したオールインワン顧客管理

I need an MVP.
Minimum Viable
Product.
I need an MDP.
Minimum
Desirable
Product.

If you're familiar with Eric Ries' Lean Startup methodology, he suggests you start by building an MVP: a "minimum viable product" that you can get enough feedback to solve the core problem.

An MVP focuses on the business perspective, whether or not I have a business? from the perspective. Andrew Chen's Minimum Desirable Product.

This definition: "Minimum Desirable Product is the simplest experience that provides high value, solving product experience for users (independent of business viability)." - Andrew Chen

BUT WHAT ABOUT FEEDBACK? ARE THERE OTHER KEY PARTS OF THE LEAN STARTUP METHODOLOGY YOU CAN CONTINUALLY ITERATE AND IMPROVE?

Instead, this is Ryan Hoover's advice: "If you're building better than what you're releasing, you can build on public prior to release."

By showing what you're building better than what you're releasing, you can build on public prior to release."

A

For example, when a customer like a startup, you can improve the customer experience by getting customer feedback.

For example, when a customer like a startup, you can improve the customer experience by getting customer feedback.

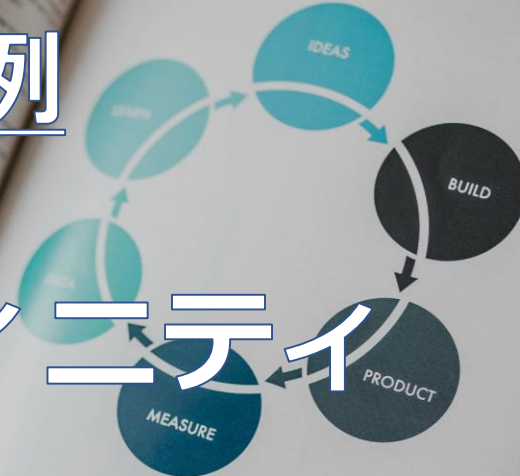
For example, when a customer like a startup, you can improve the customer experience by getting customer feedback.

For example, when a customer like a startup, you can improve the customer experience by getting customer feedback.

For example, when a customer like a startup, you can improve the customer experience by getting customer feedback.

For example, when a customer like a startup, you can improve the customer experience by getting customer feedback.

For example, when a customer like a startup, you can improve the customer experience by getting customer feedback.



TAKEAWAY

to a group, and found it in public.

事例概要

【事例企業】

企業名：株式会社 インフィニティ

設立：2008年

従業員数：15名

URL：<https://infinity-i.co.jp>



業務概要)

株式会社インプールのグループ企業
中小企業向けにシンククライアント環境
などのIT環境を構築し、
24時間365日リモートサポートを提供
約200社の企業のサポートを実施中

【抱えていた課題】

- ①基幹システムのスマホ対応
- ②販売管理だけではない顧客管理
- ③見積/受注/発注/請求書のやり取り
- ④顧客への情報提供：機関誌の発行
- ⑤WEBサイトとの連動
- ⑥経営状況の見える化

Zoho One 導入による成果

- ・新しい働き方への円滑な対応
- ・プロジェクト管理
- ・見積/受注、発注のオンライン化
- ・メルマガ配信
- ・WEBサイトからの見込み客の自動取込
- ・勤怠管理/人事管理/経費精算

課題とその背景①



2016年頃から顧客数が増えるのと同時に社員数も増え、
それまで利用していた自社開発の基幹システムや
Excel/Accessでの管理に限界を感じていました。
そこで現状課題と「何がベストなのか？」を考え始めました。

代表取締役 大畑祐貴

①基幹システムのスマホ対応

弊社では毎月顧客に請求が発生する「サポート費用」があります。いわゆるサブスクリプション（繰り返し請求）ですが、2008年の設立当時には繰り返し請求を行える販売管理が少なく、自社開発をした基幹システムを利用していました。自社でもシンククライアント環境を利用しているため、外出先からもシステムは利用できるのですが、販売管理自体には不便を感じていませんでした。自社開発ですので、自由に機能が追加できます。しかしスマホ対応となるとシステム自体を変更する必要がありました。

②販売管理だけではない顧客管理

弊社の業務で大事なことは「販売した後のサポート」です。私たちは営業が強くなく、技術スタッフが多い会社ですので、既存顧客へのサポート/フォローをいかに行ったかを履歴管理し、情報共有する必要がありました。Microsoft 365 のTeamsも利用しているため、チャットで共有を行うようにしていましたが、チャットは手軽な反面、検索や情報をためておくツールとしては向いていません。顧客を中心としたあらゆる情報の紐づけを行うことができる仕組みが必要でした。

課題とその背景②

③見積/受注/発注/請求書のやり取り

これまでは見積/注文書はメールにPDF添付をして送り、注文書には社印を押してメールまたはFAXで返信をお願いしていました。もちろん新規顧客にはこのプロセスは必要かもしれませんが、既存顧客には「いちいち印刷して印鑑を押してメール/FAXで送るのは煩わしい、なんとかならないか」という要望がありました。昨今、電子印を積極的に活用しハンコ文化を失くしていく時代でもあり、電子サインと連動した見積/受注/発注管理が必要でした。

また請求書も顧客が増えるにしたがい、月末の請求処理は増え、郵送費もだんだんと上がっていきます。請求書がオンラインになれば、顧客の手元に届く時間も早くなり、再送も不要になります。

もちろん郵送が不要になることで、利益率が上がり、作業時間の短縮によって生産性アップができます。見積から請求までのオンライン化が可能な仕組みが必要になります。

同様に仕入先への発注も同じフローの中でできれば、受注から発注へのミスも少なくなります。

④顧客への情報提供：メルマガ配信

既存顧客へのサポート/フォローが重要なことは前述しました。

情報提供を行うためには、基幹システムから連絡先リストをエクスポートし、メルマガ送信ツールにインポートし、メルマガを配信するといった手間のかかる方法を行っていました。

また、エクスポート/インポートは情報更新のため定期的に行わなければなりません。

このように手間がかかると送信頻度が減っていきます。顧客管理とメルマガ配信の仕組みが連動できれば、この手間がなくなりリアルタイムの情報提供が可能になると考えていました。

課題とその背景③

⑤WEBサイトとの連動

WEBサイトの問い合わせフォームから入力していただいた情報は、当時メールで営業担当に共有されていました。しかし課題になったのは、「誰が担当するか」、「誰が見込客管理リストに入力するか」、「その後どういった対応したか」など細かい点ルールが決めきれず、お見合いが発生していました。

WEBサイトからダイレクトに見込客リストに入り、地域や業種などで自動的に営業担当者が割り振られ、メール履歴や対応履歴が紐づけば、そもそもお見合いも発生せず、スムーズに見込み客に対してアプローチができ、結果のフィードバックを行うことが可能になります。

⑥経営状況の見える化

私たちは売上にあまりこだわっていません。こだわっているのは粗利です。

年度目標も粗利で立てているのですが、粗利管理ができる販売管理アプリが少ない。。。

サブスクリプションであるサポートの粗利も一緒に管理できなければいけませんし、

請求が発生する前の案件管理も必要です。どれくらいの見込みがあり、誰が担当していてそれぞれの段階なのか。見積書を作成する前の概算段階の商談も管理していく必要があります。

この時点では、各システムから情報を引っ張り出し、ExcelやPowerPointで資料を作り、会議のたびに微調整をしなければいけなかったのも、かなり時間をかけていました。

解決方法の模索

課題を解決する方法に頭を悩ませていました。

私たちはIT企業です。選択肢としては下記のような方法がありました。

①全部自分達で開発する

⇒ 時間もコストもかかり、運用後の修正も大変。

②今ある仕組みを繋ぐ

⇒ 例えばAPI連携やBIツールなどを使って繋ぐ方法も考えましたが、
こちらもツールコストがかかり、一元管理ができないため、
不便さが残ります。

今ない仕組み（請求書のオンライン化など）はあらたなサービス契約
が必要です。

③全部が実現できるサービスを探す

⇒ 正直すべてを叶える仕組みは探してもありませんでした。

さて困りました。。。そこで4つ目の選択肢、

「**④ある程度実現できるサービスをカスタマイズして解決する**」という方法を選択することにしました。

サービスの選択

顧客管理が一番重要な目的だったので、CRMにサービスを絞りました。

A : Sugar CRMなどのオープンソース

B : Salesforce

C : kintone

D : Microsoft Dynamics 365

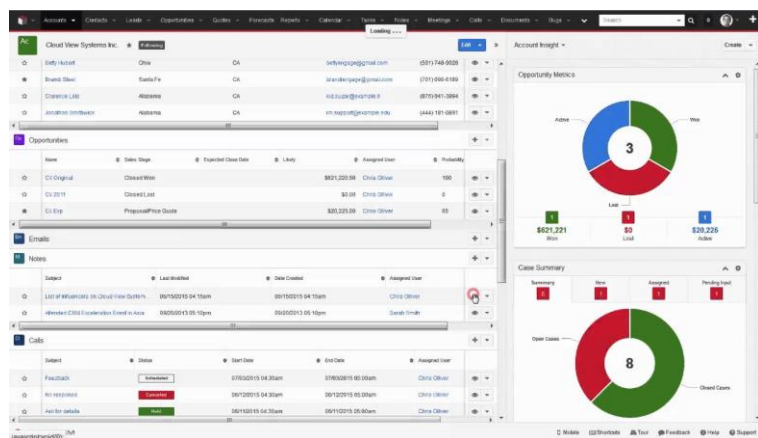
E : Zoho One

ある程度実現できるサービスとして試したのは上記の5種類です。

メーカー	オープンソース	Salesforce	サイボウズ	Microsoft	Zoho
サービス	SugarCRMなど	Sales Cloud	キントーン	Dynamics365	Zoho One
価格 (人/月)	基本無料	9,000円	1,500円 Or 780円	10,330円	4,200円
特徴	オープンソースのため自社サーバーで運用するのは無料、サポートは有償	SFAやマーケティングに強くさまざまなカスタマイズも可能	価格も安くサイボウズとの連携も用意	CRM以外にもフィールドサービス用のモジュールなどもあり、Officeとの親和性が高い	マーケティングオートメーションからCRM、経費精算や人事評価などの社内管理機能もオールインワンで含まれている

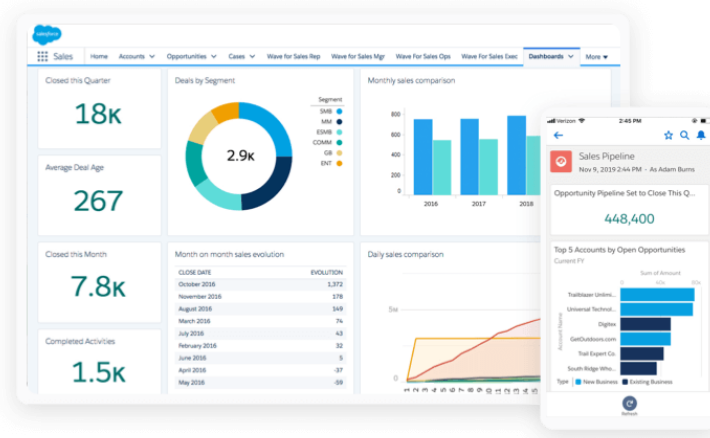
それぞれのサービス検証①

A : オープンソース



オープンソースの大きなメリットは、無料で利用できることです。その代わり上位機能は有償だったり、もちろんサポート也没有ありません。インターフェースも少しモサッとしている部分もあり、試用をしてみました、候補から外しました。派生版であるFrevo CRMやVtiger CRMも同様に候補から外しました。

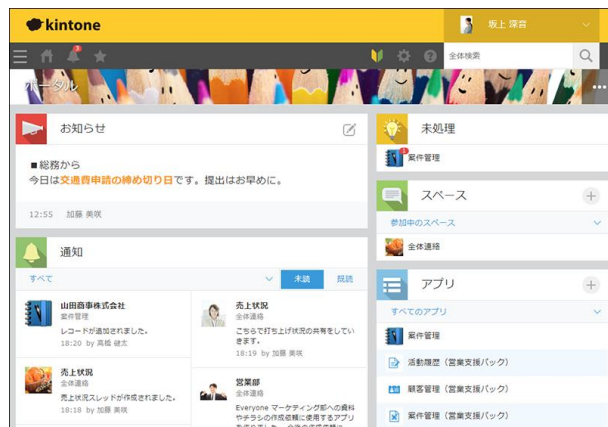
B : Salesforce



もともとSFAに特化していたSales Forceですが、現在はCRMやマーケティングオートメーションも強く、日本でも大手/中堅企業も利用しているので安心感があります。日本での営業やサポートも活発なのですが、何しろコストが高い。人数分のライセンス費用+導入費用を考えると中小企業ではコスト高になるため、こちらも断念。

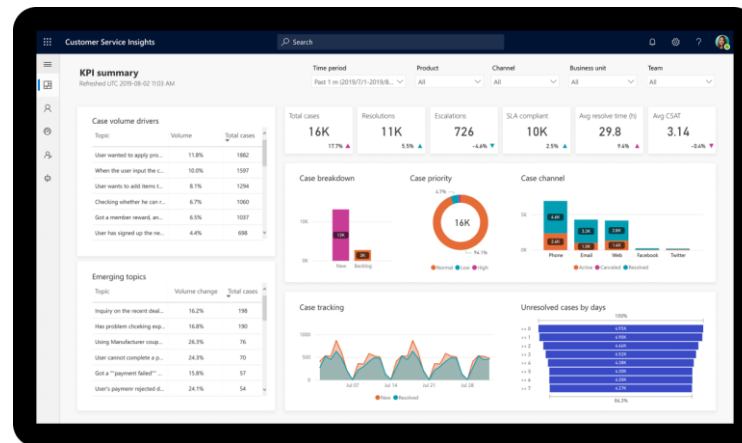
それぞれのサービス検証②

C : kintone



選択肢の中で一番安価なkintoneですが、試用してみたところ、通常アプリでできることが限られている。ある程度カスタマイズして総合的に利用できるようにしようと思うと、こちら外注での開発費がかかります。お客様で導入していた企業も導入費用にトータルで数百万円掛けたという話を聞き、こちら断念です。

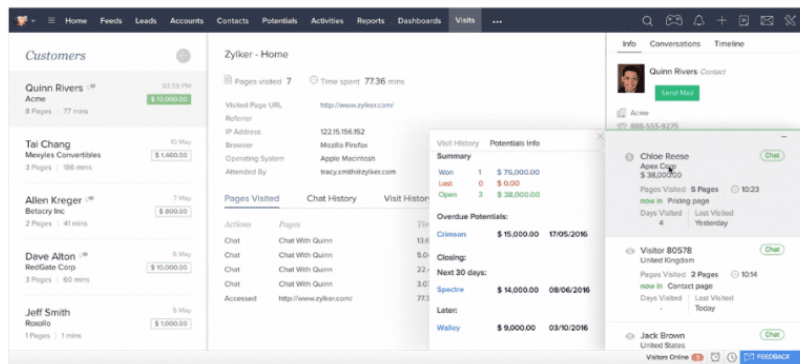
D : Dynamics 365



弊社はマイクロソフトのパートナーのため Dynamics 365は特にコストをかけることなく利用が可能です。当初、Dynamics 365を試用しはじめ、社員にも利用させていました。大きなメリットはOffice製品と同じメーカーのため相性が非常にいいこと。問題点は、リファレンスが少ない/動作が少し遅いなどです。1年は頑張りましたが、最終的には断念をしました。

たどり着いたのが Zoho という選択肢

E : Zoho One



辿りついたのがZohoでした。

数年前にテストをしたことがあったのですが、その時はインターフェースがダサく、敬遠していたのですが、Dynamics 365からの入替を検討した時期には今風のインタフェースになっており、これならばわかりやすく使いやすと感じ、試用を開始しました。

Zoho One はCRMだけではなく業務に必要な機能がすべて利用できるライセンス形態です。

大きなメリットは、

- ・コストが他のと比べてちょうどいい
- ・CRMの機能は網羅されている
- ・CRM以外の販売管理、マーケティングオートメーション、問い合わせ管理、電子署名、人事管理、シングルサインオンなどほぼすべてのサービスが利用できる

- ・スマホアプリが充実しており、スマホでもほぼ同じことができる

逆にデメリットは、

- ・日本のサポートセンターが弱い
- ・一部日本語化されていないアプリケーションがある

などの海外仕様の部分です。

ベースは Zoho One に決定！



自社でカスタマイズを実施



ベースをZoho Oneを利用することに決め、
カスタマイズを行う決意をし、

- ・ 日本仕様設定（姓名の順序など）
- ・ 不要な項目の削除
- ・ 必要な項目の追加
- ・ 必要なカスタムタブの作成（機能追加）
- ・ 電子署名 + Word への差し込み印刷機能の追加
- ・ メール連携
- ・ ワークフロー機能で作成したレコード
情報をチャットに送信する設定
- ・ 定期的にレポートをチャットに流す設定
- ・ ダッシュボード作成
- ・ 運用ルール of 作成

などをZoho CRMに行いました。

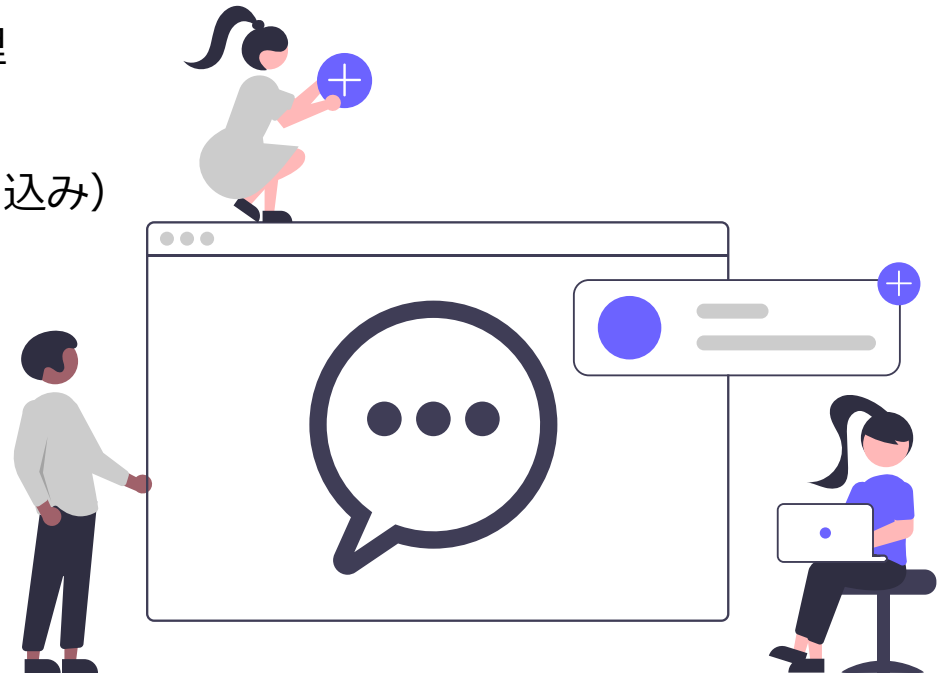
Zoho One 導入による効果

Zoho Oneの運用が始まると、情報共有が活性化されました。
営業と導入/サポートスタッフに分かれていた情報管理が、
営業段階から全員に伝わり、導入/サポートスタッフからの
営業へのトスアップも徐々に効率的になりました。

現在では、

- ・ 見積/受注/発注/請求データの一元管理
- ・ メルマガ配信
- ・ WEBサイトとの連携（見込客自動取り込み）
- ・ 勤怠/人事管理/経費精算
- ・ プロジェクト管理

などをZohoを利用して実施しています。



当初課題の解決①

①基幹システムのスマホ対応

Zoho One はほぼすべての機能がスマホ対応をしています。
顧客管理から見積作成、問い合わせ管理まですべてを
スマホから確認できます。

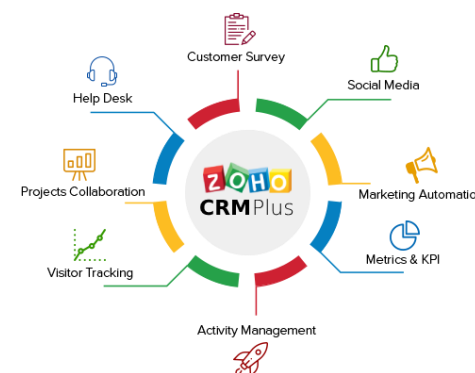
弊社では全員にiPhoneを貸与しているため、
外出先でも電車内でも移動中でも、情報の確認
/共有ができ、顧客訪問時もCRMからGoogleMapが
起動するため、経路情報の確認や周辺企業の検索まで
スムーズな営業活動ができるようになりました。



②販売管理だけではない顧客管理

Zoho One は顧客に対してのすべての情報を紐づけます。
販売だけではなく、連絡先/対応/予定/課題/商談など、
顧客情報を開くだけで、顧客に対する現在のアプローチ
状況が一目でわかるようになりました。

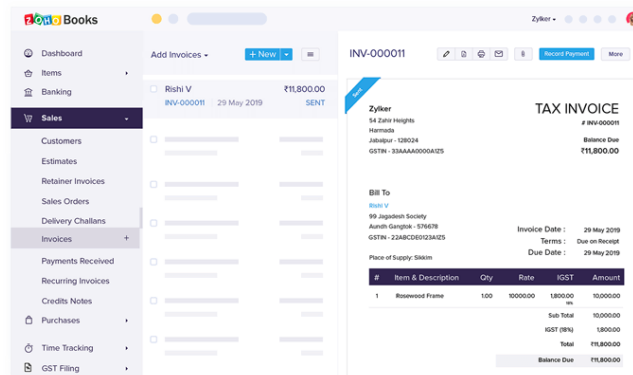
メール通知機能を利用して強制的に情報共有を行うことで、
他部署に対するアプローチも関心を持たせられました。



当初課題の解決②

③見積/受注/発注/請求書のやり取り

Zohoの導入後、見積書、顧客から頂く注文書、仕入先に送る発注書はオンラインで行うようになりました。これまでは、メールに添付して送っていましたが、メールにリンクを記載し顧客や取引先はリンクから書類を確認するようにしました。月末の請求にかかる時間も半減しています。



④顧客への情報提供：メルマガ配信

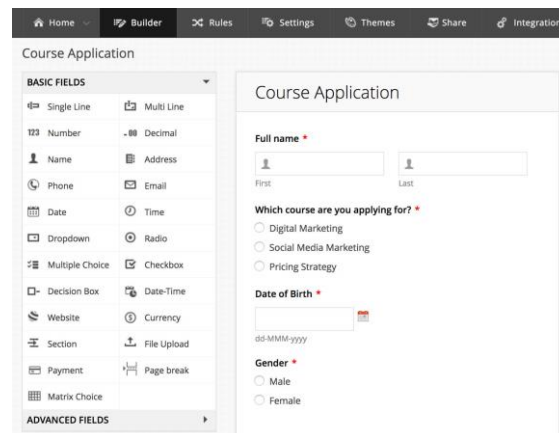
現在はメルマガ配信はすべてZoho One内で完了しています。これまで基幹システムから取り込まなければならなかった配信リストは、Zoho CRMより同期させることで、配信時にはその時点での最新データで行えます。加えてZohoで配信すると「誰が開封したか」「誰がリンクをクリックしたか」「開封した/クリックした時間」を把握することができます。記事への興味や配信時間の検討に役立ちます。



当初課題の解決③

⑤WEBサイトとの連動

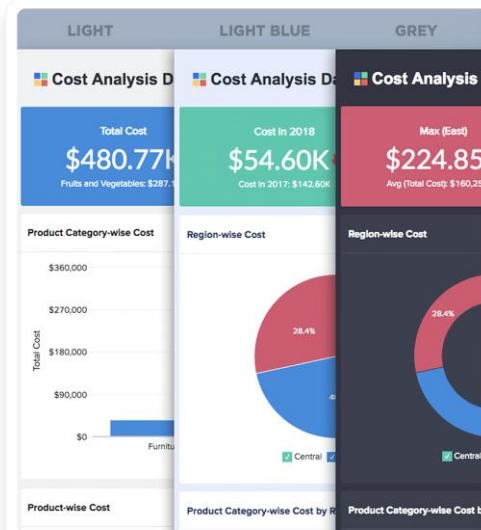
自社WEBサイトにWEBフォームを組み込むことで、WEBサイトから問い合わせのあった見込み客を自動で、CRMの見込客に取り込むことができます。さらに、事前に作成しておいたフローに従って担当者を割り振りし、担当者に架電等のタスクを設定できます。これにより見込み客への対応漏れを予防できるようになりました。



The screenshot shows a Zoho CRM form titled "Course Application". On the left is a sidebar with a "BASIC FIELDS" list including Single Line, Multi Line, Number, Decimal, Name, Address, Phone, Email, Date, Time, Dropdown, Radio, Multiple Choice, Checkbox, Decision Box, Date-Time, Website, Currency, Section, File Upload, Payment, Page break, and Matrix Choice. The main form area contains fields for "Full name" (First and Last), "Which course are you applying for?" (Digital Marketing, Social Media Marketing, Pricing Strategy), "Date of Birth" (with a date picker), and "Gender" (Male, Female).

⑥経営状況の見える化

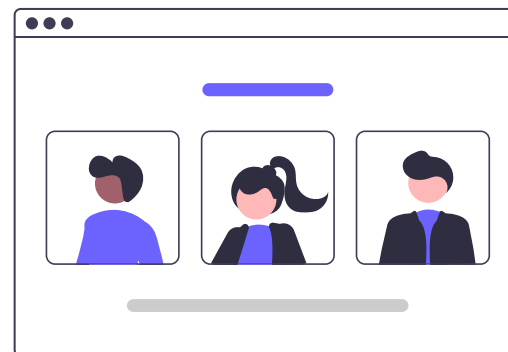
経営者として一番便利な機能が「ダッシュボード（アナリティクス）」です。売上/粗利などの予測部分も全社員が入力した情報をもとに常に最新の情報が表示されます。いわゆるBI（ビジネスインテリジェンス）をわざわざ導入しなくてもZoho Oneのみで完結できます。定期的なミーティングはもちろん戦略会議の際も、資料づくりにかけていた時間がなくなり、経営的な戦略を考える時間に充てられるようになりました。



Zoho One 更なる効果

コロナ禍の新しい働き方を支えたZoho One

2020年4月の緊急事態宣言時の全員テレワークへ移行がスムーズに行えたのも、勤怠/人事/経費精算/コミュニケーション/業務がほぼZohoで行えたことが一番の理由です。もしZohoを導入していなければ、それぞれのアプリケーションの契約や設定、社員への説明など、時間もコストもかかり、気づいたら緊急事態宣言が終了していたなどの本末転倒な事態になる可能性もありました。



Zoho One 導入時の社員の反応

新しいモノを導入する時は、新しい事を覚えることに億劫さを感じるものです。覚える/慣れることに時間が余計にかかるため難色を示すのが当然です。しかし、目的を説明し、業務改善ができることをしっかりと説明した上で導入をはじめ、効果が出てくると、社員自らが利用方法を考え、当初想定していなかった効果も表れ始めました。企業として一番停滞していく原因は「現状維持」。

常に新しいことに挑戦し、工夫していくことで会社が成長する実感を、今回Zoho Oneを導入して感じました。

これからの展望

見積/受注/請求、発注のオンライン化

顧客や仕入先、パートナー企業へオンラインポータルを提供し、顧客の購入履歴の確認や発注、仕入先への発注についての情報をポータルで共有していく予定です。それにより、顧客や仕入先の担当者はこちらにわざわざ連絡をもらわなくても、過去の取引状況や注文状況をいつでも確認できるようになります。一部の顧客に対しては、ポータルの提供を始めました。

SNSマーケティング

これまでFacebookアカウントは持っていましたが、活用したことはありませんでした。SNSがコミュニケーションツールとして重要なことは理解していました。それを業務でやるとなると、なかなかその時間をひねり出すのは難しいです。Zoho Campaignsでは、facebookを始めとしたSNSへの自動投稿機能を持っており、今後はSNSへの情報発信により顧客とのコミュニケーションを拡充していく予定です。

MA（マーケティングオートメーション）

Zoho Oneでは、単純に顧客管理だけではなく、顧客とのコミュニケーションの情報なども顧客に紐づけて管理することができるので、単なる顧客管理以上の情報が集約されます。それらの情報を生かして、お客様に寄り添ったサービスを提供できるような仕組みを作っていきたいです。すでに機関紙の配信で利用しているZoho CampaignsやZoho SalesIQ（Web接客ツール）とZoho CRMを連携することでMAにより顧客情報を拡充できます。

ルーティンワークの自動化と電子決裁

まだ残っている紙での処理をワークフローで自動処理ができるようにしていきたいです。ワークフローを利用することで、確認や承認の漏れをなくし、かつ処理の時間短縮を行い生産性をさらに上げたいです。これらは、Zoho Orchestlyを活用して実現可能だと考えています。Zoho Orchestlyは、まだ日本語サポートには対応していませんが、現在の業務を細分化できれば、ワークフローをドラッグアンドドロップでビジュアル的に作成できます。

improve

あなたの会社も Zoho を使って、
生産性アップしませんか？



<https://www.improve.co.jp>

まずは気軽にご相談下さい ✓