

OpenStandia/BI for Salesforce CRM のご紹介

野村総合研究所
オープンソースソリューション推進室



野村総合研究所のOpenStandia（オープンスタンディア）は、おかげさまで、2006年のサービス開始から2011年までの5年間で契約数累計が1,000件を突破いたしました！

株式会社 野村総合研究所 オープンソースソリューション推進室

Mail : ossc@nri.co.jp Web: <http://openstandia.jp/>

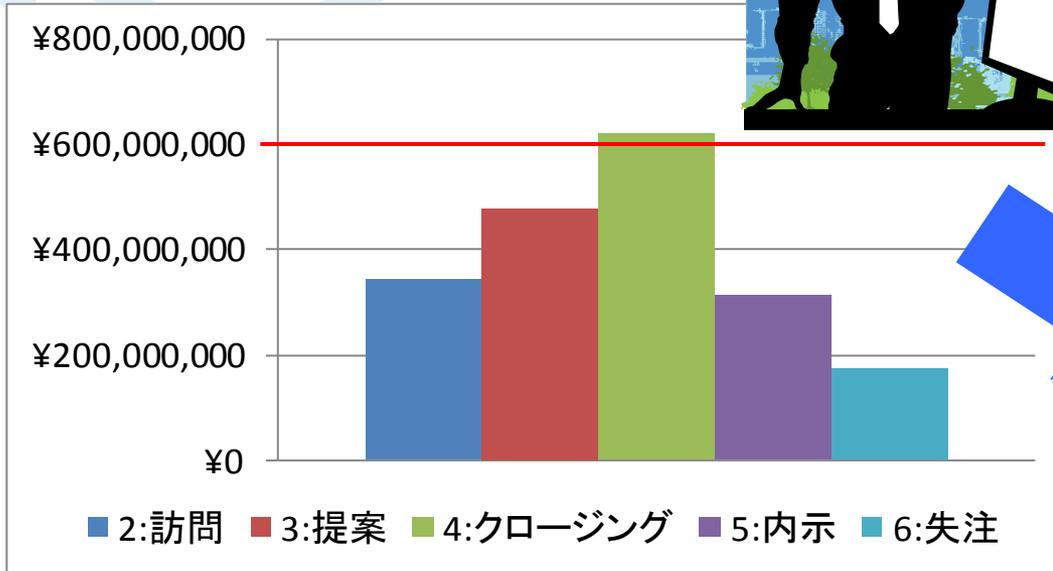


for SalesforceCRMとは

多くの商談が最終フェーズなので売上目標は達成できるだろう。

今期営業1部の売上予算
¥600,000,000

2009年7月末時点



このままでは、今期の目標達成は厳しい!! 営業の現場は、どうなっているんだ?



何故問題は起きたのか?



2009年9月末時点

うまくいっていると思っていたのに。。。

要因1

クロージングできてなかった

要因2

たて続けに失注していた

要因3

新規商談を補充していなかった

こんな経験ありませんか？

for SalesforceCRMとは

- SalesforceCRMのデータを使った、営業活動管理のReporting Service です。
- Reporting Service では、各フェーズ別に標準レポートが定義されており、**計31レポート**を閲覧することが可能です。
- 営業マネージャーの役に立つ情報を提供します。

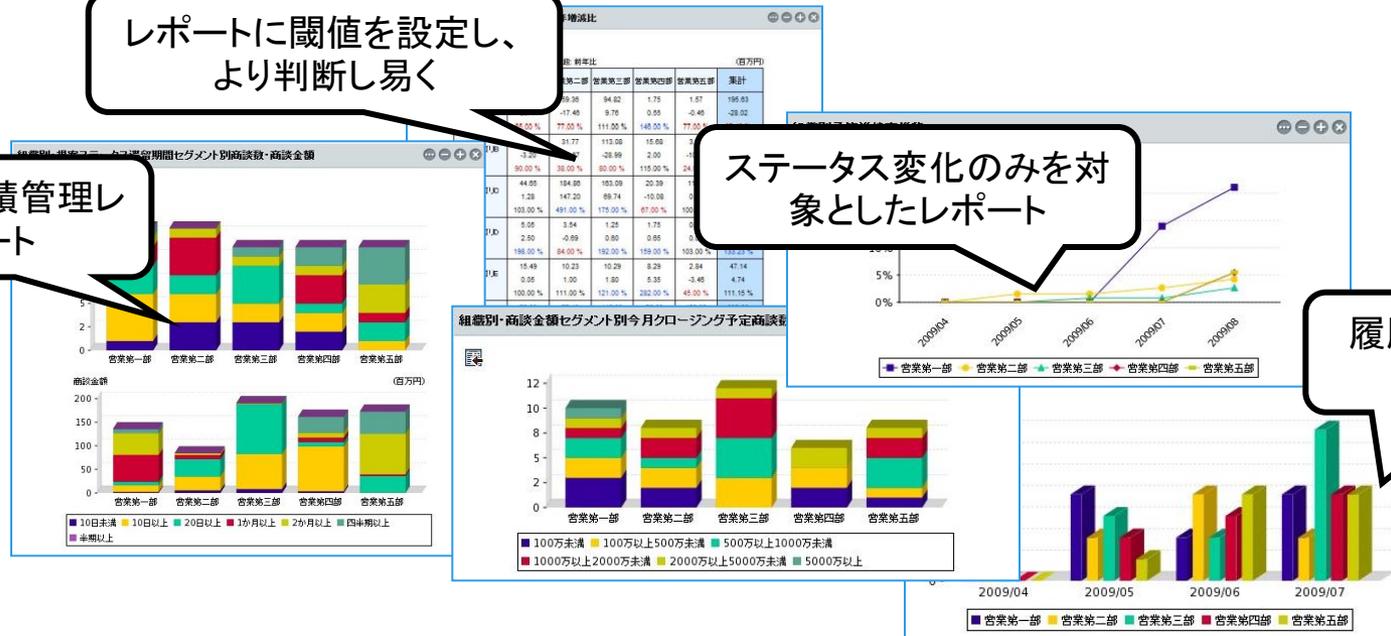


レポートに閾値を設定し、より判断し易く

予算・実績管理レポート

ステータス変化のみを対象としたレポート

履歴データを使った推移レポート



for SalesforceCRMとは

このサービスは、営業パイプラインの各ステータスに対して、テンプレートベースで見べき情報(レポート)が、事前に定義されています。

計画

訪問

提案

クローズ

内示

標準レポートテンプレート

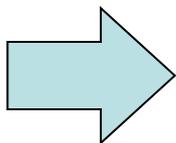
フェーズ	番号	レポート内容
計画フェーズ	1	組織別・商品カテゴリ別商談金額
	2	組織別・商品カテゴリ別商談金額前年増減比
	3	組織別・商談規模セグメント別商談数構成比率
訪問	4	組織別・商談ステータス別訪問件数
	5	組織別・訪問頻度セグメント別訪問社数(半期累計)
	6	組織別・商談ステータス別訪問予定件数
	7	商談金額セグメント別・商談ステータス別訪問予定件数
	8	組織別・チャネル別アプローチャ予件数
	9	商談ステータス別・チャネル別アプローチャ予件数
ステータス変更(商品紹介→提案)	10	組織別当月提案実施商談数推移
	11	組織別当月提案実施商談金額推移
提案	12	組織別・商談ステータス別期待収益 ⇒組織別・商品カテゴリ別商談金額(商談ステータス=提案フェーズ)
	13	組織別・商談金額セグメント別商談数(商談ステータス=提案フェーズ)
	14	組織別・提案ステータス滞留期間セグメント別商談数・商談金額
	15	商談金額セグメント別・提案ステータス滞留期間セグメント別商談数

フェーズ	番号	レポート内容
ステータス変更(提案→内示)	16	組織別・内示商談金額推移
	17	組織別・内示商談数推移
	18	新規既存顧客区分別内示商談金額推移
クロージング	19	組織別・商談金額セグメント別商談数(商談ステータス=内示)
	20	組織別・商談金額セグメント別今月クロージング予定商談数
	21	組織別・商品カテゴリ別商談内示金額
	22	組織別予実進捗率推移
	23	組織別・商談金額セグメント別商談獲得率(総内示件数/提案件数+失注件数)
	24	商談金額セグメント別・クロージング期間セグメント別内示件数
ステータス変更(提案→失注)	25	組織別・失注商談金額推移
	26	組織別・失注商談数推移
失注	27	組織別・商品カテゴリ別失注商談数
	28	組織別・商品カテゴリ別失注商談金額
	29	組織別・商談金額セグメント別失注商談数(商談ステータス=失注)
	30	組織別・新規既存顧客区分別失注率
	31	商談金額セグメント別・失注理由別商談数

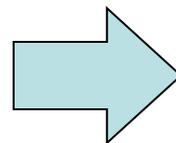
● 計画は、期初に定められます。



経営会議等により
今期(例えば四半期)
の売上計画が立てら
れます。



事業部会議等で会社の戦略や前
年度実績に加えマーケット見通し、
新規商品投入等から今期の売上
予算の説明が行われます。



各営業部は、予算達成のため
の顧客ターゲティングやター
ゲット商品、契約タイミング等の
目標を作成し報告します。

例えば、

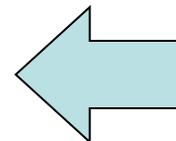
予算達成可能な
商談の量があるか

ほかには、

商談規模のバランスに隔たりがないか

会社の戦略と商談のギャップ有無

マネージャーが
得たい情報



マネージャーは、各営業部
から予算達成に向けた
計画が提示されます。

予算達成可能な
商談の量があるか

各商品カテゴリごとの提案
中の商談は、十分にある
か？

組織別・商品カテゴリ別商談金額前年増減比

上段: 当年商談金額 中段: 前年商談金額 下段: 前年比 (百万円)

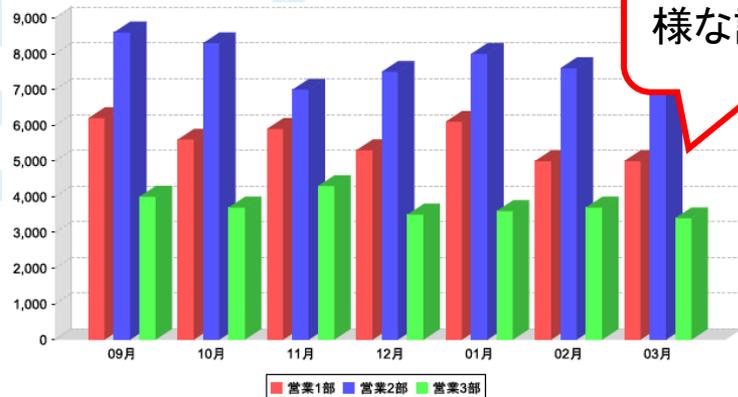
		営業1部	営業2部	営業3部	Total
ドキュメントシステム	レーザー	23.65	94.90	22.48	141.03
		31.61	91.40	21.49	144.50
		74.82 %	103.83 %	104.61 %	97.69 %
	ドットインパクト	65.05	87.74	45.10	197.89
	89.26 %	97.55 %	130.71 %	104.30 %	
	インクジェット	40.77	56.12	44.10	141.00
		64.66	39.99	44.10	148.75
		63.05 %	140.34 %	100.00 %	93.22 %
	Total	129.47	238.76	112.68	480.91
		169.15	221.33	104.20	494.68
		76.54 %	107.88 %	108.39 %	97.27 %
映像システム	液晶	59.45	97.19	32.17	188.81
		60.57	67.08	35.61	163.26
		98.15 %	144.89 %	90.34 %	115.65 %
	プラズマ	30.89	49.10	22.93	102.92
		40.25	41.60	26.21	108.06
		76.75 %	118.03 %	87.49 %	95.24 %
	プロジェクター	42.92	22.96	35.90	101.78
		40.47	22.06	39.16	101.69
		106.05 %	104.08 %	91.68 %	100.09 %
	Total	133.26	169.25	91.00	393.51
		141.29	130.74	100.98	373.01
		94.32 %	129.46 %	90.12 %	105.50 %
空調システム	エアコン	45.06	59.73	61.43	166.22
		52.02	42.12	69.40	163.54
		86.62 %	141.81 %	88.52 %	101.64 %
	空気清浄機	45.48	57.81	53.81	157.10
	45.58	39.63	31.05	116.26	
		99.78 %	145.87 %	173.30 %	135.13 %
	Total	90.54	117.54	115.24	323.32
		97.60	81.75	100.45	279.80
		92.77 %	143.78 %	114.72 %	115.55 %
精密機器システム	ノートパソコン	51.59	56.65	59.79	168.03
		40.99	50.77	42.53	134.29
		125.86 %	111.58 %	140.58 %	125.42 %
	デスクトップパソコン	64.34	60.40	34.26	159.00
	73.35	54.70	34.03	162.08	
		87.72 %	110.42 %	100.68 %	100.00 %
	Total	115.93	117.05	94.05	327.03
		114.34	105.47	76.56	306.37
		101.39 %	110.98 %	122.81 %	93.68 %
	Total	469.20	642.60	382.19	1493.99
		522.38	539.29	382.19	1443.86
		89.82 %	119.16 %	108.12 %	96.68 %

各部の今期の提案中の商
談は、十分にあるか？

前年実績と比較して、無
理のない予算かどうか
？

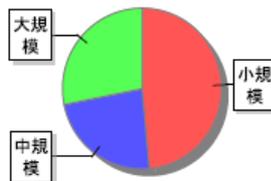
その他の標準レポート紹介 - 計画フェーズ -

組織別・商品カテゴリ別商談金額

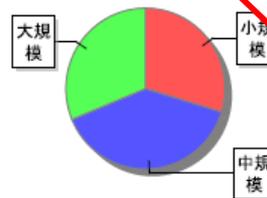


商品毎にどのような計画か

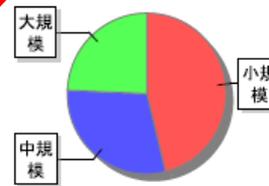
組織別・商談規模セグメント別商談数構成比率



● 小規模 ● 中規模 ● 大規模



● 小規模 ● 中規模 ● 大規模



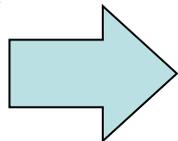
● 小規模 ● 中規模 ● 大規模

目標到達に向けたリスクの有無を把握！

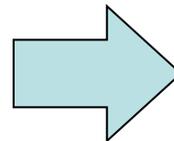
● ターゲティングが終わると、いよいよアポ取りとなります。



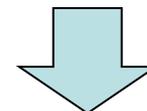
ターゲティング顧客に対して、メールや電話を使ってアポ取りを行います。



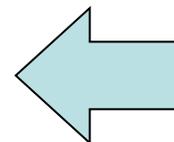
商品ニーズや想定 of 導入時期に関するヒヤリングを行います。



顧客への提案商品選定やアプローチの仕方を社内で検討し、提案実施への道筋を決めます。



マネージャーは、定期的に訪問(活動)状況をチェックします。



マネージャーが
得たい情報



例えば、

量・質ともに
適切な訪問ができているか

ほかには、

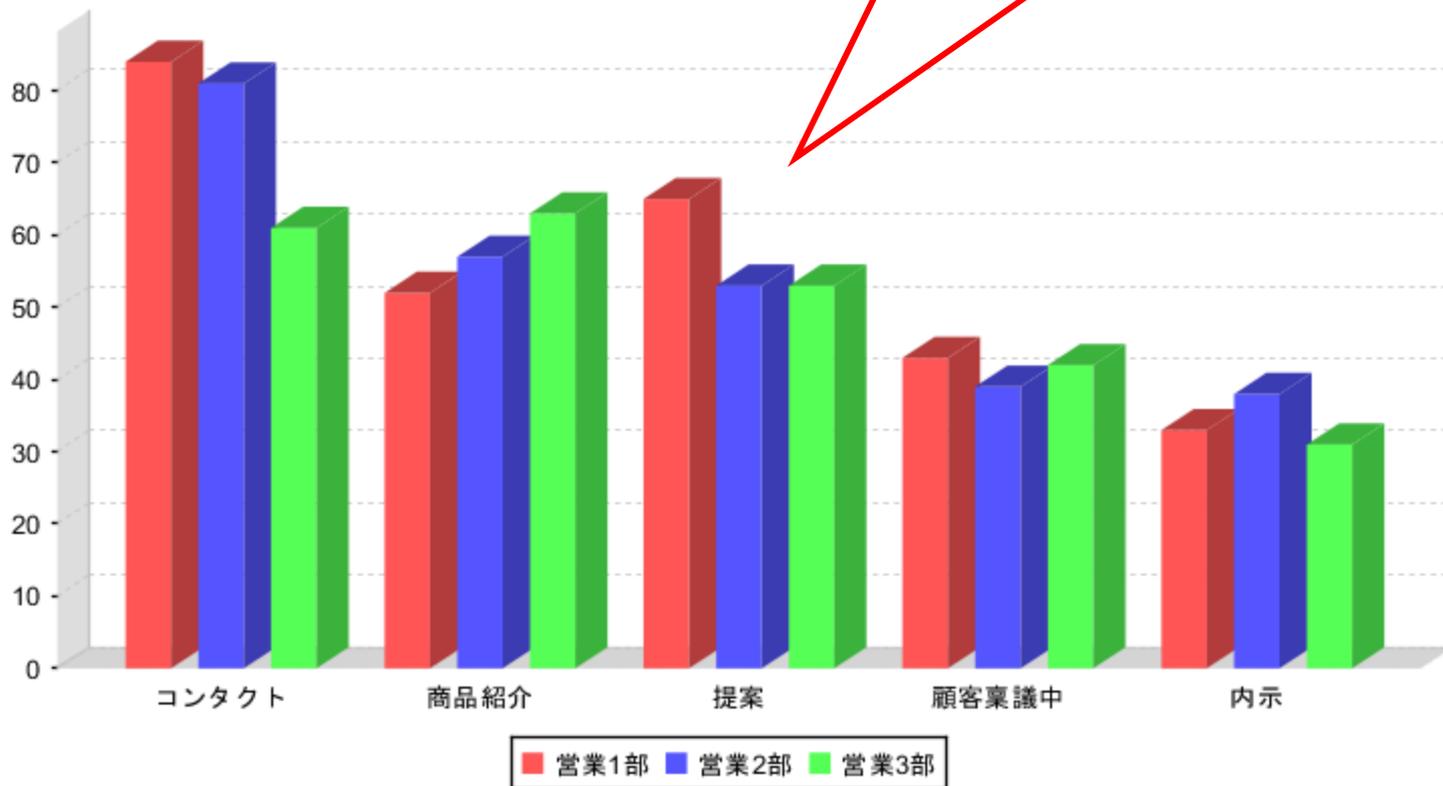
活動が鈍っている商談

今月の商談に対する活動見通し

量・質ともに 適切な訪問ができているか

組織別・商談ステータス別訪問件数

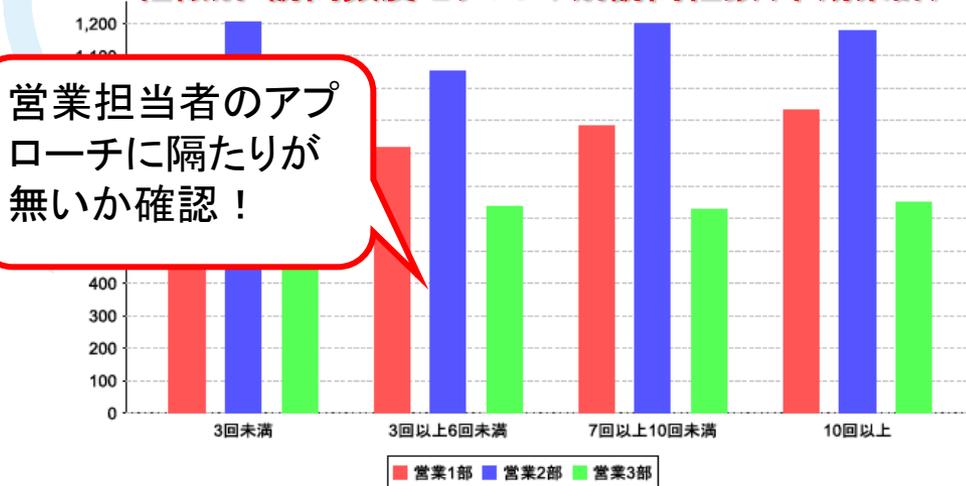
基準月：2009年12月



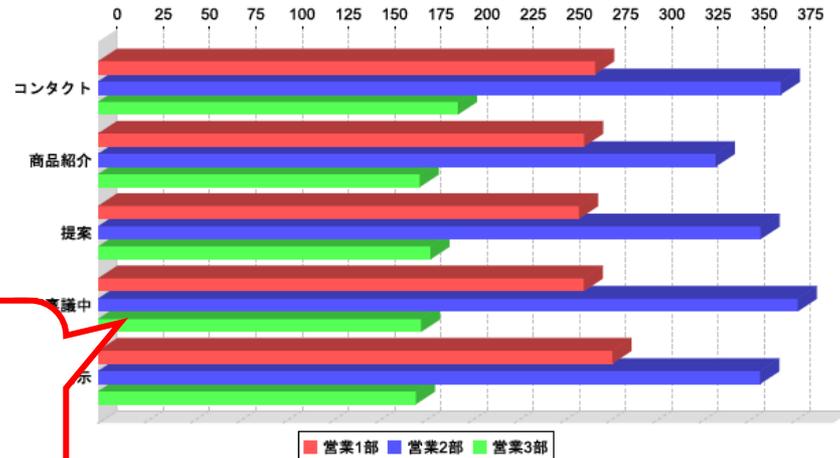
訪問の件数は十分か？
一定の割合で、提案までたどり
ついているか？

その他の標準レポート紹介 - 訪問フェーズ I -

組織別・訪問頻度セグメント別訪問社数(半期累計)

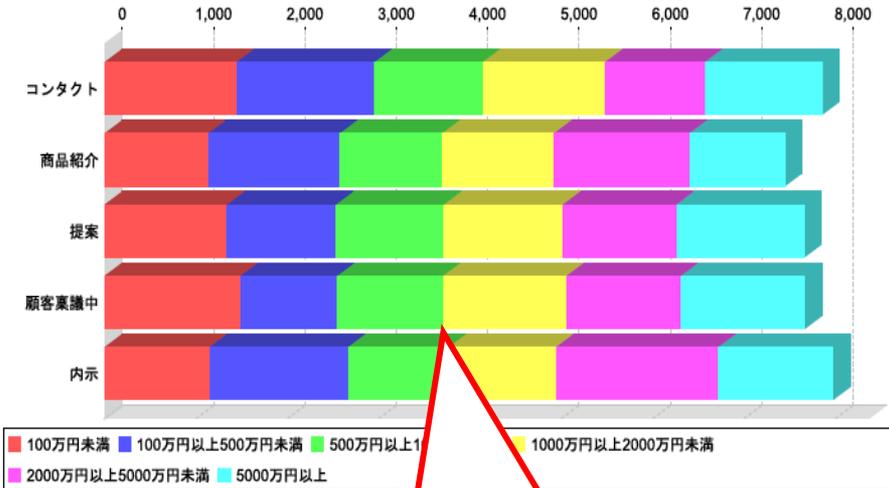


組織別・商談ステータス別訪問予定件数



その他の標準レポート紹介 - 訪問フェーズ -

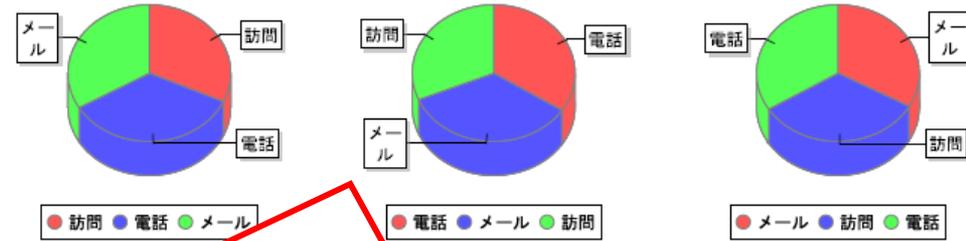
商談金額セグメント別・商談ステータス別訪問予定件数



訪問の支援体制を整えたり、提案フォローを徹底！

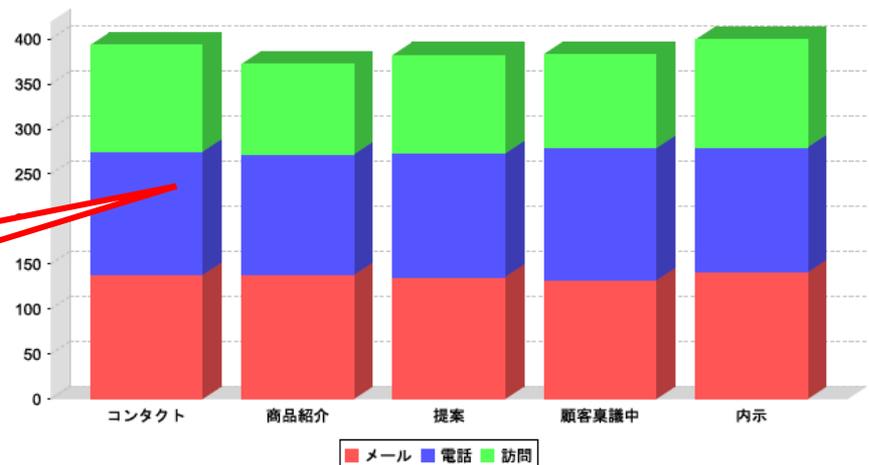
的確なアプローチ・フォローが実施されているかを確認！

組織別・チャンネル別アプローチ予定件数



何らかのチャンネル(電話・メール・訪問)を通して、顧客へアプローチ状況を確認！

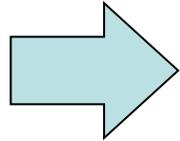
商談ステータス別・チャンネル別アプローチ予定件数



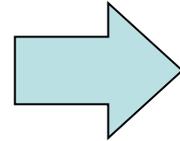
● 訪問を重ね徐々に提案チャンスの機会を伺います。



顧客から情報を集め、徐々に提案へ進めます。提案書の基本方針を決め見積まで行って行きます。



提案書が作成したところで、内部レビューが実施され、提案内容や金額に関する承認が得られます。



顧客へ提案書のプレゼンが行われユーザニーズとの整合性や金額提示が行われます。

例えば、

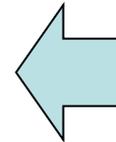
**提案のまま
放置されている商談はないか？**

ほかには、

今月提案予定となっている商談

今月提案ステータスとなった商談

マネージャーが
得たい情報

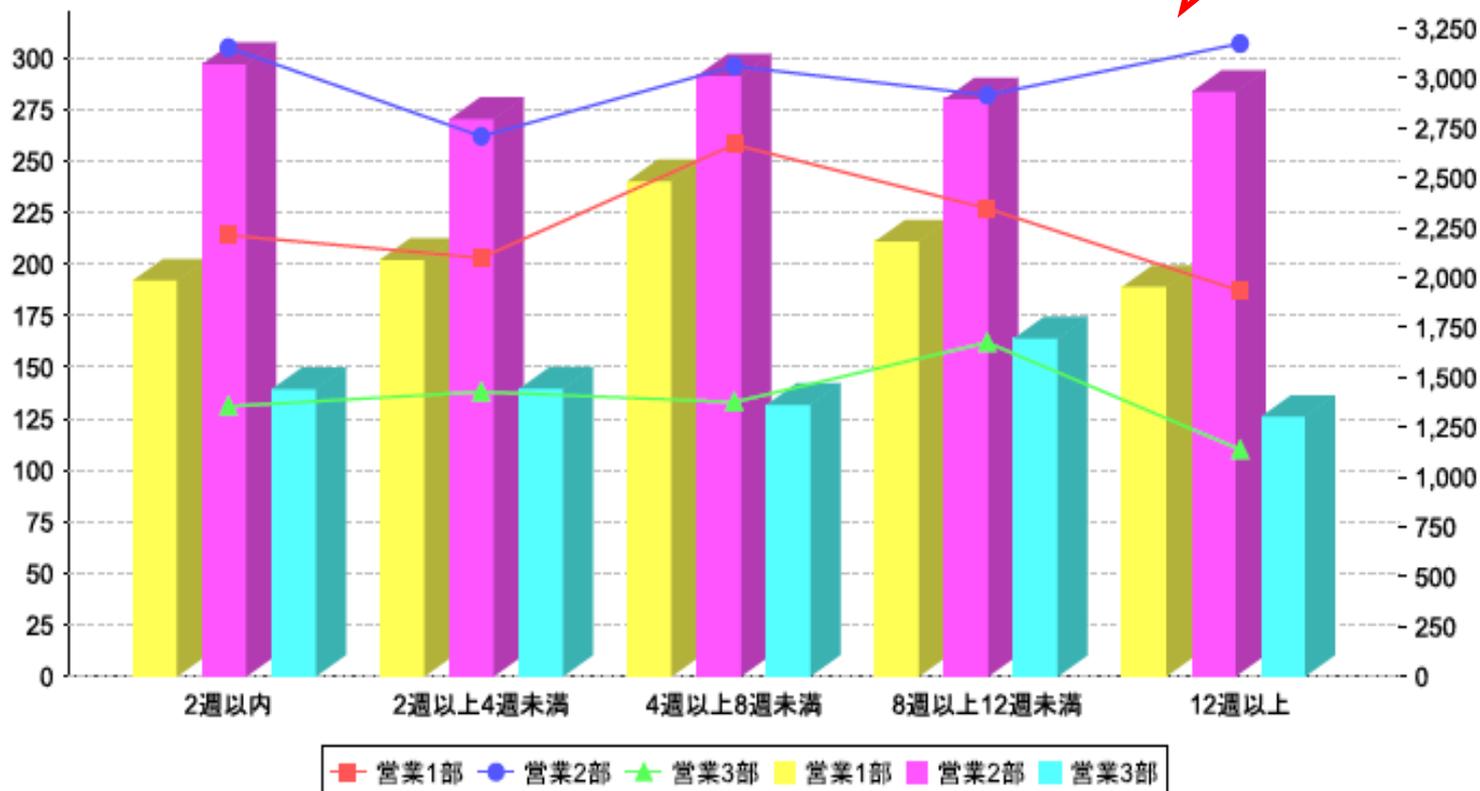


提案実施完了と共に商談ステータスが引き上げられます。

提案のまま
放置されている商談はないか？

進んでいない商談を
チェックし、フォローする。

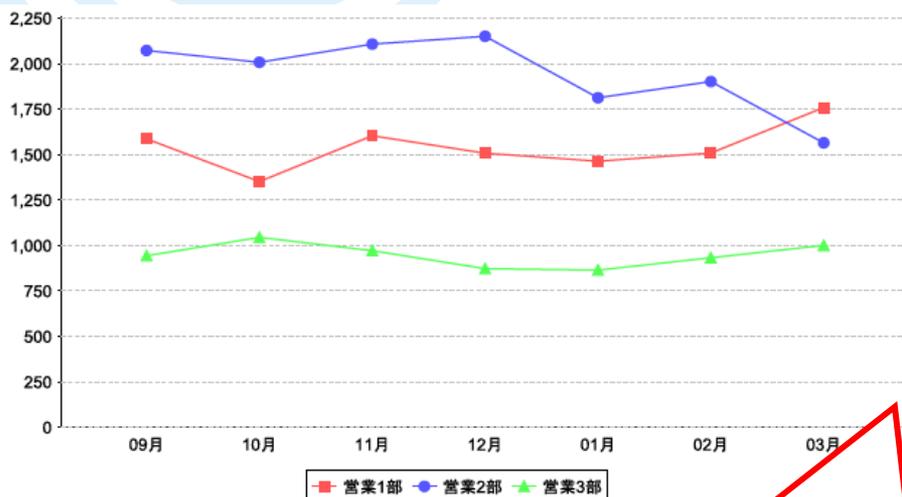
組織別・提案ステータス滞留期間セグメント別商談数&商談金額



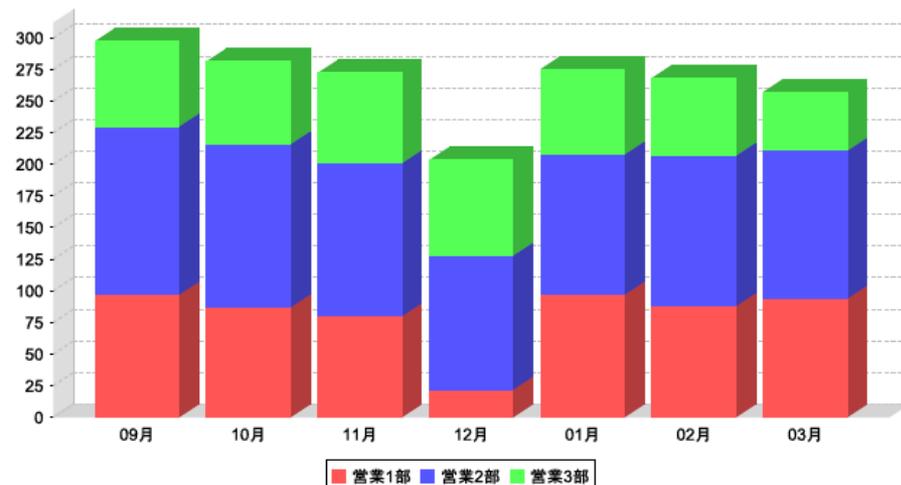
その他の標準レポート紹介 - 提案フェーズ -

提案ステータスに変更になった商談のみを対象に推移を把握します。

組織別提案実施商談数推移



組織別提案実施商談金額推移

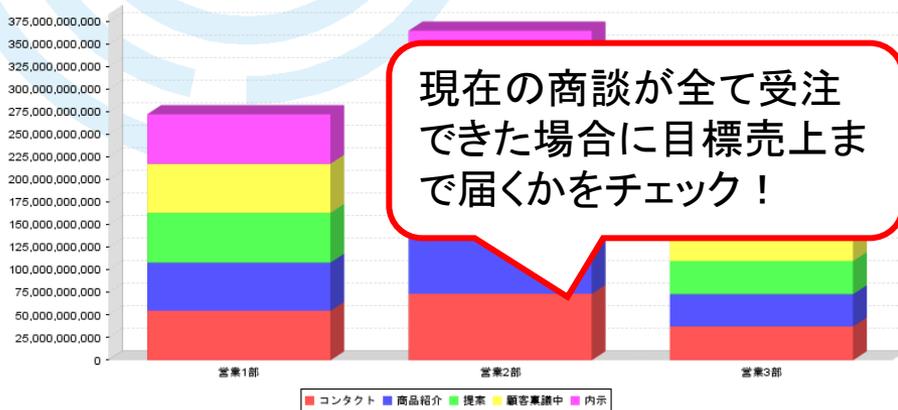


順調に提案が行われているかをチェックし、テコ入れの有無を早期に把握！

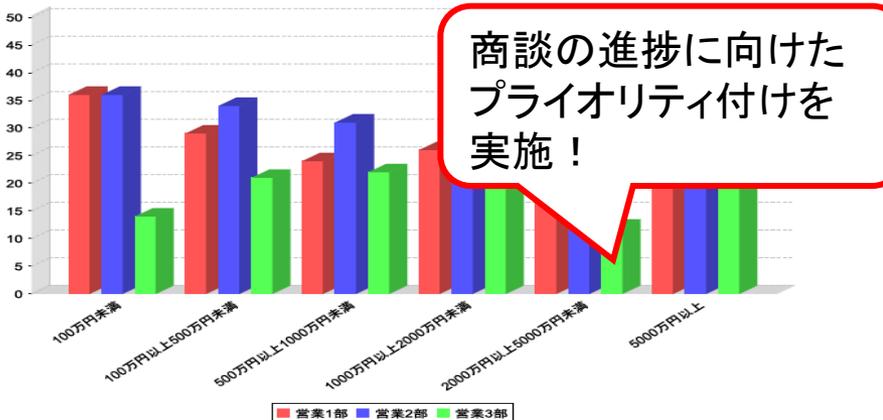
その他の標準レポート紹介 - 提案フェーズ -

月初に前月までに提案フェーズとなっている商談の状況を金額や件数ベースで把握します。

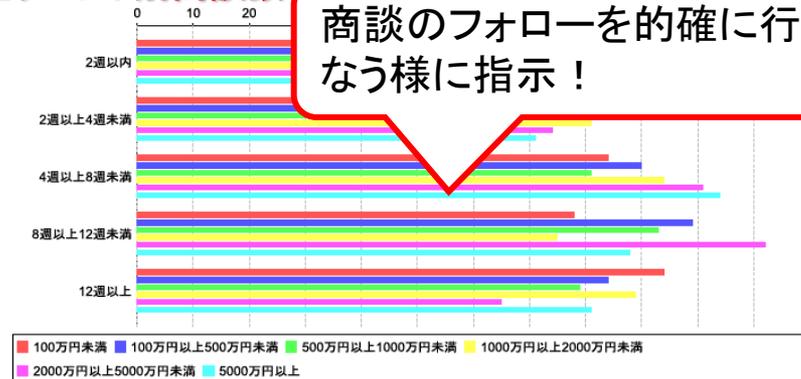
組織別・商談ステータス別期待収益 ⇒ (商談ステータス=提案フェーズ)



組織別・商談金額セグメント別商談数 (商談ステータス=提案フェーズ)



商談金額セグメント別・提案ステータス滞留期間 セグメント別商談数

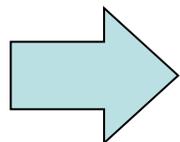


クロージング(内示)フェーズについて

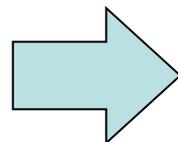
- 提案が行なわれた後は、正式受注に向けた動きが継続的に行なわれます。



受注に向けて、誰がどの様にフォローを行うかを検討します。



受注に向けたリスクを共有し、対応策の検討～早期解決を図ります。

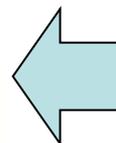


提案活動が受注と言う成果に結びつきます。

例えば、

今期、予算達成できそうか？

マネージャーが
得たい情報

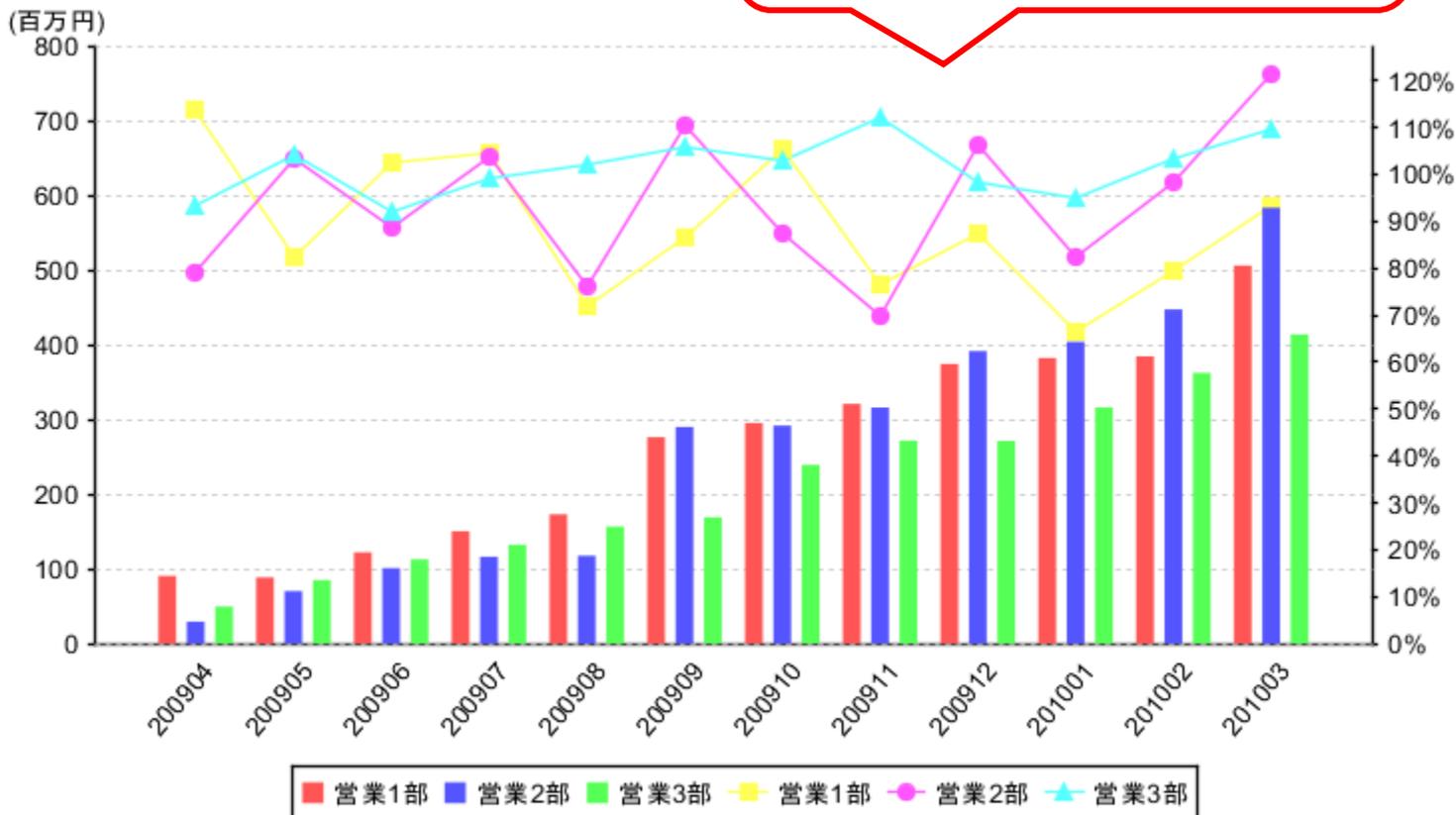


内示が獲得できた時点で商談のステータスが変わります。

今期、予算達成できそうか？

組織別予算進捗率推移

基準月：2009年12月



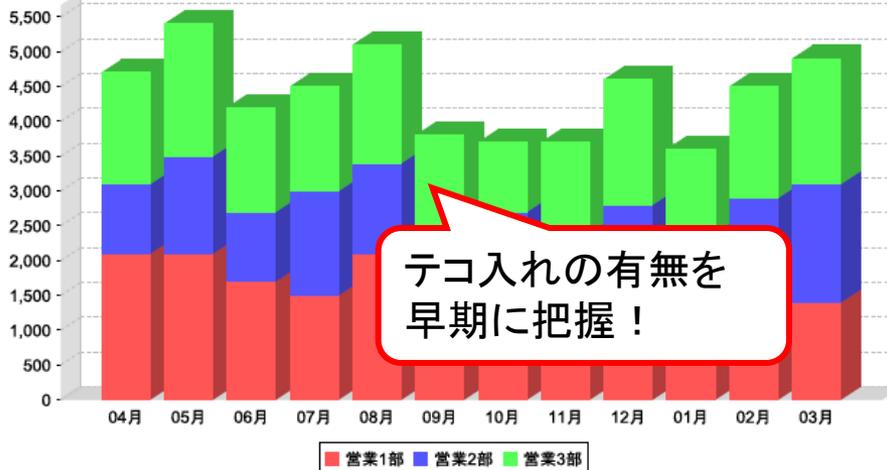
各部、予算達成できそうか？
難しい場合、どうリカバリーするべきか？

組織別に商品ごとの商談金額を積み上げるとともに、予算を同時に表示し、予算に対する現状を把握し、商談の状況を確認！

その他の標準レポート紹介 - クロージング(内示)フェーズ -

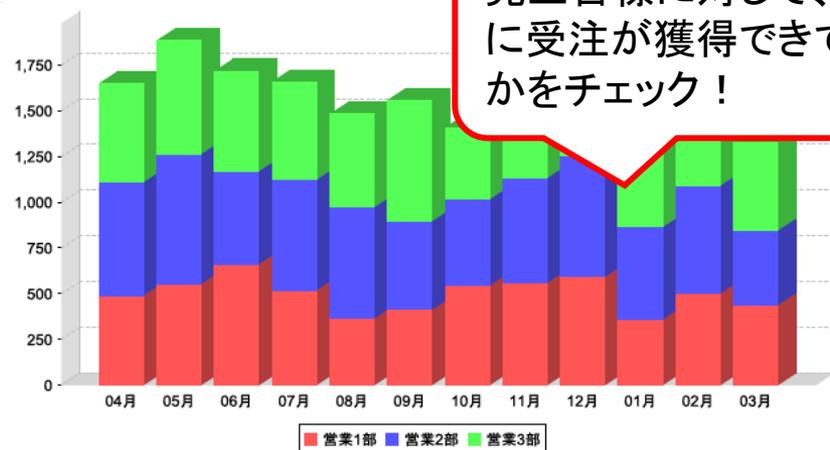
内示(受注)ステータスに変更になった商談のみを対象に推移を把握します。

組織別・内示商談金額推移



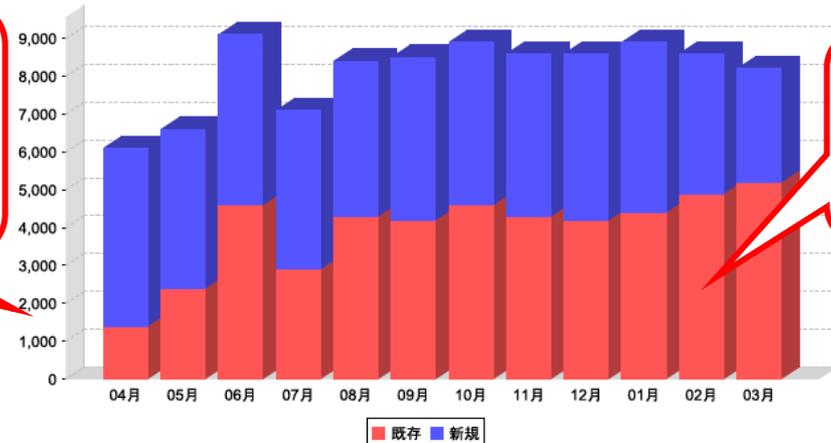
テコ入れの有無を早期に把握!

組織別・内示商談数推移



売上目標に対して、順調に受注が獲得できているかをチェック!

新規既存顧客区分別内示商談金額推移



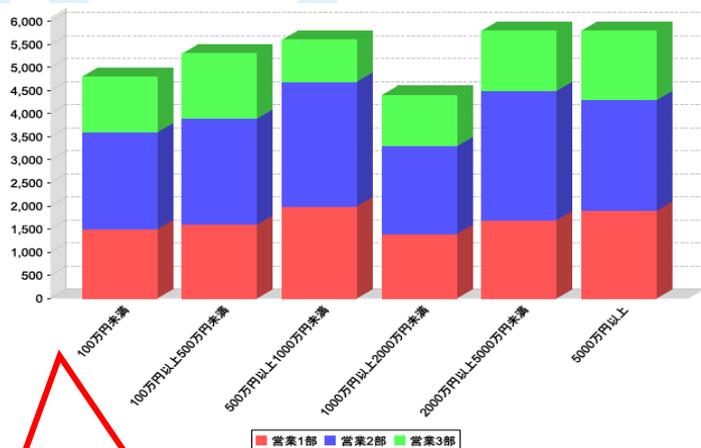
営業活動が、どれだけ事業規模の拡大(新規開拓)に結びついているか把握!

新規顧客のウェイトが高いケースでは、今後の売上上昇期待大!

その他の標準レポート紹介 -クロージング(内示)フェーズ-

前月に内示となった商談の内容を確認します。

**組織別・商談金額セグメント別商談数
(商談ステータス=内示)**

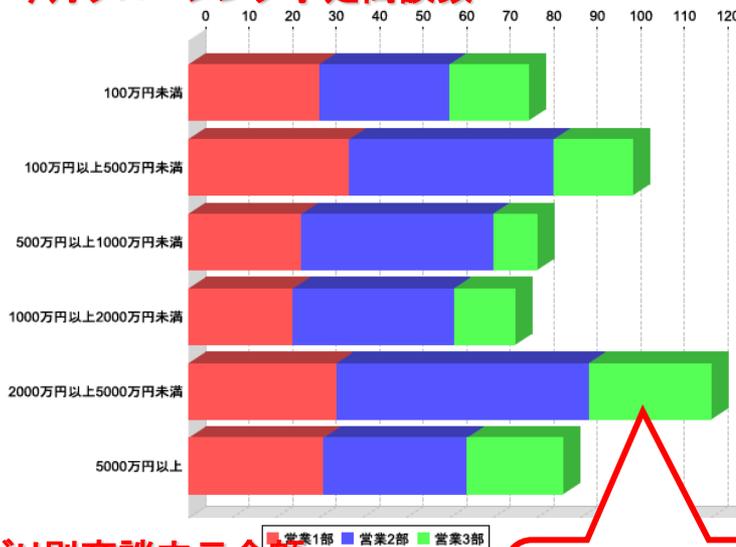


思わしくない営業組織がある場合は、状況を正確に把握！

期初から前月までの内示商談の累計金額を確認します。

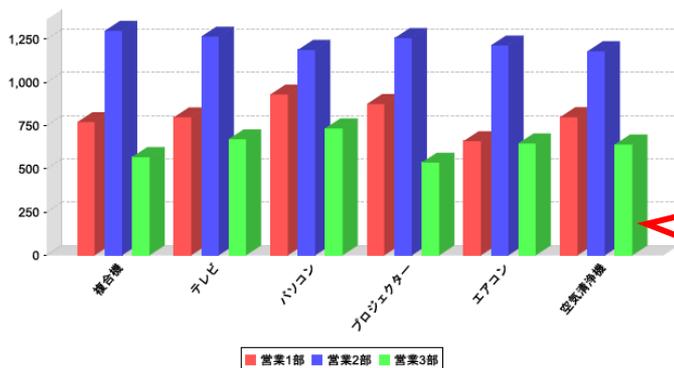
当月にクロージング予定となっている商談を確認します。

**組織別・商談金額セグメント別
今月クロージング予定商談数**



確実に成果へ結びつける活動を指示！

組織別・商品カテゴリ別商談内示金額

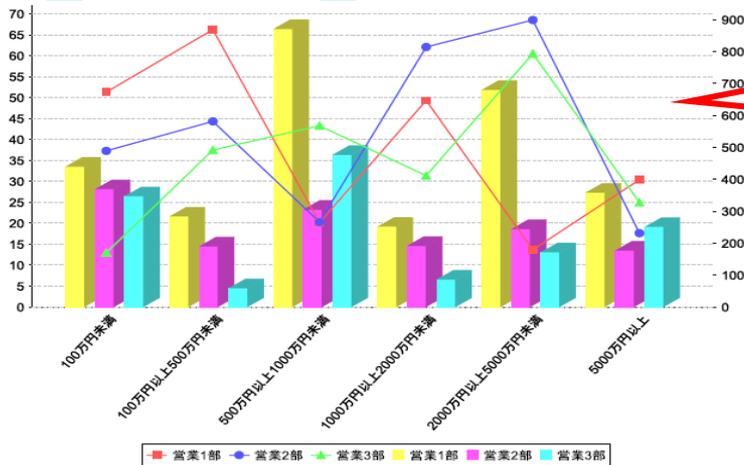


得意な商品や売り込めていない商品の有無を把握！

その他の標準レポート紹介 -クロージング(内示)フェーズ-

商談獲得率を見れば、営業レベルを把握することができます。

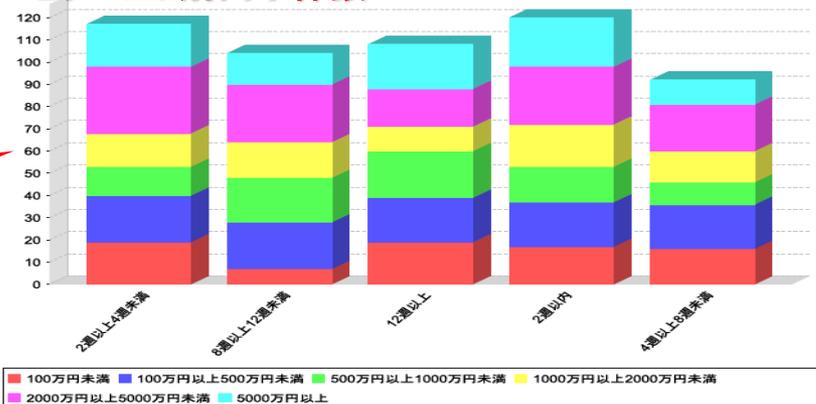
組織別・商談金額セグメント別商談獲得率



努力している(提案実施件数は多い)が、なかなか結果が結びついていない組織を把握！

商談金額規模別に提案ステータスから内示を受けるまでの期間を計ります。

商談金額セグメント別・クロージング期間セグメント別内示件数

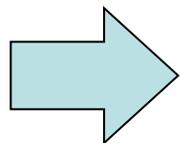


クロージングまでの期間を要するのであれば、その点を考慮した計数管理や営業対策を検討！

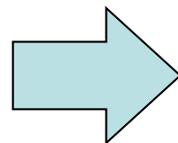
● 失注案件についても、分析が必要です。



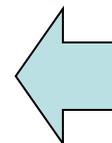
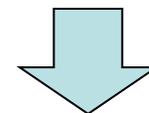
受注に向けてリスクが出てきた場合、その対応策を協議します。



受注が厳しくなってきた場合でも、商談をクローズさせる動きが必要となります。



受注が厳しくなった商談が明らかになったところで、別の商談に注力するため、プライオリティを変更します。



何故失注したかの原因分析をしっかりとしないと、続けて失注するリスクが発生します。

例えば、

なぜ、失注となったのか？

ほかには、

失注商談が与えるインパクト

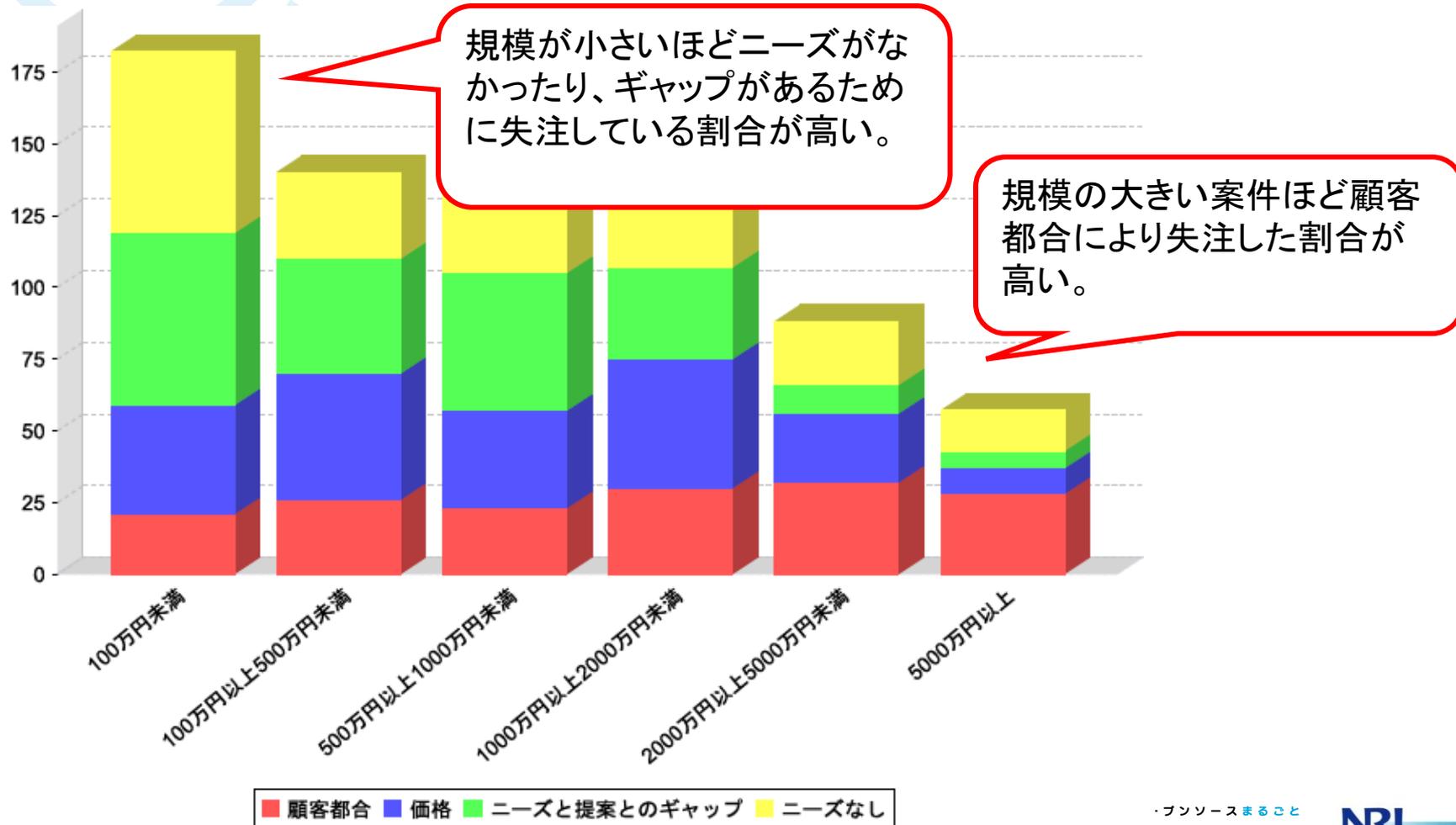
残商談に関する見通し

マネージャーが
得たい情報



なぜ、失注となったのか？

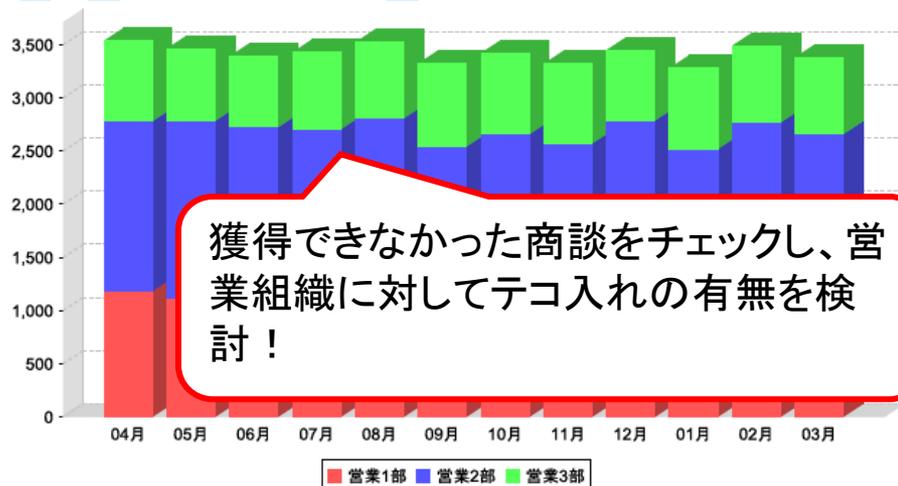
商談金額セグメント別・失注理由別商談数



その他の標準レポート紹介 -クロージング(失注)フェーズ-

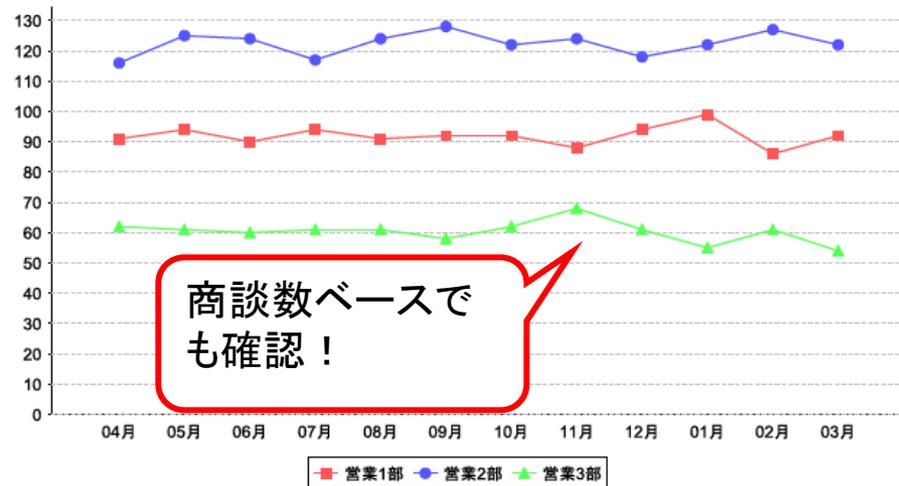
失注ステータスに変更になった商談のみを対象に推移を把握します

組織別・失注商談金額推移



失注ステータスに変更になった商談のみを対象に推移を把握します。

組織別・失注商談数推移



一般的に新規顧客の獲得は既存顧客のリポートに対して、5倍の労力が必要と言われています。

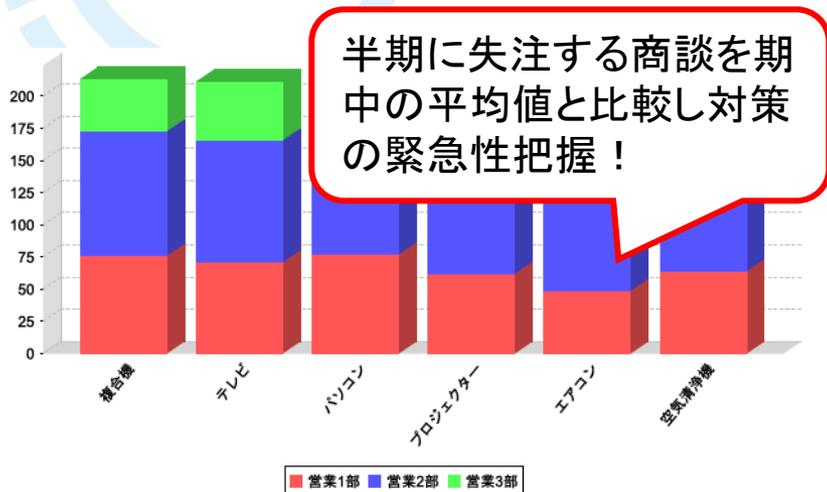
組織別・新規既存顧客区別失注率



その他の標準レポートの紹介 -クロージング(失注)フェーズ-

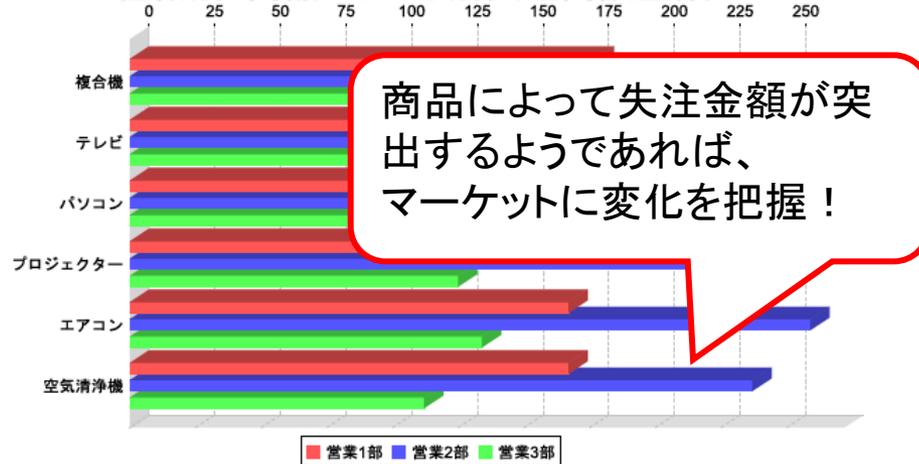
期初から前月までの失注商談の累計件数を確認します。

組織別・商品カテゴリ別失注商談数



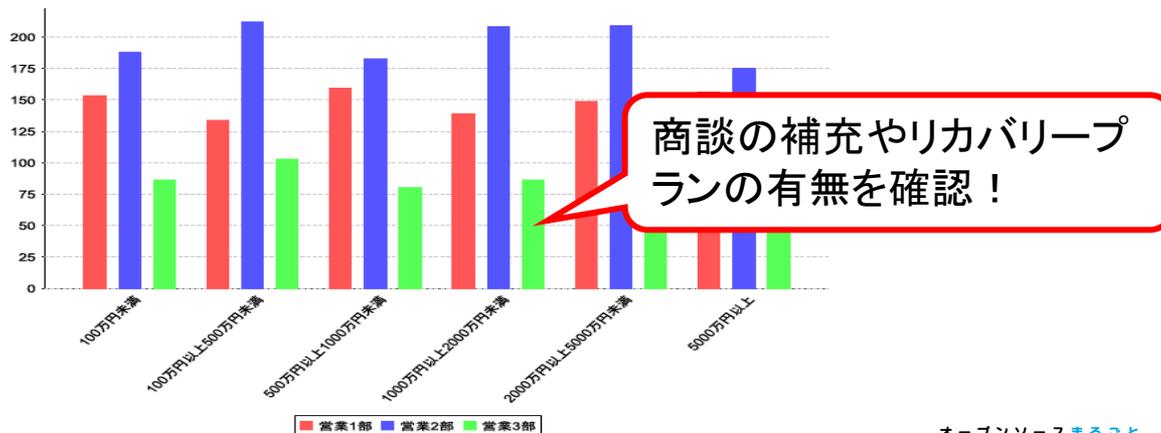
期初から前月までの失注商談の累計金額を確認します。

組織別・商品カテゴリ別失注商談金額



組織別・商談金額セグメント別失注商談数(商談ステータス=失注)

前月に失注となった商談の内容を確認します。



営業ポータル機能

- OpenStandia/BI for SalesforceCRMは、ポータル機能を標準装備しており、営業ポータルとしてご利用頂けます。
- OpenStandia/BIのID/Pwを、SalesforceCRM のID/Pwに合わせることで、簡易シングルサインオンも可能です。

(活用例)

名前	公開開始日時	作成者
for SalesforceCRMの紹介	10/03/18 18:27	寺田 雄二

月	営業第一部	営業第二部	営業第三部	営業第四部	営業第五部
2009/04	1	1	1	1	1
2009/05	4	3	2	2	1
2009/06	4	3	3	3	2
2009/07	7	4	4	4	3

■営業組織における情報共有

- 非SalesforceCRMユーザへのレポート表示
- アクセスコントロール
- CMS機能
 - 商品情報
 - ...
- ファイルライブラリ
 - 商品カタログ
 - 価格情報
 - 営業マニュアル
 - ...
- 掲示板(電子会議室)
 - 重点顧客コンタクト状況
 - 日報

■ワークフロー(オプション)

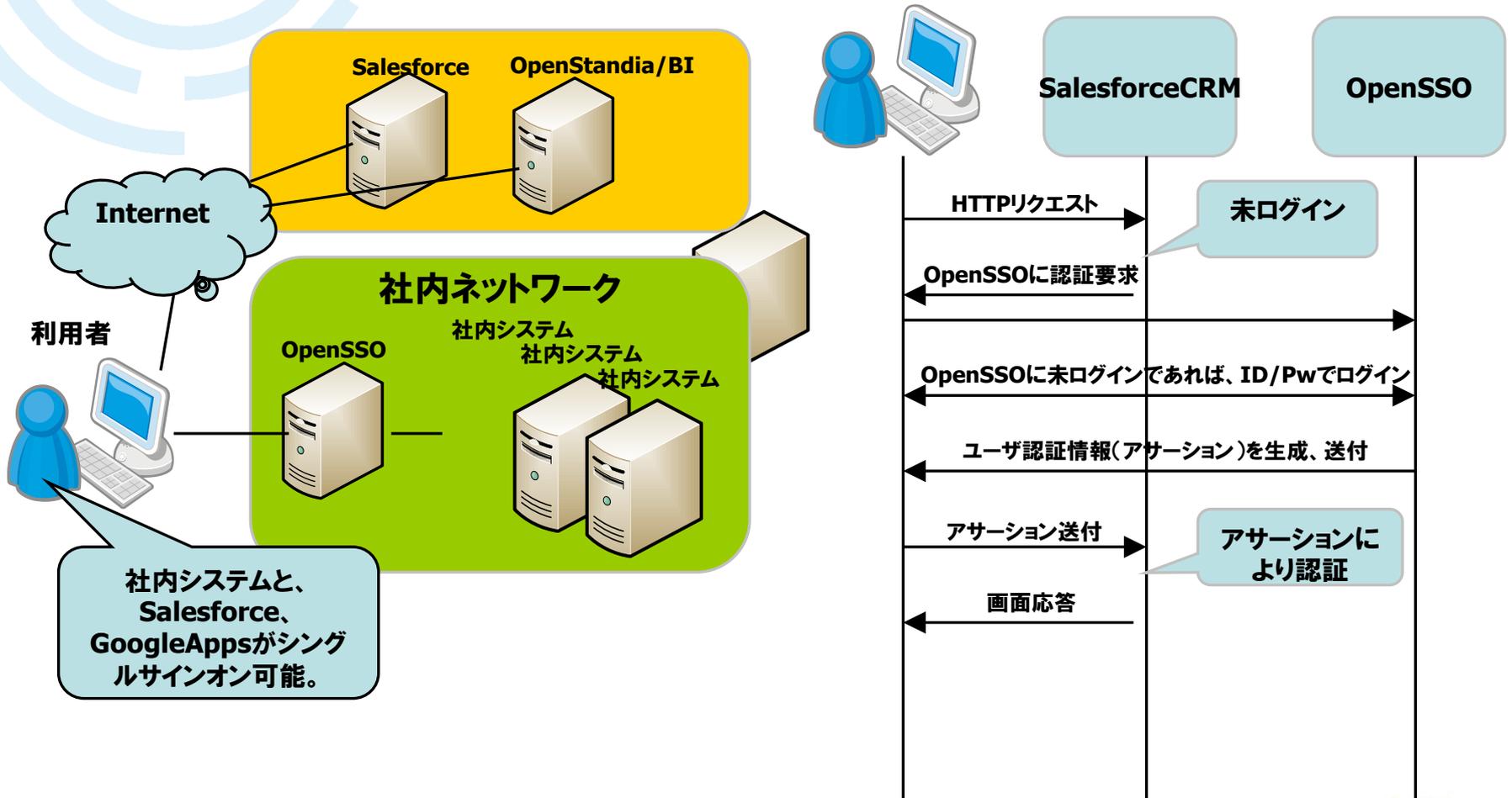
- 与信審査
- 見積書発行承認
- ...

■タスク管理/タスク指示(オプション)

- コンプライアンス研修受講指示/全員完了確認
- 期末受注見込報告指示/レポート確認

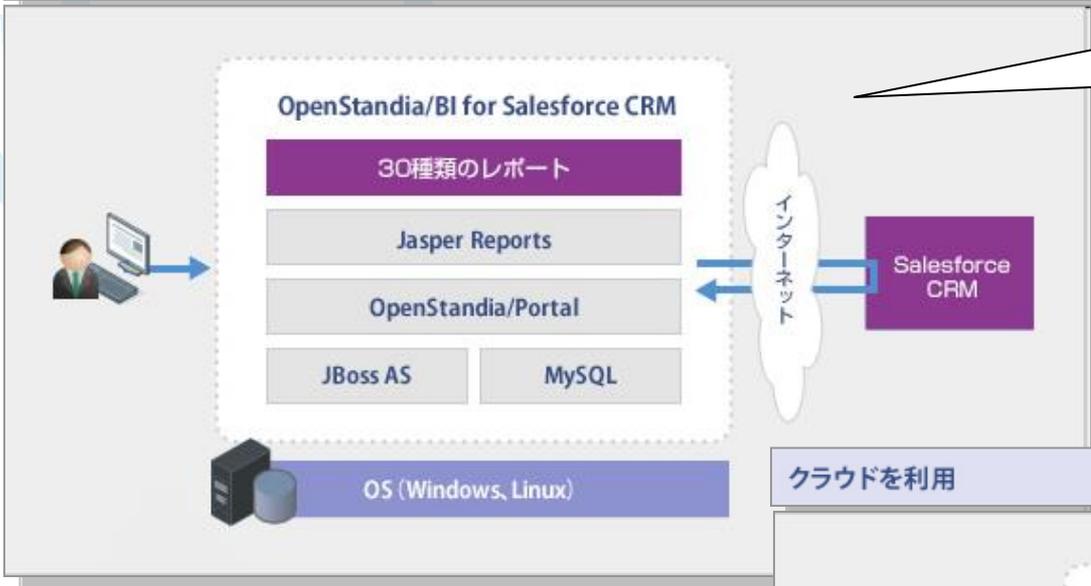
社内システムとSalesforceCRMとのSSO

- 標準プロトコルであるSAMLに対応しているOpenSSOを活用することで、社内システムと、SalesforceCRM、OpenStandia/BIとのシングルサインオンが可能です。(オプション)



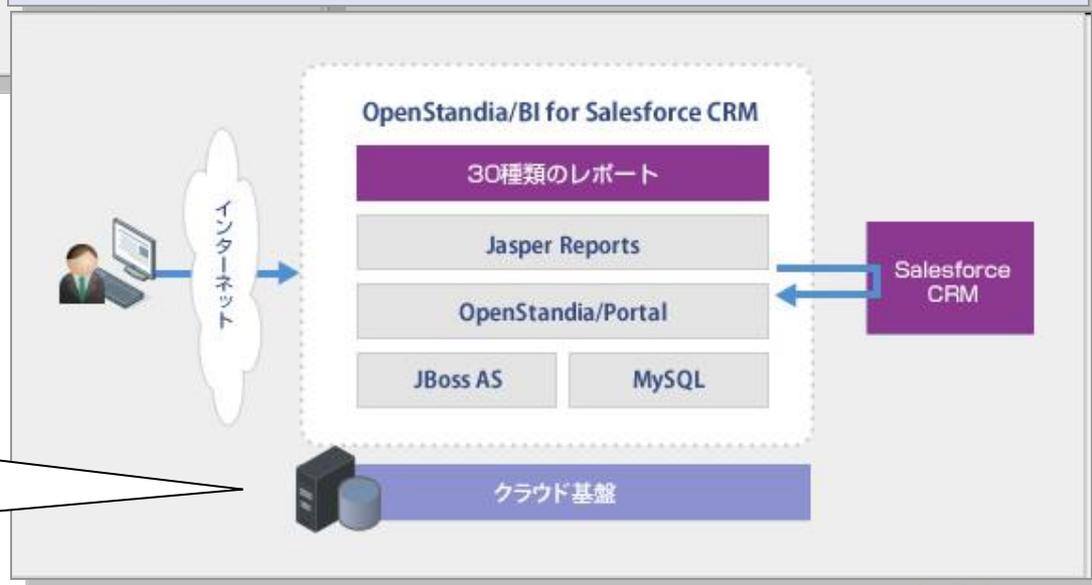
システム構成

企業内にサーバを設置



お客様のデータセンター等にサーバを設置。

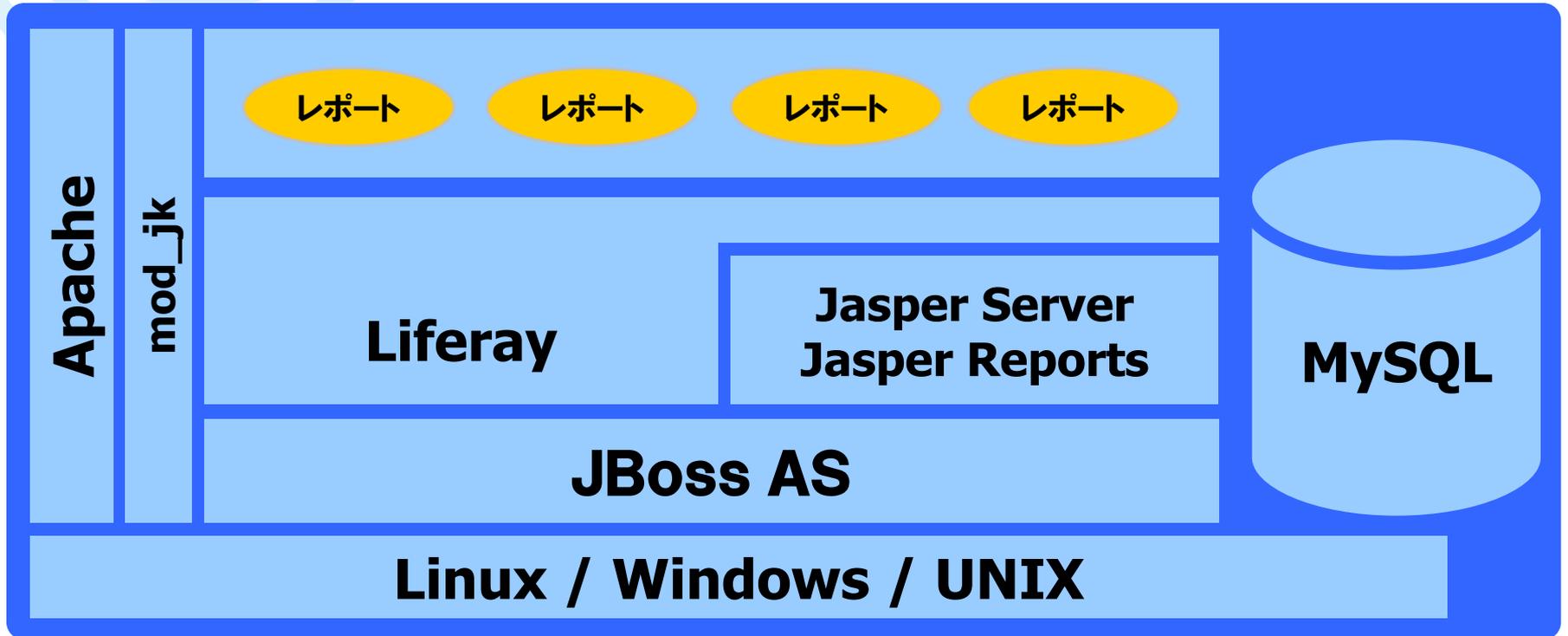
クラウドを利用



クラウドサービスを利用。

- KDDI クラウドサーバサービス
- IIJ GIO
- 日立ソフト SecureOnline
- :

ソフトウェア構成



導入作業イメージ

	+1月	+2月	+3月	+4月
要件確認・設計				
構築 <ul style="list-style-type: none"> • OpenStandia/BI導入 • アカウント設定、権限設定 • Salesforceデータ取り込み • 予算データ取り込み • 部門設定 • 商品カテゴリ設定 • 金額セグメント設定 • 訪問回数等セグメント設定 • 年度設定 				
テスト				
リリース				
保守サポート <ul style="list-style-type: none"> • SalesforceCRM 活用簡易診断 • 問い合わせ対応、障害対応 • パッチ提供 				

GoogleApps

SAP

Notes

OpenStandia/BI
for Salesforce CRM

サイボウズ

社内システム

ActiveDirectory
LDAP

- OpenStandiaは、「攻めのIT」を支援します。
- オープンソースのことなら、なんでもご相談ください！



お問い合わせは、NRIオープンソースソリューション推進室へ



ossc@nri.co.jp



<http://openstandia.jp/>