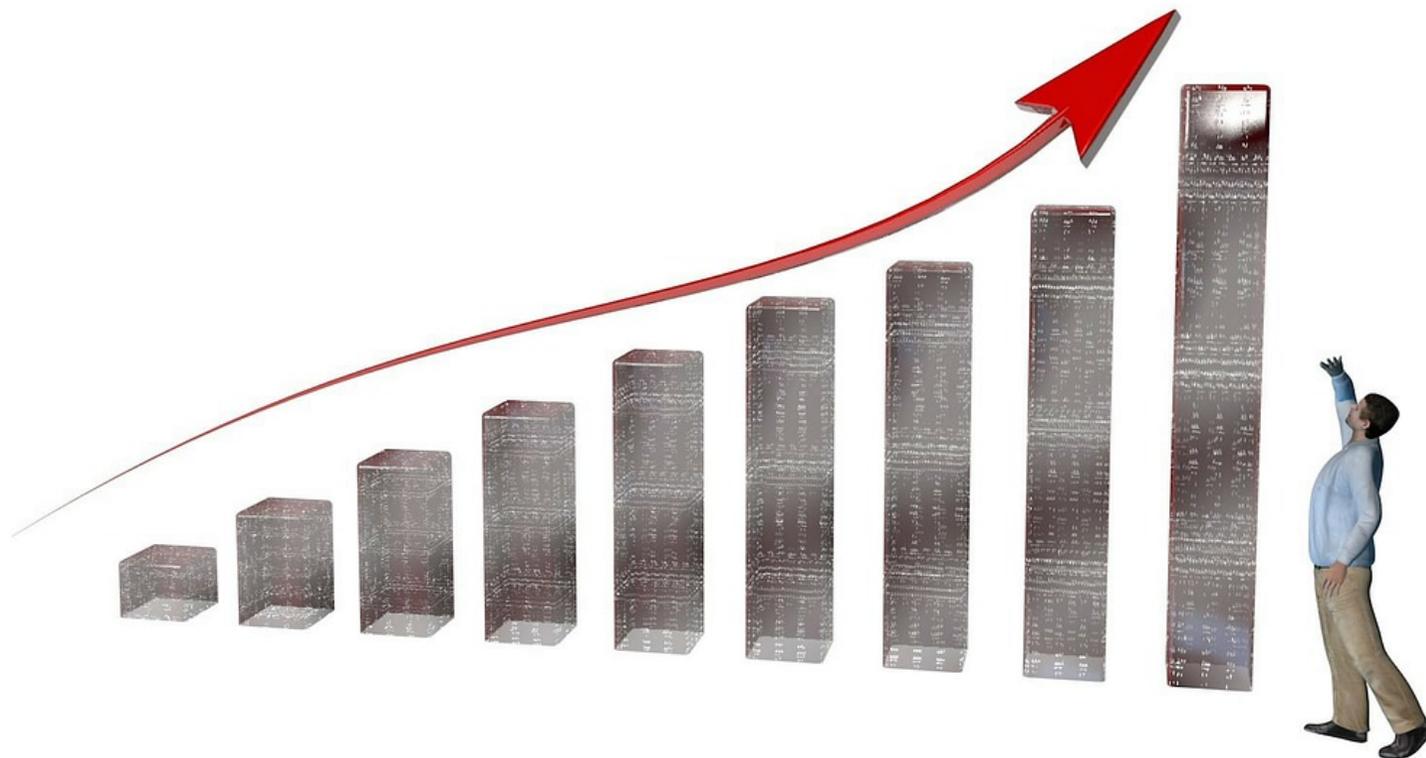




followup-CRM

めざしたのは、中小企業にふさわしい顧客管理

Now on release!



**顧客データを販売・営業戦略と密接に関連させることで
売上アップ、継続成長は必ず実現できる**

宣伝広告費をかけずに情報提供の仕組みをつくることで
新規顧客の獲得に成功した**資材メーカー**

「顧客満足度」を向上させ、口コミで県外からもお客様を
集客する**写真館**

メーカーが情報を発信することで、指名客を獲得し売上を
伸ばす部品**資材メーカー**

購買サイクルを短縮し、再購入・会員継続率を飛躍的に伸ばす
情報提供会社



徹底した
顧客データの
活用

中小企業である彼らが、売上を伸ばし、継続的に見込み客を産みだしている理由が、
徹底した顧客データの活用です。

データを活用できる仕組みがある・・・ followup-CRMをご検討ください

なぜ、従来のCRM/SFAではダメなのか？

CRM (顧客) + SFA (営業活動) の融合

従来のCRM・SFA

CRM



氏名	姓	名	会社	年	月	日
年齢	誕生日	性別	所在地	〒	TEL	
職業	才	年	月	日	FAX	
職業	才	年	月	日	E-mail	
部署	勤務先住所		〒	TEL		
部署	勤務先住所		〒	FAX		
部署	勤務先住所		〒	E-mail		
部署	勤務先住所		〒	URL		

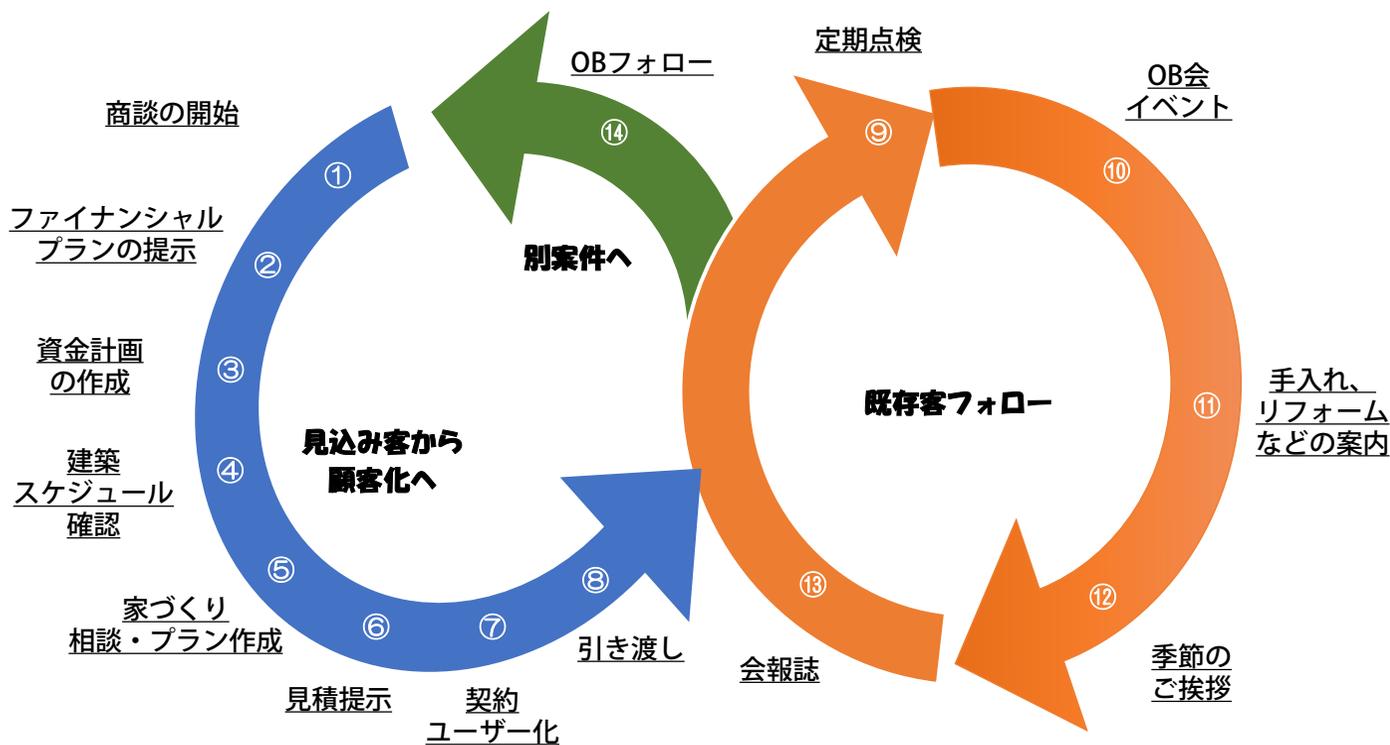
顧客の個人情報管理が中心
宛名、TELコールに活用

SFA



営業日報		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
営業員													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													
営業結果													
営業所													
営業日													
営業時間													
営業内容													

ビジネスモデルを作り、それを確実に実践していく！



見込み客から、顧客、リピーターへ

ステップアップしながら育成する販売・営業戦略の仕組み化を実現できる

いままで・・・



担当者任せ、ルール・計画性がない

記憶に頼っているため、数名が限界

すべてが社長営業のみで回っている

どこまで進んでいるのかは、主観的判断

Followup-CRM導入後



細かなフォローで他社
と差別化できる

スタッフ誰にでも
任せられる

やるべきことが
明確にスケジュールされ
ている

仕事に無理・ムダ
が少なくなった

1. 常に新規顧客・見込み客を増やす

ステップを明確にし、次を目指す戦略を立てる



1. 常に新規顧客・見込み客を増やす



ステータス

どの状態にどの人がいるかを管理するためのフラグ

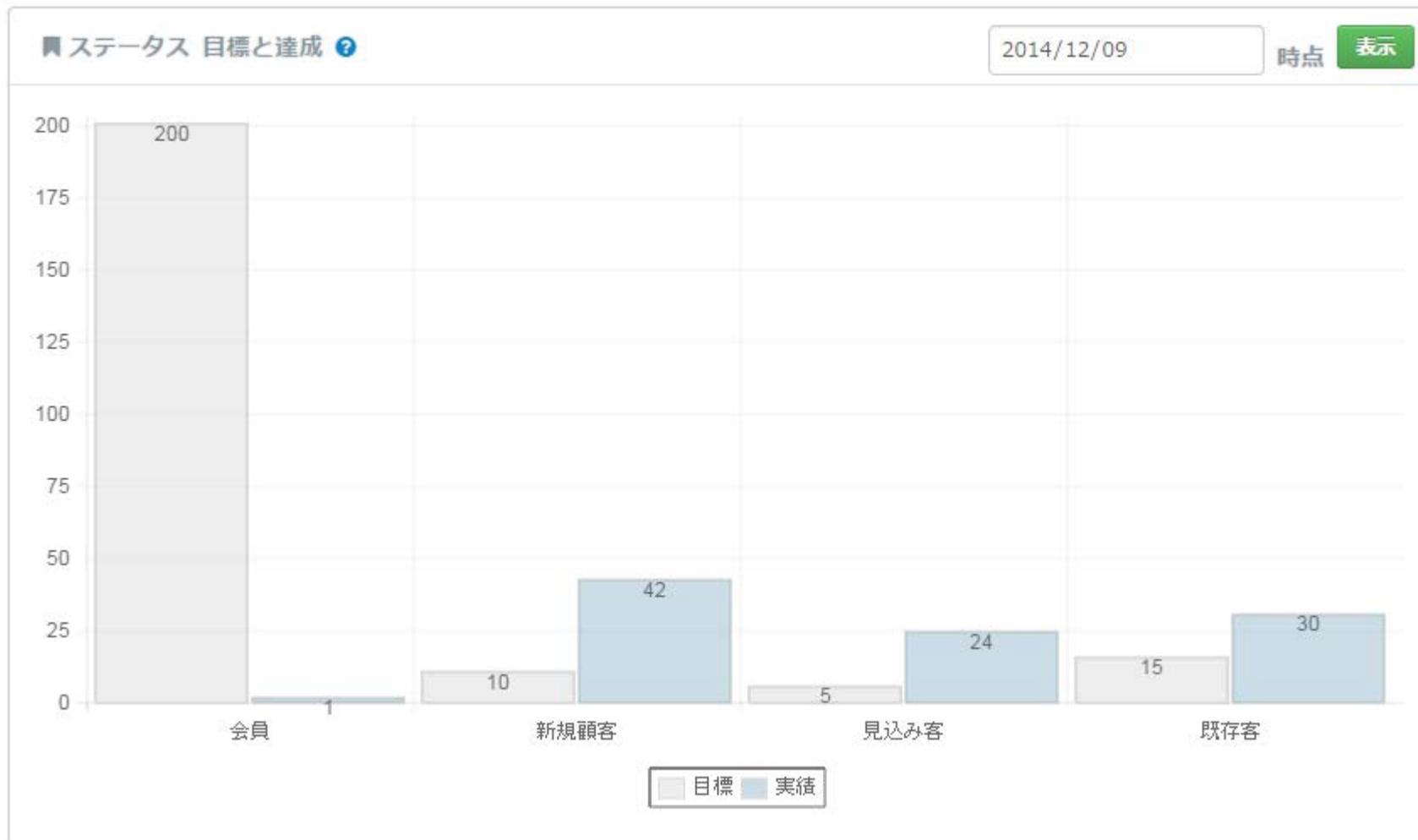
顧客ステータス名	目標値	TODO削除	表示順	有効/無効
WEBからの新規引合い	20		1	有効
リアルからの新規引き合い	20		2	有効
見極め	10		3	有効
商談中	10		4	有効
管理客	100		5	有効
設計申込み	3		6	有効
仕様確定	5		7	有効
本見積提出済み	10		8	有効
契約	1		9	有効
施工中	2		10	有効
OB			11	有効
停止		あり	100	有効

1. 常に新規顧客・見込み客を増やす

ステータス

分析

常に、一定数の「新規顧客」「見込み客」の数を確保するように目標と実績の管理

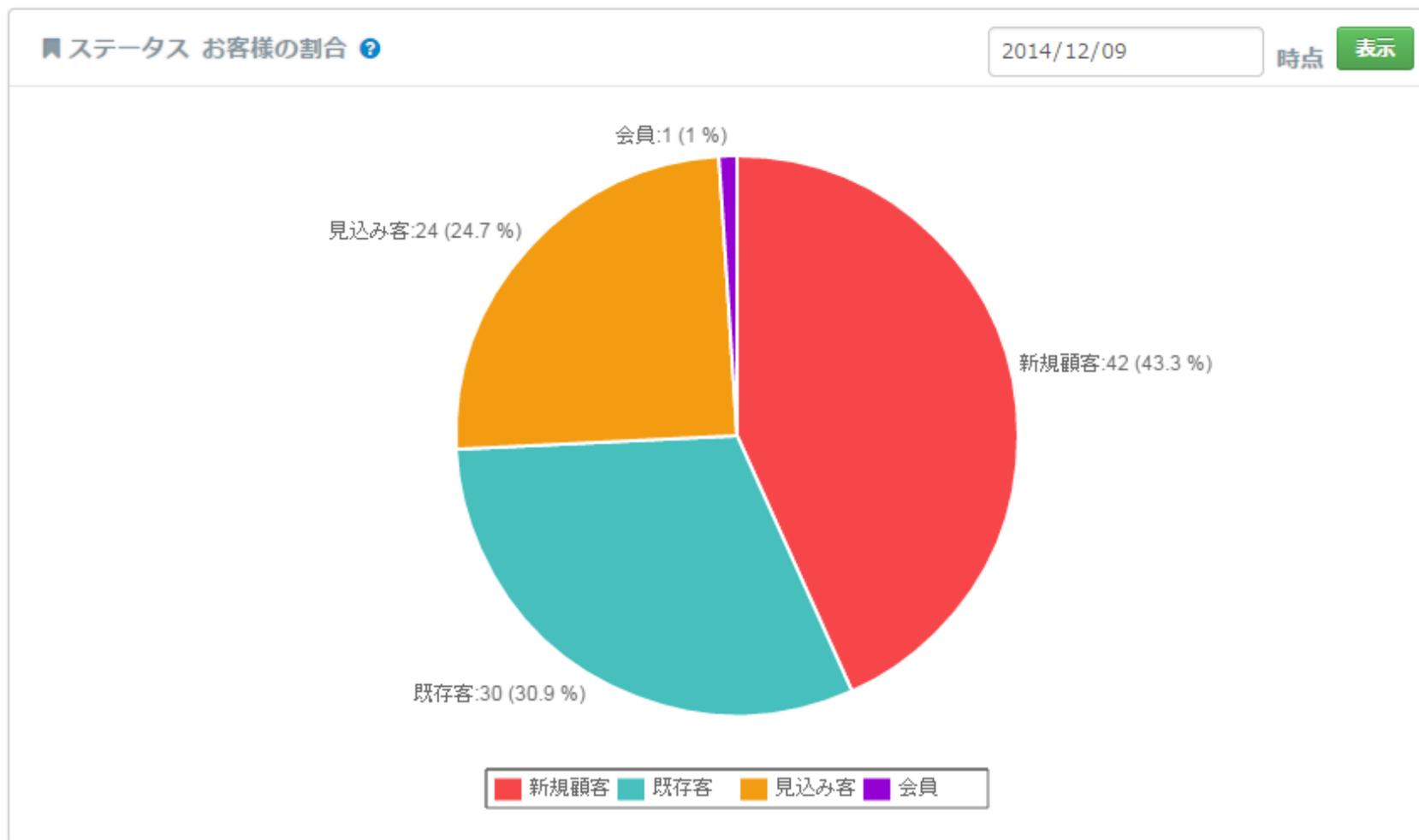


1. 常に新規顧客・見込み客を増やす

ステータス

分析

顧客の全体像を捉えて、販促活動の結果（過去）との比較で推移を計測する



2. 案件ごとに営業ステップを把握し進捗を管理



**成約に一番近いのは・・・
確度の高い案件はどのくらい**

**すべての情報を一元管理し
共有することで、対応すべき
案件を常に明確にしておく**

2. 案件ごとに営業ステップを把握し進捗を管理

営業ステップ

顧客それぞれの商談の進み具合を管理



営業ステップマスタ ?

+ 新規登録

Q 検索条件

件数：8件

ステップ名	表示順	有効/無効
競合状況	1	有効
1.資金相談	2	有効
2.建築予算	3	有効
3.入居時期	4	有効
4.希望条件	5	有効
5.クロージング	6	有効
事前審査	7	有効
金融機関	8	有効

2. 案件ごとに営業ステップを把握し進捗を管理

営業ステップ



商談の進み具合を管理

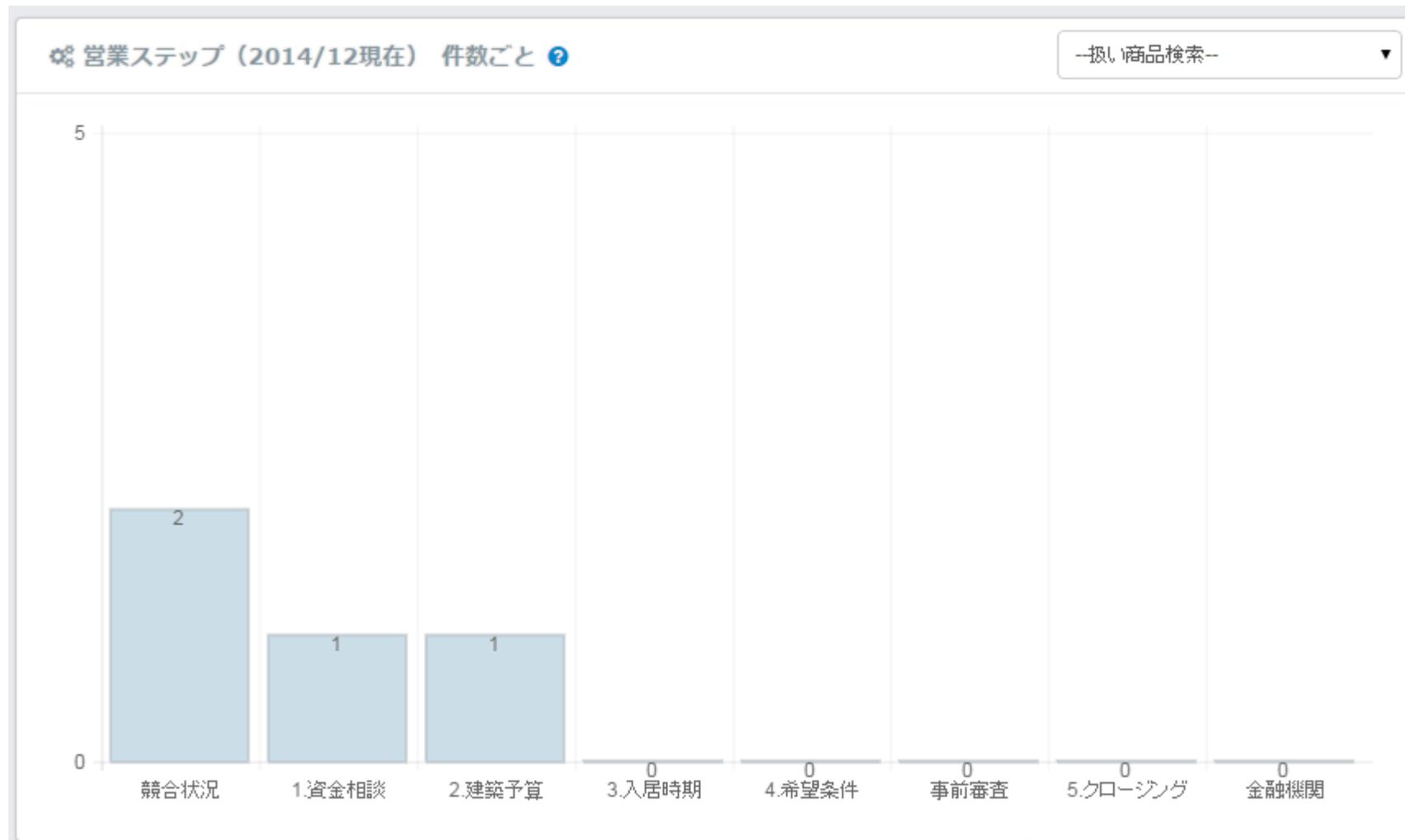
営業ステップ ?			
案件	営業ステップ	日付	備考
基幹システムリニューアル 確度 (低) 決定権者 () 受注(予定)金額 (4,800,000) 受注(予定)年月日 (2014/02/13)	会社情報の収集	-----	
	キーマンの把握	2014/11/26	
	商談	2014/11/13	
	提案書の提出	2014/12/10	
	見積書提示	-----	
	稟議段階	-----	
	承認	-----	
	却下	-----	
	次の5件を読み込む		

2. 案件ごとに営業ステップを把握し進捗を管理

営業ステップ

分析

現在の案件の進捗を営業ステップごとに、件数/金額/確度（低・中・高・確定）などで把握



3. 計画的な販促活動で目標と実績・結果を管理



年間スケジュールまで落とし込み、成果を見る

3. 計画的な販促活動で目標と実績・結果を管理

販促活動

販促活動に応じた抽出条件で、活動すべき人たちをリストアップ

🔊 販促活動 登録条件抽出 ?

対象活動手段※

メール ▼

ステータス WEBからの新規引合い リアルからの新規引き合い 見極め 商談中 管理客 設計申込み 仕様確定 本見積提出済み
 契約 施工中 OB 停止
 ヶ月以内

生年月日 西暦 年 ▼ 月 ▼ 日 ~ 西暦 年 ▼ 月 ▼ 日

※顧客構成で登録されている人も対象となります

扱い商品 AND検索 (かつ) OR検索 (または)

新築 リフォーム

営業ステップ AND検索 (かつ) OR検索 (または)

競合状況 1.資金相談 2.建築予算 3.入居時期 4.希望条件 5.クロージング 事前審査 金融機関

過去の販促活動

過去検索

抽出

キャンセル

販促活動

リストアップした人たちをフォロー（DM宛名用データ出力／メール送信）し
その結果を個人の履歴に自動出力

氏名	ステータス	メール	直前の販促活動		
横田 花子 太陽物産株式会社	脱会	taro.yokota@m ail.jp	新商品発売開始前のプレリリース 告知	メールリンク メールが文字化け する方はこちら	未 完
東京 次郎 東京工業株式会社	脱会	tokyo@tokyo.co m	年始のあいさつメール配信	メールリンク メールが文字化け する方はこちら	未 完
杉本 陽輔 神田食品製造販売 株式会社	新規顧客		新商品発売開始前のプレリリース 告知	メールリンク メールが文字化け する方はこちら	未 完
富士 浩二 株式会社富士山証 券	新規顧客	fujio@abc.co.jo	年始のあいさつメール配信	メールリンク メールが文字化け する方はこちら	未 完

削除 キャンセル 保存

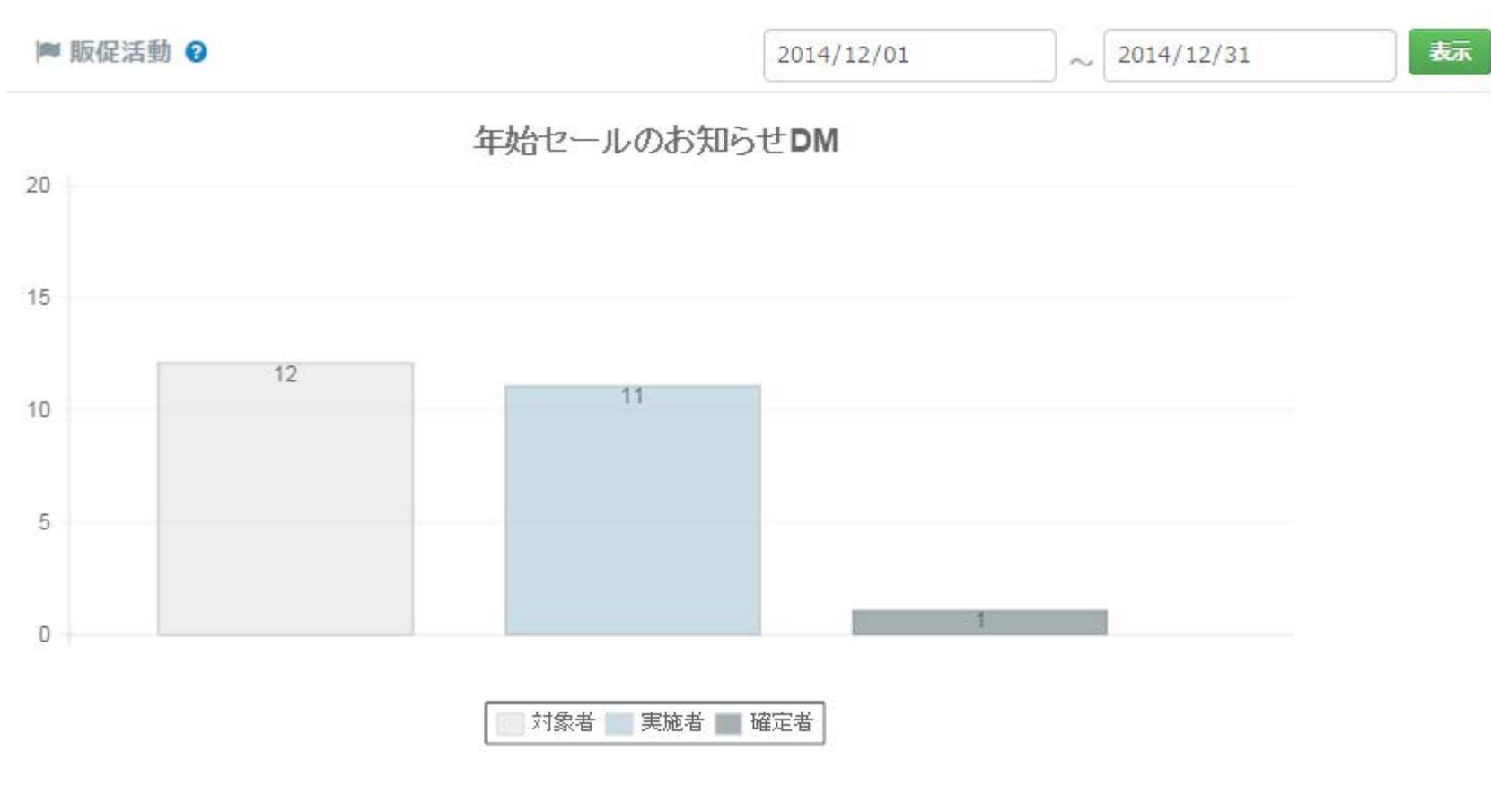
3. 計画的な販促活動で目標と実績・結果を管理

販促活動

分析

販促活動ごとに、リアルタイムに進捗を管理

案件情報と連動させることで成約（確定）の効果も把握



4. やるべきことはやる



**アクションに対する
「次のTODO」を確実に実施する仕組み**

4. やるべきことはやる

TODO

未来の活動内容の確認と警告

TODO 検索条件

件数: 3件

実施予定日	氏名・法人名	題名	活動手段	キーアクション	実施担当者	状態	
2014/12/08 ▲	横田 花子 太陽物産株式会社	脱会者へのご挨拶メール	メール		田辺 義男	未	予定変更 完了 コメント
2014/12/10	坂上 次郎	4日後のセールスレター	TEL	販促活動	山本 陽子	未	予定変更 完了 コメント
2014/12/10	坂上 次郎	4日後のセールスレター	TEL	販促活動	山本 陽子	未	予定変更 完了 コメント

なみた よしあき
仲田 義明
伊勢佐木モール店

代表者
営業グループ



脱会顧客
ステータス変更
顧客情報変更

☎ 045-777-8888
✉ nakata8888@gmail.com

f
t
s
v

メモ
メモ編集

タイムライン 営業活動 TODO 案件情報 営業ステップ 販促活動 ステータス履歴 顧客構成
各検索項

TODO 件数: 1件

実施予定日	題名	活動手段	実施予定担当者	状態
2015/01/20 ▲	会員脱会時のメール	メール	笠原 太郎	未

4. やるべきことはやる

TODO 販促活動

予定と実績を共有する

[<] 2015/01 [>] ⓘ

予定登録 本店

Week Month

日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12 📷撮影 (営業 本部) (ご家族全員)	13	14	15 👤成人写真のご相談 (受付 花子)	16 📷証明写真ご予約 (営業 本部)	17 📷ブライダル撮影打合せ (営業 本部) (小栗様、根本様 (新部...
18 ✍️有料会員入会のお礼... ✍️会員カードの発送 ✍️会員カードの発送 ✍️HPお問合せのお礼... ✍️有料会員入会 顧客... その他、12件の予定が...	19	20 ✍️会員祝会時のメール	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

	無料トライアル	スタンダード 5	スタンダード 10	スタンダード 20
月払い (消費税抜き)	39日間無料	2,500円/月	4,500円/月	8,000円/月
ユーザー数	5	5	10	20
ストレージ容量	無制限	無制限	無制限	無制限