

“入力されないSFA”を 繰り返さない。

営業担当者が使い続けられる、定着型SFAのつくり方

再導入を、機能追加ではなく運用設計から

2026

前回の失敗は、営業担当者だけの問題ではない

管理側の期待と、現場が負担する作業が噛み合わないまま始まると、SFAは報告のための二重作業になります。

導入側が求めたもの

案件状況をリアルタイムに把握したい
売上予測の精度を上げたい
活動量と進捗を可視化したい
営業ノウハウを組織で共有したい

営業側に起きたこと

Excel・日報・SFAへの二重入力
入力しても自分の仕事は楽にならない
案件会議では別資料を作り直す
支援よりも監視される感覚が強い

入力を求めるほど回避行動が増える——これは「人」ではなく「設計」の問題です。

定着しないSFAには、4つの共通構造がある

機能を増やす前に、定着を妨げる構造を逆転させます。

01 入力が多すぎる

必須項目・自由記述・日報・Excelが重なり、更新するほど営業時間が減る。

02 価値が返ってこない

情報は管理側に集まるだけ。担当者本人のフォローや準備は速くならない。

03 上司がSFAを使わない

会議は口頭や別資料のまま。更新内容が判断や支援につながらない。

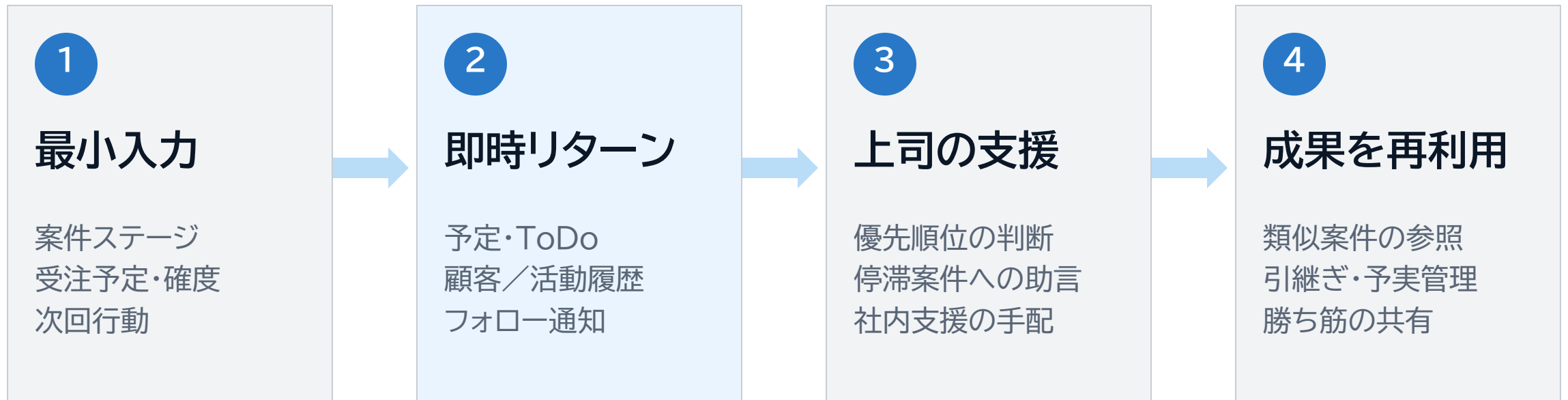
04 完成形から始める

全社・全機能を一気に入れ、現場の学習と改善が追いつかない。

対策の順序は「機能追加」ではなく、この4つを逆転すること。

定着は「小さく入力、すぐ役立つ」から

営業担当者が“入れるほど楽になる”循環を、日々の業務に埋め込みます。



価値が返るから更新する。更新されるから、さらに価値が高まる。

VtigerCRMを、次の行動を支える営業基盤に

同じ顧客・案件データが、営業担当者・マネージャー・組織それぞれの仕事に使われる状態をつくります。

営業担当者

今日、何をするか

- ・顧客・案件情報を一画面で確認
- ・活動履歴と次回行動を更新
- ・予定・見積を案件に紐づけ

マネージャー

どこを支援するか

- ・パイプラインと停滞を把握
- ・予定・確度・次回行動を確認
- ・一覧・レポートで重点支援

組織

どう再現するか

- ・権限・共有ルールで安全に展開
- ・項目・ワークフローで標準化
- ・関係部門・外部サービスへ連携

OSS版はユーザーライセンス費を抑え、営業支援に必要な関係者まで展開しやすい

※サーバー、導入・保守、追加開発・拡張機能等の費用は別途必要です。

入力は「現在地」と「次の行動」に絞る

初期項目は、情報を網羅するためではなく、次の判断とアクションに使うものだけに限定します。

ありがちな初期設計

顧客属性を最初から網羅する
毎回、長文の日報を求める
念のため多くの項目を必須化する
SFA導入後もExcel・日報を残す

定着する初期設計

必須はステージ・予定・次回行動中心
活動は選択式・テンプレート中心
初期値・ワークフローで入力を補完
既存の表と報告書を段階的に廃止

項目は「管理者が欲しいか」ではなく、「次の判断に使うか」で決めます。

営業担当者に、毎日使う4つの理由を返す

01 探す時間を減らす

顧客・担当者・案件・活動履歴を関連づけ、必要な情報へすぐ到達。

02 フォロー漏れを減らす

次回行動・期限・ToDoが見える化し、今日動く案件を迷わない。

03 社内確認を速くする

見積・資料・対応経緯を案件に集約し、確認の往復を減らす。

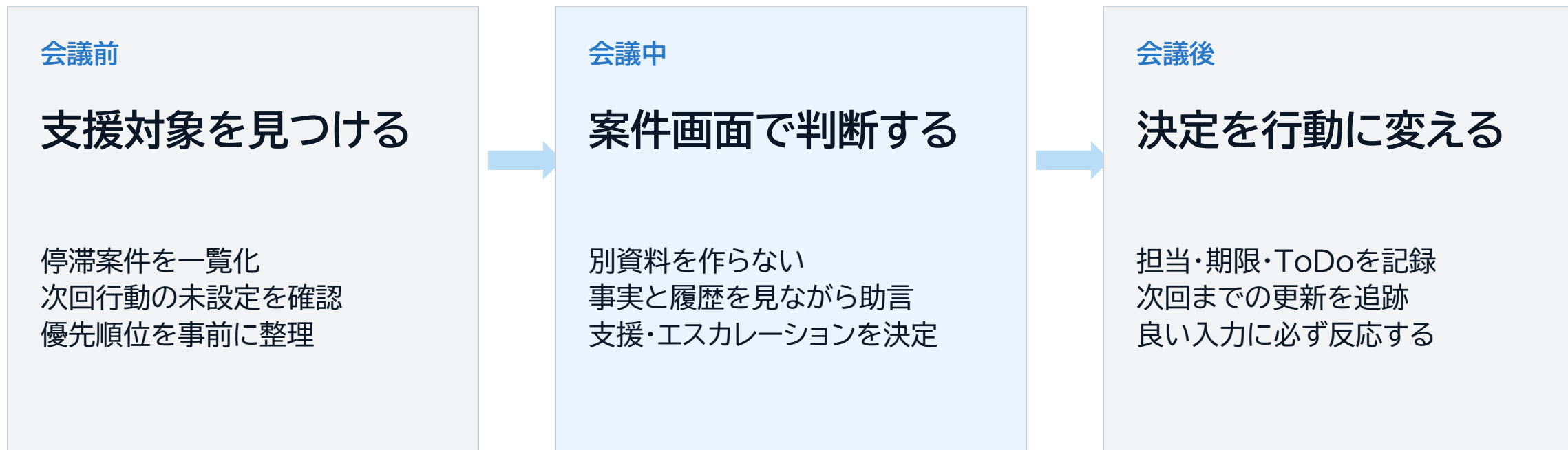
04 引継ぎを楽にする

担当変更や休暇時でも、経緯と次回行動からすぐ再開できる。

SFAを開く理由がある → 自然にデータが更新される

上司の活用で、入力支援は支援依頼に変わる

管理者がSFA内の情報だけで会議と支援を行うことが、定着の最大のスイッチです。



別Excel・別日報を残さず、SFAの入力を「報告」ではなく「支援につながる情報」にします。

完成形を目指さず、3段階で営業の一日をつなぐ

各段階で利用状況と現場の声を確認し、使われない項目は増やさず削ります。

PHASE 1

PHASE 2

PHASE 3

使える最小構成

顧客・担当者・案件・活動
次回行動を中心に設計
1チームで先行利用

判断を支援

見積・商品・失注理由
通知・ワークフローを追加
案件会議をSFAへ移行

全社活用

名刺・メール・会計等を連携
関係部門へ閲覧・活用を展開
経営レポートを整備

各フェーズの出口は「設定完了」ではなく「現場の営業行動が変わったこと」

3つの役割で、週次の改善を回す

SFA導入ではなく「営業業務の運用変更」として責任者と改善サイクルを置きます。

営業責任者

SFAを判断の場にする

案件会議の唯一の事実にする
支援方針と優先順位を決める
良い入力・活用を評価する

CRM管理者

使いにくさを取り除く

未更新・エラー・要望を確認
項目・ビュー・通知を調整
マスタ・権限・教育を維持

現場推進メンバー

使い方を現場へ広げる

先行利用して改善点を出す
困りごとを早期に拾う
成果につながる活用例を共有

週次で「利用状況 → 現場の声 → 設定／ルール改善」を回し、固定化しすぎない。

ログイン率ではなく、営業が完結したかを測る

初期段階は売上だけで評価せず、SFAが実務の中に組み込まれたかを先に確認します。

まず見る | 定着の先行指標

次回行動が設定された案件の割合
期限を過ぎた未更新案件の減少
日報・案件会議資料の廃止状況
SFAを使ったレビューの実施状況

その後見る | 営業成果の指標

フォロー漏れ・対応遅延の減少
案件リードタイムの短縮
受注・失注理由の蓄積と再利用
売上予測と実績の差の縮小

目標値は一律に置かず、パイロット前の基準値を測って合意します。

小さく実証し、定着後に全社へ広げる

前回の失敗を隠さず材料にすることで、次の設計は具体的になります。



まずは、前回どこで使われなくなったかを一緒に整理しませんか。

株式会社アイプランナー | <https://info.osscrmpro.com/>