

# セールスリーダーを 支えるCPQツール

目標を超える成果を上げるために

salesforce

CPQ



A man in a light blue shirt is shown in profile, looking towards a laptop. He is in a meeting room with other people blurred in the background. The scene is brightly lit, likely from large windows.

## 目次

- 03 セールスリーダーの責務と重圧
- 04 厳しさのなかにやりがいを見出す
- 05 社内にあるビジネスチャンス
- 07 社外でつかむビジネスチャンス
- 09 成功のために必要なこと
- 11 リーダーのニーズに応えるSalesforce CPQ

# セールスリーダーの責務と重圧

営業がストレスの多い仕事であることは、誰もが認めるところでしょう。

営業チームを率いる立場ともなると、その身にかかる重圧は計り知れないものになります。セールスリーダーは常に、売上を増やし、目標を上回り、プロセスの合理化を図ることが求められます。売上目標を達成できない場合には、真っ先に責任を問われる立場でもあります。実際、セールスリーダーの平均在職期間はわずか2年ほどで、さらに短くなる傾向にあるようです。

社内のプレッシャーに加え、一歩外に出れば成約を妨げるさまざまな困難が待ち受けています——多様化するチャネル、新しいテクノロジー、情報武装した顧客、そしてライバル企業。何がどう転ぶか、なかなか先が読めません。

こうした厳しい状況にどう立ち向かうかが、リーダーの腕の見せどころです。ツールを使って売上予測の精度を上げれば、どのタイミングで、どの案件に注力すべきかが見えてきます。また、非効率なプロセスを合理化することで、人材の適切な配置、意思決定のスピード化が図れます。ピンチをチャンスに変えられるかどうかは、時間と手間ばかりかかる作業をいかに自動化できるかにかかっています。

このeBookでは、営業プロセスの各段階で業務の自動化がどのように役立つのかを紹介していきます。

## まずは、CPQの定義から

CPQは、「製品構成 (Configure)」「価格設定 (Price)」「見積作成 (Quote)」の頭文字を取ったものです。

CPQツールを活用すれば、営業チームは製品の構成、注文の価格設定、見積の作成をすばやく正確に行うと同時に、コンプライアンスや承認の状況、更新情報を把握できます。また、ミスをなくし、生産性を高め、ガイダンスに従ったクロスセルとアップセルにより、商談規模を拡大できます。

CPQは、営業チームが収益を拡大するうえで欠かせないツールと言えます。



## 厳しさのなかにやりがいを見出す

セールスリーダーにとって最も重要なのは、売上を立てることです。営業チーム全体のノルマを達成できるかどうかは、リーダーにかかっています。また、間接販売、パートナービジネス、サービスの販売も任されている場合は、ますます身の引き締まる思いでしょう。

セールスリーダーにはコンプライアンスに対する責任もあります。一営業担当者なら突飛な行動をとっても、優れた成績を上げられたかもしれません。しかし、プロセス全体を管理し、コンプライアンスを確保することも、今やあなたの仕事なのです。抜け道を使って楽をしても、あとでそのツケを払うことになるだけです。

さらに、業務の効率や生産性を向上させるためにプロセスを合理化することも、リーダーの仕事です。プロセスを統制するために法務や会計部門と連携したり、営業戦略を策定して、すべての営業担当者に浸透させたりといった大きな役割を担います。

こうした責任を担ってもなお、セールスには大きなやりがいがあります。目標を追い求める充実感。アプローチを考え、駆け引きを制する高揚感。自分だけのビジネスチャンスを見出し、ものにする達成感。

リーダーともなるとスリルを楽しんでばかりはいられませんが、それでも良い仕事ができるチャンスはたくさんあります。

“セールスリーダーの平均在職期間は  
24 - 27か月であり、さらに短くなる  
傾向にあります。”

- Selling Power誌

# 社内にあるビジネスチャンス

セールスリーダーを成功へと導く要素は、優先的に取り組むべき課題の中にあり、偶然に何かうまくいって、どうにかなるものではありません。プロセスの改善、情報の可視化、ミスの予防、大口案件を短時間で成約した担当者を適切に評価する仕組みなど、今そこにある問題を解決することが、チームの成功につながるのです。

ここからは、リーダーの最優先事項と、そこに隠れているチャンスを詳しく見ていきましょう。

## 売上目標の達成

ビジネスである以上、収益は大事です。目標に向けて力を尽くすことが求められますが、その達成を妨げるものは往々にして内部に存在します。たとえば、社内プロセスに手間取り、展開の速い商談を逃しているかもしれません。商談に関する情報を把握しにくいために、手遅れになるまで問題が放置されている可能性もあります。さらには、アップセルやクロスセルのタイミングを逃し、せっかくの収益の機会を自らふいにしているかもしれません。

こうした状況を解決するには、社内プロセスを効率化するためのツールが必要です。メールでのやり取りや、複数のアプリケーションを使った文書作成に代わるツールを導入して手作業をなくし、承認プロセスやワークフローを自動化するのです。そうすることで、パイプラインを正確に把握して、一つひとつの処理をスピードアップできます。

## 前進し続ける、強い営業部門の構築

目標達成のためには有能なチームメンバーをそろえる必要があります。彼らはその能力を発揮するためのツールを必要とします。新人には独り立ちを早めるツールが欠かせず、ひとたび営業に出れば、適切な製品を適切な顧客に売ることが求められます。そして、トッププレイヤーに成長したメンバーは、離職しないようつなぎとめておかなければなりません。

営業担当者のやる気は売ること増幅されるので、とにかく仕事がしやすい環境を整えることです。手間や時間ばかりかかる社内プロセスをなくせば、営業担当者は気持ち良く仕事ができます。これを実現するためのツールには、簡単に習得できて、使い慣れた既存のツールと連携するものを選びましょう。わずらわしさから解放されれば、営業チームは売ることに専念できるのです。

## 営業プロセスとメソドロジーの確立

営業メソドロジーの構築自体は簡単ですが、それに沿った行動をチームに徹底させるのは、なかなか難しいものです。メソドロジーを決めたら、営業手法にあわせてそれ以外のビジネスプロセスも整える必要があります。整合性のあるプロセスにより、ただでさえ多忙なチームの負担を増やさないようメソドロジーが強化されれば、なお良しです。そして、プロセスの管理には、レポートやトラッキング機能を通じて、何が上手くいき、何につまずいているのか、どの部分に集中して取り組むべきかを把握できるツールが欠かせません。

プロセスにメソドロジーを組み込めて、固有のニーズに柔軟に対応しながら、業務も効率化できるツールを用意しましょう。営業活動を円滑に進め、スムーズなセールスサイクルを妨げる要因を特定できる、そのようなツールを選びたいものです。

## 法規制、業務プロセスに対するコンプライアンスの徹底

法務や会計部門と連携してビジネスのルールに従うことは、企業として存続するために当たり前のことです。しかし、コンプライアンスのための内部統制がチームの負担になるのは、困ります。チームの重荷にならないコンプライアンス対策は、営業プロセス全体を強化し、ミスを防ぎ、手間のかかる作業を自動化し、承認プロセスを最適化するなどの効果があります。正しい手順に従い、記録を適切に保管しながら業務を遂行できるようになるのです。

このようなコンプライアンスを可能にするには、商談の性質にもとづいて、適切な選択肢のみを提示するツールが必要です。スマートなツールにより正しい意思決定を促し、人為的ミスをなくして承認フローを自動化することで、承認漏れや無許可の値引が行われることもなくなります。さらに、既存のCRMや会計システムと連携させることで、レポート作成や監査証跡の記録も容易になります。

社内フローを自動化するCPQシステムは、社内の課題だけでなく、社外で直面するさまざまな問題の解決にも役立ちます。



# 社外でつかむビジネスチャンス

ある状況をピンチと捉えるか、チャンスと捉えるかは人それぞれですが、ピンチに陥ればライバルとは別の道を探って差別化を図り、市場が縮小すれば新たに市場を開拓し、変化のなかに活路を見出す——それがリーダーに求められる資質です。

ここでは、リーダーの悩みの種となっている対外的な課題と、それを絶好のチャンスに変える方法をご紹介します。

## 業界固有のニーズへの対応

「ロングテール」の概念が現れて以降、すべての顧客は自分が「テール」にあたり、細かなニーズを満たしてもらえる存在だと考えるようになりました。この「Meエコノミー」においては、1対1のマーケティングであれ、アカウントベースの営業であれ、セールスサイクルのあらゆる段階で、各顧客にあわせてアプローチを変える必要が生じます。

こうした状況にあっても、適切なツールさえあれば、業界ごとに製品やサービスの組み合わせをカスタマイズして、顧客固有のニーズにあわせたソリューションをスピーディに提案できます。この規模のカスタマイズは、自動化されたツールがあればこそ、実現できるのです。

## 営業を必要としない顧客の増加

営業担当者と話をするよりも、自分で情報収集したいと考える顧客が増えています。こうした顧客は何が必要かわかっており、後はどこで買うかを決めるのみという状態にあります。

売り買いの場がオンラインへと移行し、直販チャンネルが先細りするなか、企業はそのトレンドに適応していかなければなりません。既存の直販システムでeコマースまで対応できれば、機能の社内展開が簡単なうえ、販売状況全体の可視性も高まります。



## 高度なテクノロジーの普及

IoT（モノのインターネット）が急速に進み始め、ボタンを押すだけで洗剤や食料品が自宅に届く時代になっています。業界を問わず、ほんの数年前には想像すらできなかったことが現実になりつつあるのです。

コネクテッドデバイスからの自動注文という、新たな発想に対応できる準備を今からしておきましょう。これはソフトウェアの自動更新が、さらに高度になったようなものです。どの業界であれ、今後は収益構造が大きく変わり、サブスクリプション制や従量課金制の請求方式を顧客が求めてくることが考えられます。必要なのは、時代の変化に対応できる、一歩先を行くツールです。

## セールスオートメーションの利用拡大

CRMは今やビジネスの必携ツールであり、Salesforceの導入もどんどん広がっています。CRMはかつて、マネージャーが営業担当者を管理するためのツールでしたが、現在は新たな市場を開拓し、見込み客に働きかけ、セールスサイクルを短縮し、顧客を支援するための強力なテクノロジーへと進化しています。

自動化を進めれば、見積作成時のミスがなくなり、チームの全員が営業プロセスに従って業務を進められるようになります。また、製品の構成、価格表の確認、見積書や提案書の準備にかかる時間も短縮できます。既存のCRMをベースに、セールスにおいて最も重要な見積から請求までのプロセスをカバーするツールを持つことで、CRMの有効性をさらに高めることができます。

## 絶えず拡大するパートナーチャネル

パートナーと連携することで、製品やサービスを補完し、営業力も拡張できますが、社内で抱えていた課題がパートナーにも拡大するという側面があります。パートナーのチームを短期間でトレーニングし、正しい情報を利用できるようにして、価格設定や契約に関する内部統制に従い、業務を進められるようにしなければなりません。

これを実現するには、パートナー向けのセルフサービスポータルが有効です。このポータルでは、見積書や提案書を作成できるだけでなく、プロセスに沿って業務を進め、必要に応じて問題が関係者に通知され、すべてのやり取りが記録されます。既存のアプリケーションと連携する使いやすいシステムがあれば、パートナーはすぐに営業を始めることができます。また、パートナーに対する支援を効率化し、手作業で起こりがちな価格設定や製品構成のミスを防ぐうえでも役立ちます。



# 成功のために必要なこと

チームの成果を高めていくうえで最も重要なのは、より多くの見積を作成して成約につなげられるようにサポートすることです。そのためには当然ながら、最初から正確な見積書を提出して収益機会を確実にものにし、プロセスを管理する必要があります。

そのためには、直感的で導入しやすい、Salesforceと連携するCPQ（製品構成、価格設定、見積作成）ソリューションを利用するのが、いちばんの近道です。適切なツールを選ぶことで、以下の効果も期待できます。

## 売上予測の精度向上

チーム全体が同じツールで見積を作成することで、最新のパイプラインが可視化されます。さらに、ツールがSalesforceと連携していれば、商談データが自動で読み込まれるため、商談に関する情報を正しく把握して売上を正確に予測できます。

## 商談情報の可視化

ビジネスではデータが命。セールスサイクルのあらゆる段階でインサイトをつかめるかどうか、チームの成否を分けます。見積の変更、値引、承認状況を把握し、アナリティクスを活用して推移をモニタリングすることで、常にビジネスの主導権を握ることができるのです。

## 製品構成と価格設定に関するコンプライアンスの確保

セールスリーダーにとってコンプライアンスとは、チームがいつ何を売るかについて一貫性を確保することです。ルールにもとづいた製品構成と価格設定をサポートするツールなら、常に正確な提案と見積を作成でき、手作業によるミスをなくすることができます。



## 人為的ミスをなくすことによる商談規模の拡大

ガイドンスに従って製品構成や価格設定を行うことで、顧客ごとの要件や注文品目に応じた最適な製品バンドルやオプションを提案できます。価格設定を自動化すれば、手作業によるミスを防げるだけでなく、値引に制限をかけたり、営業担当者がルールを回避しようとする、見積書を自動で承認フローに回したりすることもできます。

## ツール習得時間の短縮

営業担当者には、大規模で複雑な独自システムの使い方を覚えるのに時間をかけてほしくありません。見慣れたSalesforceのインターフェースと最新Webアプリケーションの使いやすさを兼ね備えたツールなら、すぐに営業活動を始めることができます。また、構成ルールの適用、値引の上限設定、承認プロセスを自動化し、情報やメールを探す無駄な時間をなくせば、チームの生産性をすぐに高めることも可能です。

## チームの生産性向上

新人にも使いこなせるツールは、既存のチームにはさらに大きな利便性をもたらすでしょう。自動化することで、見積書や提案書を短時間で作成し、チャンスにすばやく対応できるようになります。価格表を検索したり、承認状況を確認したり、複雑な構成を手動で作成したりする必要はありません。また、最初から正確な見積りが作成できるため、手直しなどの無駄な手間をなくせます。

“54%の営業担当者は、  
今年度の売上目標を達成できない。”

- SiriusDecisions



# リーダーのニーズに応える Salesforce CPQ

Salesforce CPQなら、ここまで挙げてきたすべての効果が得られます。

製品の構成、注文の価格設定、見積の作成のすべてを、わずか数クリックで完了できます。Salesforceのプラットフォーム上で稼働し、企業の業務要件にあわせて設定を簡単に換えられるため、ほかのCPQソフトウェアの10分の1のスピードで導入が可能。いつでもどこからでも、どのデバイスでも利用できる、使いやすいツールです。

## Salesforce CPQのメリット

- ・ 商談、見積、契約におけるミスがなくなる
- ・ 正確な見積書や提案書をすばやく作成
- ・ 生産性を向上させ、成約数を増加
- ・ ガイダンスに従ったクロスセルとアップセルで商談規模を拡大

詳細については、[www.salesforce.com/jp/](http://www.salesforce.com/jp/) をご参照ください。





このeBookで提供されている情報は、あくまでもお客様の便宜のために提供されるものであり、一般的な情報提供のみを目的としています。セールスフォース・ドットコムが公開することにより、これを推奨するものではありません。セールスフォース・ドットコムは、このeBookに含まれる情報、文言、画像、リンク、またはその他の事項の正確性または完全性について責任を負いません。セールスフォース・ドットコムは、このeBookに記載されたアドバイスに従うことにより特定の成果が得られることについて、何らの保証をするものではありません。特定の状況に応じた具体的なアドバイスについては、弁護士、会計士、プランナー、ビジネスアドバイザー、プロフェッショナルエンジニアをはじめとする専門家にご相談されることをお勧めします。