



BtoB企業の営業管理職・主任101名に聞いた！

SFA/CRM活用課題徹底調査

解決の鍵は、

「入力自動化・項目簡略化」

「AIによる入力サポート」

SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査

RESEARCH OUTLINE - 調査概要

調査機関

株式会社マツリカ

調査名称

SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査

調査方法

IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間

2024年11月25日～同年11月28日

有効回答

SFA/CRMを利用して営業活動を行っているBtoB企業・BtoBtoC企業の営業部門管理職及び主任等の営業担当者01名
※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

SUMMARY- SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査

Point 01

SFA/CRM利用の課題、
「情報の入力・更新が煩雑」(43.6%)や
「営業メンバーが情報入力しない」(40.6%)など

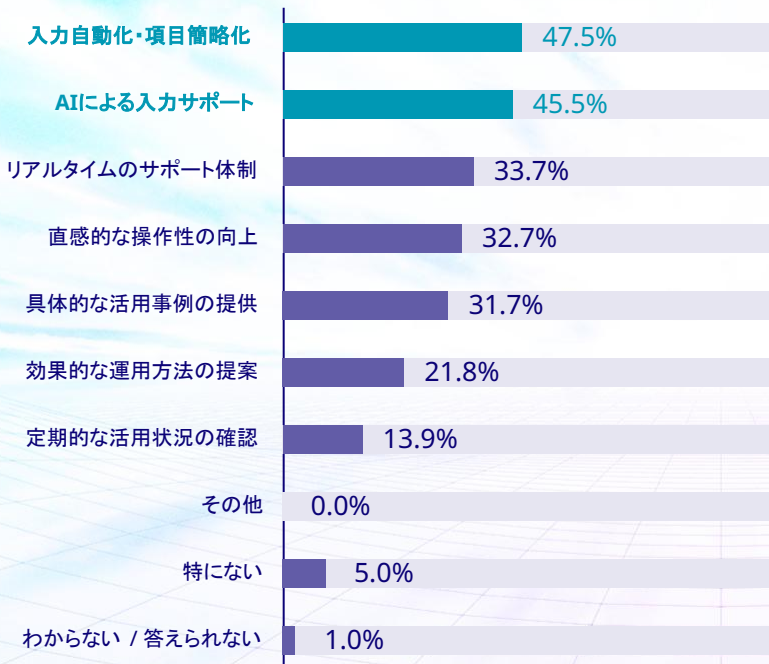
Point 02

営業パーソンがSFA/CRMに情報を入力しない理由、
「入力作業に時間がかかる」が 54.5%で最多

Point 03

SFA/CRMの活用促進に向けて求める機能、
第1位「入力自動化・項目簡略化」(47.5%)
第2位「AIによる入力サポート」(45.5%)

Q1 SFA/CRMをより活用していくために、どのような機能や支援があれば良いと思いますか。(複数回答)



SFA/CRMの活用促進に向けて求める機能は、
第1位「入力自動化・項目簡略化」、
第2位「AIによる入力サポート」
という結果でした。



調査期間: 2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=101

Q2 Q1で回答した以外に、SFA/CRMをより活用していくために必要だと感じる機能や支援と思う理由があれば、自由に教えてください。（自由回答）

※Q1で「わからない/答えられない」以外を回答した方に質問



案件の期限が切れた時のアラート機能



極力分かりやすい
ユーザーインターフェースを提供して欲しい



研修・説明会



音声入力機能が欲しい



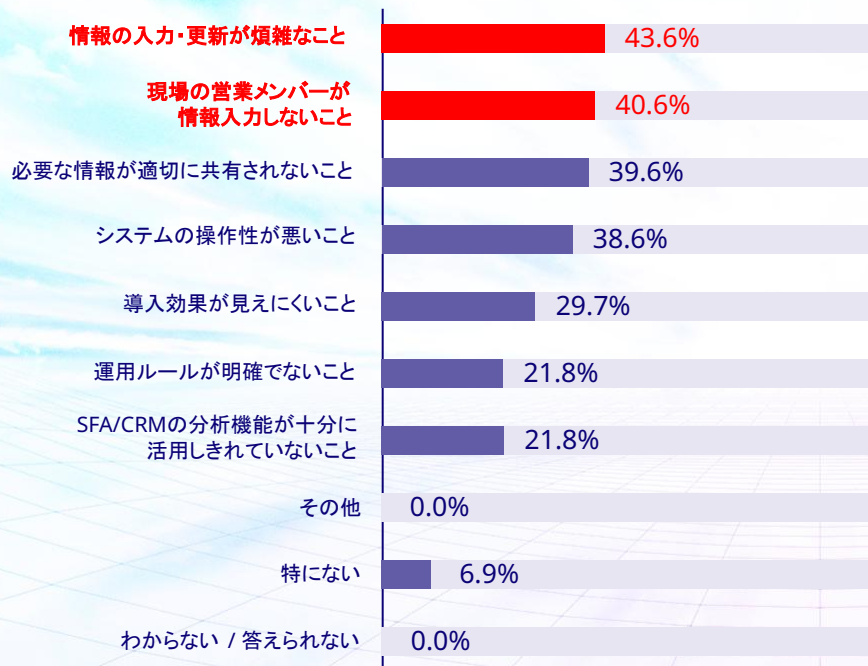
モバイルでのフル対応



AI Bigdataとの連携

調査期間：2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=100(回答者40名)

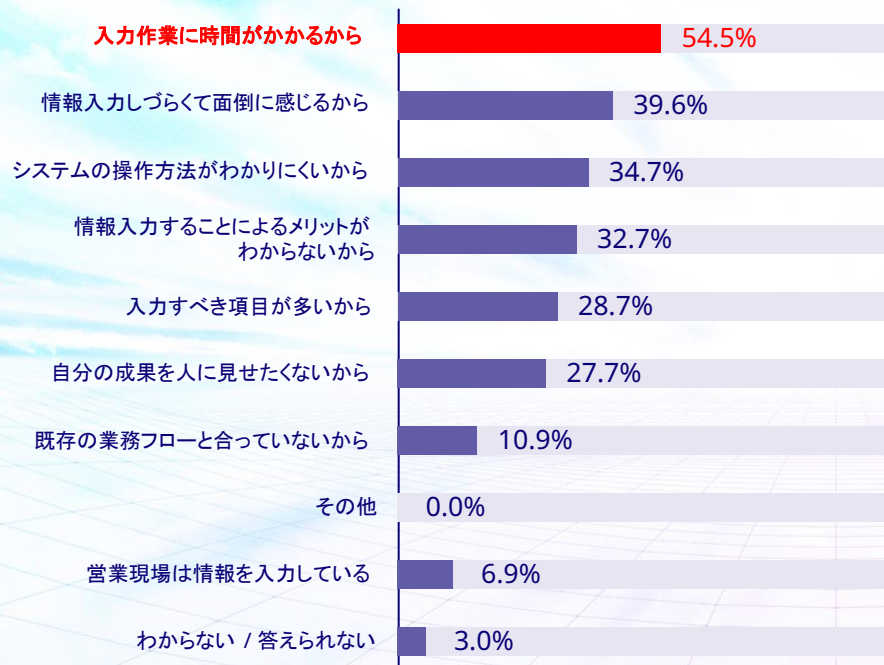
Q3 あなたが現在、SFA/CRMの利用で困っていることを教えてください。（複数回答）



SFA/CRM利用の課題として、
「情報の入力・更新が煩雑」や「現場の営業メン
バーが情報入力しない」などが挙がりました。

調査期間：2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=101

Q4 現場の営業パーソンがSFA/CRMに情報を入力しない理由として考えられるものを教えてください。(複数回答)



営業パーソンがSFA/CRMに情報を入力しない理由は、「入力作業に時間がかかるから」が54.5%で最多となりました。



調査期間: 2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=101

Q5 Q4で回答した以外に、現場の営業パーソンが SFA/CRMに情報を入力しない理由として考えられるものがあれば、自由に教えてください。（自由回答）

※Q4で「営業現場は情報を入力している」「わからない/答えられない」以外を回答した方に質問



自分の頭にインプットして管理している



業務多忙により、移動中に入力できない
(個人情報などの観点から)



秘書が入力する



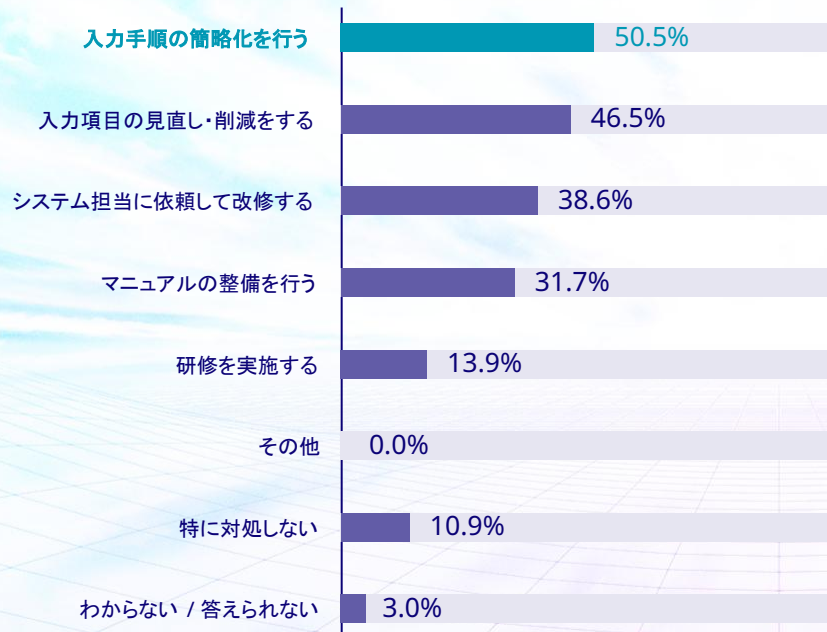
ITのリテラシーが低い・教育がされていない



内容を把握していない

調査期間: 2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=91(回答者41名)

Q6 あなたは、現場の営業パーソンから SFA/CRMに「情報入力がしづらい」という声が出た場合、どのような対処をしていますか。（複数回答）

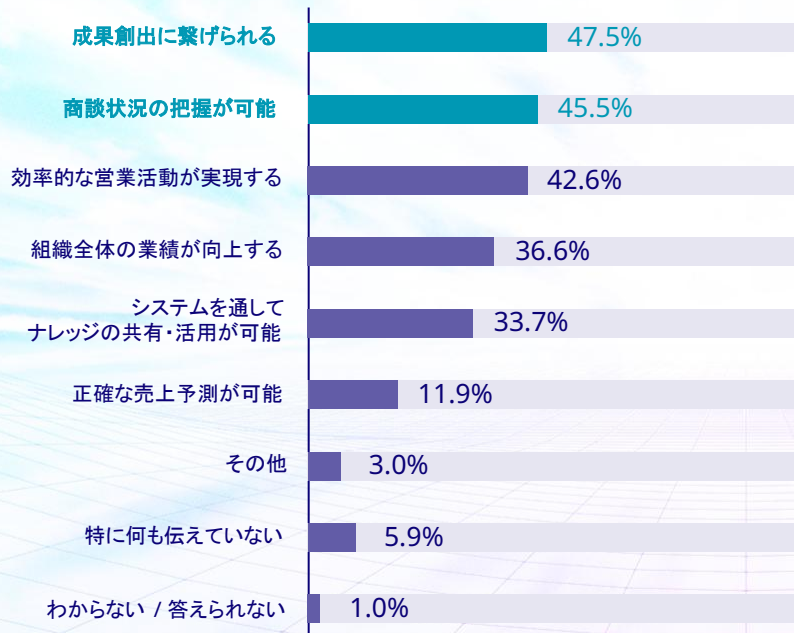


営業パーソンから「情報入力がしづらい」という声が出た場合、**50.5%**が、「**入力手順の簡略化**」を実施しているという結果になりました。



調査期間：2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=101

Q7 あなたは、現場の営業パーソンに SFA/CRMに情報入力を依頼する場合に、依頼背景として伝えていることを教えてください。（複数回答）

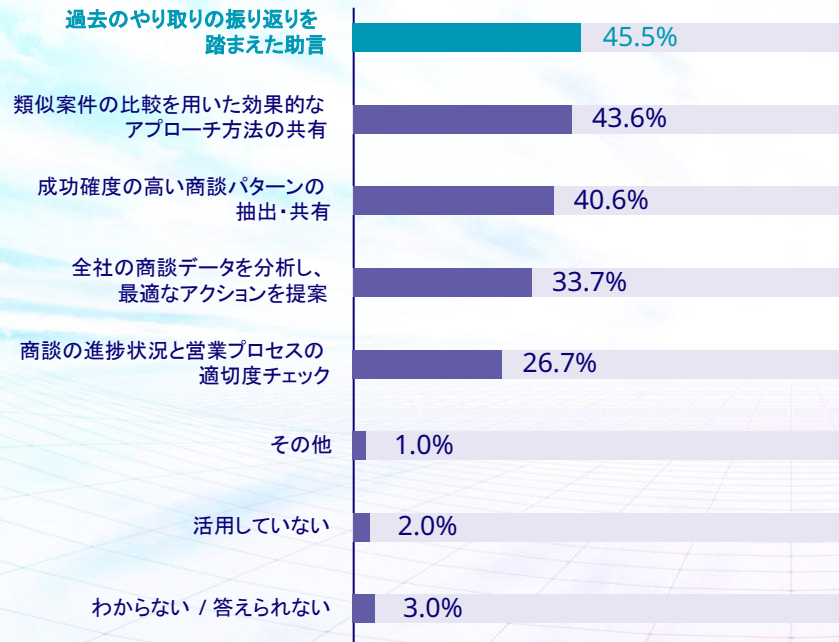


約半数が営業パーソンに情報入力を依頼する際、依頼背景として「成果創出に繋がられる」や「商談状況の把握が可能」を伝えています。



調査期間: 2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=101

Q8 現場の営業パーソンに業務上のアドバイスをを行う際に、SFA/CRMをどのように活用していますか。（複数回答）

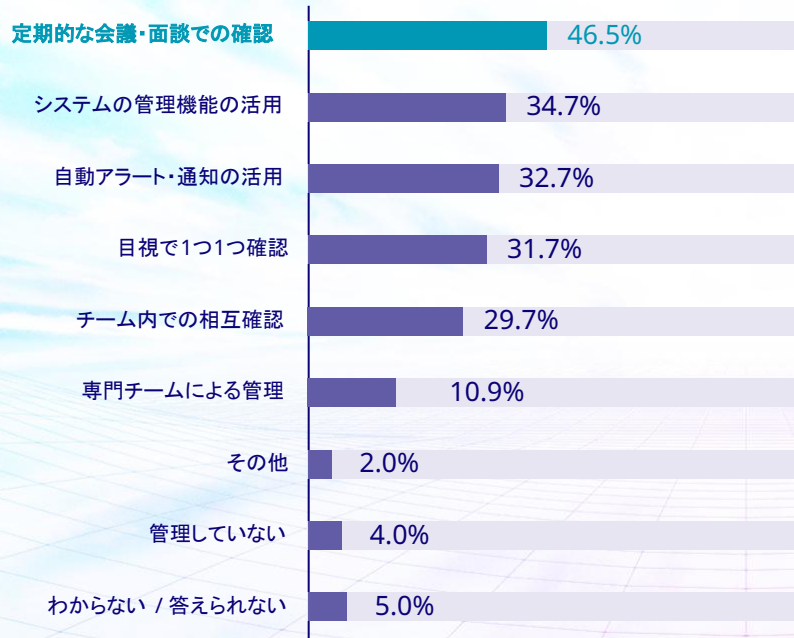


業務上のアドバイスをを行う際のSFA/CRM活用方法として、「過去のやり取りの振り返りを踏まえた助言」などが上位に挙がりました。



調査期間：2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=101

Q9 現場の営業パーソンがSFA/CRMに情報を入力しているかの管理はどのように行っていますか。(複数回答)



約半数が「定期的な会議・面談での確認」により、営業パーソンのSFA/CRM情報入力状況を管理していることがわかりました。



調査期間: 2024年11月25日～同年11月28日 SFA/CRMの利用実態と活用課題に関する実態調査 | n=101

これからの営業は現場主義で行こう 次世代型営業DXプラットフォーム 「Mazrica Sales」

「Mazrica Sales」は、誰でも使える・誰でも成果を出せる次世代型営業DXプラットフォームです。
蓄積された情報からAIが営業の成功・失敗事例を解析して、いつ・誰に・何を・どのように行うかを直接的に支援します。
データ入力負荷の低さや、フェーズ別に個人の強み・弱み分析ができる特徴を用いて、情報蓄積の文化醸成やデータを活用した人材育成など、営業のチーム変革を可能にします。

詳しくはこちら:<https://product-senses.mazrica.com/>

誰でも使える、 誰でも成果を出せるSFA/CRM

誰にも使われないSFA/CRMはもう要らない
現場ファーストでビジネスの成長を支援するユーザーに選ばれる
セールスプラットフォーム

無料トライアル

資料ダウンロード





最後までお読みいただき、ありがとうございました

【お問い合わせ】

株式会社マツリカ

<https://mazrica.com/>