

パナソニックのプライベート展示会でアンケート管理ツールとして導入



パナソニック株式会社

業種 : 家庭用電子機器、電化製品、FA 機器、情報通信機器生産、販売
事業内容 : 部品から家庭用電子機器、電化製品、FA 機器、情報通信機器、および住宅関連機器等に至るまでの生産、販売
創業 : 1918年3月7日
利用目的 : プライベートイベント来場者管理、イベント時のアンケート管理、及びアンケートと来場者情報の紐付けとデータマージ

導入前の課題

昨年の展示会ではアンケート集計に大きな手間がかかっていた。

昨年にも同様の展示会を開催していましたが、その際には、来場された方のアンケートを紙に記入頂いておりました。その為、イベント開催後は紙のアンケートを一枚一枚を確認しながらデータ化し、報告資料を作成しました。この一連の流れには多くの人と時間を割くことになってしまいました。このように前は苦勞をしていたのですが、今回はご招待するお客様の数を大きく増やす予定にしていたこともあり、この作業をいかに効率化するかという点について、課題を解決できるソリューションを探していました。

導入のきっかけ

イベント当日の「アンケート」にクラウド活用を。ペーパーレスで行う初めての試み。アンケート集計を自動化できるツールを選定。

イベント開催に向けて来場者管理やアンケート集計の課題を解決できる様々なツールを選定していました。しかし機能がオーバースペックであったり、価格が高かったりと、なかなかニーズに合う製品がありませんでした。

そこで情報収集をしていたところ、アンケート回収に活用でき、来場者管理に活用できる「クラウドサービスサスケ」製品ページを Web で見つけました。問合せをして営業の方に製品紹介をして頂いたところ、機能がシンプルで、私達が展示会で実施するアンケートの管理に適したツールであると感じました。価格帯も他社に比べてかなり低価格であった事も導入を決めたひとつの要因です。

今回の展示会は、2020年とその先の社会・生活インフラ構築に向けた「おもてなしイノベーション」をテーマに開催しました。

そのため、展示する商材だけでなく、アンケートにおいても、ご来場頂いた方々の負担を少しでも減らして「おもてなし」を表現していきたいかという思いもありました。アンケートのペーパーレス化は初めての試みでしたが、社内の業務事情だけではなく、運営自体にも工夫を施したイベントにしていくことができました。

導入後の効果

イベント当日はタブレット端末活用でアンケート記入をデジタル化。来場者情報とアンケートをサスケの名寄せ機能でデータマージ。アンケート集計作業の大幅な削減に成功。

アンケートの事前準備は大きく分けて2つのことを実施しました。

一つ目は、事前に参加お申込み頂いたご来場者のリストをサスケのアプリケーション（リード Lead）内にインポートを行っておき、来場予定者リストを作成しました。これは、後から来場者情報とアンケート内容を紐付ける為の事前準備です。

二つ目は、イベント当日のアンケート内容を、サスケのオプション機能（Web フォーム）を使って Web 入力フォームとして作成しました。全く IT の詳しい知識は必要なく、私でも簡単に Web 入力フォームの項目を作成する事ができましたし、ちょっとした疑問点でも、担当者の方に丁寧に対応して頂いた為、スムーズに作業が進みました。イベント当日は、アンケートの入力を紙からタブレット端末に変更した事で、当日のご来場者様の入力負担はかなり軽減できたと思います。選択式の Web アンケート入力フォームを作成しましたのでご来場者様は、アンケートの回答を画面上で選び、入力頂くだけでした。

Web 入力フォームで入力されたアンケートデータは自動でクラウド上にアップします。サスケの名寄せ機能を活用する事で、データベースに事前に格納されていた来場者リストに、アンケート内容が自動で紐付くという仕組みでアンケート回収を実施しました。

全てのアンケート結果は自動集計されましたし、紙のアンケートをデータ起こしする作業も不要、どのご来場者のアンケート内容かを目視確認しながら手作業で紐付けていく事も必要ありませんでした。この集計作業には前は数人で数日間かかっていましたが、今回は一人で一日もかからず終わることができました。社内業務の効率化という意味ではこれが一番大きかったですね。

展示会にご来場頂いた方は、アンケートと同時に展示商材に関する意見交換や商談も実施しました。アンケート入力時間を減らすことでそうした時間にあてることができましたし、集計業務に費やしていた時間を減らすことで、アンケート結果を迅速に関係者へフィードバックすることが出来、イベントの反省や分析のようなクリエイティブな時間を生むことにつながり、本当に良かったと感じています。同様のイベント開催時には、サスケをぜひ再度利用したいと考えています。

- インサイドセールス活用編 -

導入前の
課題

宴会をご利用頂く「法人のお客様」の
営業管理ができていなかった。

導入後の
効果

法人のお客様へのきめ細かいフォローと
社内の営業状況の可視化や効率化を実現。

顧客の管理方法が自由に設定できるので、実際に利用を開始しながら、使い勝手が悪い部分があれば都度調整し、業務にフィットさせていける自由度の高さを利用してシステムを利用していける点はとても良いです。使いながら設定を微調整し、打ち合わせ議事録と営業のやりとりを社内で共有し、フォローのアラートなどを使いながら効率的な法人営業を行っています。

メール一括送信については利用方法がとても簡単なため、今後はHTMLメールの機能も利用して案内を送信していきたいと考えています。法人のお客様とのやり取りをしっかりと可視化し、社内での情報の風通しを良くすることで、業務を効率化するのはもちろん、何よりも法人のお客様に宴会をより楽しんで頂くよう、きめ細かいフォローをサスケで実現しています。



南国酒家
NANGOKUSYUKA

株式会社南国酒家様

導入前の
課題

過去「テレマシステム」の運用を失敗。エクセルでは管理しきれない。
システムでは架電スピードが上がらない。テレマーケティング管理のジレンマ。

導入後の
効果

架電スピードを維持しつつ、重複架電などのバッテ
ィングを回避。現場活用の推進で必要な情報が集約。

システムに活動内容を入力してくれば、自動的に情報の集約地点になりますので、「現場が活用してくれば」分析、情報共有、進捗共有、情報の一元化は後からついてくるものだという考え方が本当に重要だと改めて感じています。

営業個人でリストを管理していた時には、営業個人が電話をかけなければ1年も2年も架電リストが眠っている状況が多かったのですが、現在は1週間連絡していないリストをシステムから即時に抽出できます。情報を全社内共有してますので1件残らず見込み客に対してアタックをかけられる状況が構築できています。



Dom
Division of Asahi

株式会社ドム様

現場のスタッフはクリック操作だけで運用も可能ですし、電話をしながらかでも対応履歴が残せるユーザビリティにはリード管理専用システムというだけの事はあるかと感じています。また架電リストのセグメンテーション機能が優れていてターゲットのリストを即座に抽出できるので、最近ではテレマーケティング用架電リスト以外にも、一括メール送信機能を活用してメールマガジン配信。住所録のダウンロード機能を活用してパンフレットの郵送用DMリストとしても活用しています。

導入前の
課題

サスケ「再導入」のお客様。マーケティングから顧客管理までシステム一元化を
検討したが、「テレマーケティング管理」だけは一元管理が実現できなかった

導入後の
効果

15万件以上のリスト管理をストレスなく実施。
テレマ専用の機能と操作性の必要性を再実感。

昔のAccess・Excel管理の時と比べれば、当然のことながらデータ管理がとても楽になりました。データ量の多いExcelではファイルを開くだけでも重く、またフィルターや検索の処理がそれ以上に重かったのですが、サスケでは15万件以上のリストでも負担なく検索できるため、その差は歴然です。またExcelでは破損によるデータ損失のリスクに日々ストレスを感じていたのも、クラウド化により安心してデータベース管理が行えています。



一度、海外のオープンソースの顧客管理システムへの乗り換えが決定し、サスケを解約する運びとなりましたが、テレマーケティング業務だけは運用しきれず、解約の1年後サスケを再導入しました。

オープンソースの顧客管理システムと比べても操作性がとても良く、大枠でできる事が同じでもインターフェースの違いや細かい機能のあるなしでここまで差がでるのだと実感しています。サスケは現場の人がほしい機能が揃っているながら、操作の負担がとても少ないため、実際に使う人の事を第一に考えられていて、現場からの評判もとても良いのです。今後も現場の声を大事にしながら、利用を続けていきたいと考えています。



GGI | A GLOBAL ALLIANCE OF
INDEPENDENT PROFESSIONAL FIRMS

GGI Tokyo Consulting Group
株式会社東京コンサルティング
ファーム様

- リードナーチャリング実用編 -

導入前の
課題

リードナーチャリングには仕組みが必要。
すでに気づいていたエクセル管理の限界。

導入後の
効果

展示会単体からリードチャネル複合管理へ成功。
受注までの商談管理まで活用用途を拡大。
リードフォローの品質が明確に向上。



ライフカード株式会社様

自社の CRM システムでは、受注後の管理を行って、受注前の管理をサスケで行うというシステムの使い分けをしています。

そもそも受注前と後では管理する目的が違うのでこの方法は実務に即していると感じています。

メールマガジンから、テレマーケティングなどのマーケティング活動から、現在では商談管理までをサスケで一貫して行っているのですが、1年間の運用で「Web 広告から自社製品パンフレットをダウンロードしてくれた見込み客」+「展示会来場客」など、エクセル管理の時にはできなかったリードデータの貫通管理が出来てきています。

例えば「製品資料のダウンロードありがとうございます」だけではなく、「製品資料のダウンロードありがとうございます。以前にもご挨拶させて頂いてまして、展示会時に弊社担当の@@"が、こんな話をさせて頂きまして、こういう課題をお持ちとの事でしたが～」みたいな厚みのある話しが電話フォロー時にできるようになりました。リードチャネルがマージ (接点が複合して見える) されている事で、テレマーケティングなどでフォローする際の「質」が確実に向上しましたし、施策の幅も広がりました。

あとはアラート機能ですね。これはテレマーケティングでかなり役に立っています。これでリード (見込み客) へのフォロー漏れが激減しました。

一括メール送信機能でも、メール本文内の URL を誰がクリックしたのかが、解析ができますので、興味のある顧客を別の観点からも見つけられるようになった点は大きいです。稼働状況がリアルタイムで把握できたり、マーケティングや営業の施策キャンペーンを実施した後、進捗状況がリアルタイムで把握できる集計機能もおおいに活用しています。

今後はよりマーケティング活動を強化していきたいので、特にメール周りの製品のバージョンアップに今後は期待しています。

導入前の
課題

以前に使っていたシステムは営業支援の要素が少なく、
物足りなさを感じていました。

導入後の
効果

普段は問合せのフォロー履歴管理として活用し、
展示会出展時は皆でフォロー状況を共有しています。



株式会社ジョイパレット様



名刺管理システム時代に管理できていなかった、営業の進捗管理が行えるようになりました。普段は問合せのフォロー履歴管理を中心に活用しています。2014 年から弊社では Web からの集客に力を入れており、問合せの件数も多くなって来たため、どの問合せに対してどんな対応をして、次回いつ頃連絡しようかといった情報を忘れずに管理できるようになりました。操作がシンプルで簡単なため、業務のルーティーン作業に負担なく組み込んでいます。また展示会に出展する時は展示会来場者情報をサスケに登録し、皆でサスケを使ってフォロー営業を行っています。以前は展示会のフォロー状況は各々で管理していたのですが、サスケを使うことで情報の共有・フォロー状況の把握ができるようになりました。

導入前の
課題

年間 10 回以上展示会に出展し、来場者リストを
エクセルで管理していましたが情報が埋もれていく一方でした。

導入後の
効果

展示会来場者の情報はいつでも簡単に引き出せます。
今ではその他のリスト管理にも活用しています。



システムズ
エンジニアリング株式会社様

今までエクセルで管理し、埋もれてしまっていた展示会来場者情報が一つのシステムで管理できるようになったため、展示会来場者のデータベースを構築することができました。来場者の情報を探し出す時はサスケの左メニューにあるイベント情報から容易に探し出すことができます。そのにも会社名や担当者名前などからも簡単に検索できるため、ほしい情報はいつでも簡単に探し出せるようになりました。

今では展示会以外にも問合せやその他の顧客リストの管理、雑誌からの引き合い、年賀状・案内状送付先リストなどもサスケでリストを分けて管理しています。最近の試みとしては顧客の業種や興味のある機種の情報を管理して、ターゲットの絞り込みを行うなど、SFA 的な用途でも活用をし始めています。

- 名刺管理からの一括メール活用編 -

導入前の課題 今思うと当時の名刺管理はととても大変で、メール配信ソフトも課題が多かったです。

導入後の効果 **メルマガの配信はかなり楽になりました。名刺を探し出す手間はもうありません。**



株式会社プラネット様

メルマガの配信効率も格段に上がり、件数は断然に増えました。導入前は300名程の配信件数でしたがサスケを導入し、名刺情報をデータベース化・メルマガ配信対象にできるようになったため、今では2000名近くに対して定期的に配信しています。またメルマガ送信の操作も一度で完了するため、負担がととても軽減しました。配信数にも制限がないため、今ではカテゴリ別配信も含め、頻繁に一括メール配信機能を活用しています。あとメール配信で以前と変わった点は宛名の差し込みができるようになった事です。以前のソフトはそのような機能がなかったので「皆さま」など書いていましたが、宛名を差し込んでメール配信をしていると、返信してくれる方なども出てきました。名刺情報もクラウド上でデータ化されているため、引き出したい情報をいつでも・どこでも・スピーディに探しだせるようになりました。名刺情報管理面・一括メール配信面、双方で業務が効率化されました。最近では再アプローチのアラート機能も使用しています。半年後など、遠い再アプローチ日だとなんか忘れてしまうこともあるので、アプローチ漏れ防止に役立っています。

導入前の課題 以前のシステムは名寄せ機能が弱く、レコードの重複が発生していました。

導入後の効果 **名寄せの問題は解決しました。小回りの利く一括メール送信はととても便利です。**



社会起業大学様

利用していたWebマーケティングツールのデータ移行からサスケ導入準備を進めましたが、実作業はほとんどインターパークさんに行って頂き、また事前に打ち合わせを重ね、業務の中のどういったシーンで活用していきたいかの認識を合わせた上で、システム設定も代行して頂いたため、ほとんど負担なくシステムを乗り換えることができました。データ移行と同時に、今までのデータの名寄せも実施しました。今までバラバラだった、本来1つになっているべきデータを統合していき、運用を開始する時には重複のない理想の形のデータベースを構築することができました。その後は毎週送信しているメルマガの送信はもちろん、無料体験授業やオープンセミナー毎に予約票などを一括メール送信しています。サスケは様々な属性に合わせた項目作成ができ、またその全てが検索できるようになる点がととても便利です。検索対象となった方々に対して一括メール送信を手軽に行えるため、過去に参加した講座をフックにして、関連するセミナーへの案内を送るなどの活用をしています。また受講中の学生のデータ管理も、一括で行えるものに関してはサスケで行っています。こまかな検索からの一括メール送信は様々な場面でととても重宝しています。

導入前の課題 以前の名刺管理システムでは名刺の一元管理ができなかった。

導入後の効果 **名刺・見込み客の一元管理を実現。その後、オプション機能のWebフォームも導入しました。**



株式会社 HR インスティテュート様

当初の予定通り、HRインスティテュートは新規顧客開拓のために外部イベントへの参加が増え、見込み客の獲得を積極的に行っていましたが、そこで獲得した見込み客リストと名刺の一元管理ができるようになりました。また誰がいつ、どのイベントに何回参加したかをサスケが自動的にまとめてくれるため、営業担当者はその企業の過去の接点を把握することが可能となり、営業支援ツールとしても活用しています。営業進捗管理・見込み客の経路分析をサスケで行えるようになったため、今では社内の会議で今までと一味違う形の議論を行えるようになりました。その後、HRインスティテュートでは毎月開催のセミナーが始まったのですが、ホームページ上の申込みフォームに課題があったため、改修を検討していたところ、インターパークさんから「オプション機能 Web フォーム」のご案内を受け、Web フォームを自分達で自由に作成できる点やサスケに情報を自動登録してくれる機能が良く、「オプション機能 Web フォーム」も導入しました。自社ホームページのお問合せフォームもこちらで作成しているため、今まで追いつけなかった問合せのフォロー状況も見えるようになりました。また、弊社のメールマガジン「ビジョンマガジン」も、以前のメール配信システムは作業が難しく、かつ、配信停止依頼は担当者がメールアドレスを個別に手作業で消しこむことが必要でした。それを1、メールマガジン購読登録～2、サスケでのメール配信～3、メールの配信停止の自動処理機能まで連動させられた事で、圧倒的に作業効率が高まった一気通貫のシステムになりました。そしてトータルコストは安くなっています。メールマガジンの購読者の方が、プログラムの問い合わせやセミナー申し込みなどして下さった時にもわかるようになり、申し込み経緯を追うひとつとして役立っています。以前の名刺管理システムの時と比べ、全ての作業が格段に効率化され、業務を早く終わらせるようになったのでととても助かっています！

- エクセル管理からの脱却編 -

導入前の
課題

情報がまとまっておらず、
必要な集計を取るのがとても大変でした。

導入後の
効果

ターゲットを絞った一斉アプローチで、
リードナーチャリングを実践しています。



CAE Solutions
 株式会社 CAE ソリューションズ 様

きっかけとなった展示会のリストをサスケに入れ、また今までエクセル管理だったアンケート情報も顧客に紐付けて管理するところから運用を開始しました。アンケート情報もデータ化し、今までできていなかったターゲットを絞った一括メール送信や DM 発送などに活用し、リードナーチャリングを実践することが可能となりました。過去の展示会・セミナーを管理していたエクセルもサスケにインポートし、今ではエクセルでの顧客管理はなくなりました。また営業担当者は案件化した顧客の案件管理もサスケで行っています。今までは営業担当1人1人のエクセルから情報を吸い上げて行っていた、商材別に誰がどのくらい売り上げているのかといった集計もとても楽になりました。

今後の課題として、案件化した顧客のフォロー履歴はしっかり残せているのですが、まだまだ見込み客に対するフォロー履歴を残しきれていないため、もっとしっかりと情報を残していきたいと考えています。また SFA の領域に入ってしまうのですが、売上集計 (数字項目の集計) などができるようになると、もっと活用の幅が広がりそうです。

導入前の
課題

在宅テレマスタッフとの情報共有方法がとても非効率でした。

導入後の
効果

集計の手間は格段に効率化されました
今では別の用途でも使用しています。



求人情報
しゅふJOB
 サーチ

株式会社 ビースタイル 様

導入後、在宅スタッフとの情報共有をサスケで行っています。コール結果の残し方や管理項目を今までのエクセルの管理方法をそのまま引き継いだため、違和感なく利用することができています。今まで毎日手間を取っていたコール数や資料送付数の集計作業もコール履歴を残すだけで自動集計してくれるため、格段に楽になりました。コール履歴を残す操作もクリックだけでも使える程、とても簡単で負担なく使えています。

また別のシステムで行っていた、既存顧客へのメルマガの配信と管理もサスケで行っています。現在はテレマーケティング DB とメルマガ DB の両方で活用しています。

導入前の
課題

エクセルや Access でリストが点在し、
管理が煩雑になっていました。

導入後の
効果

念願のリスト一元管理を実現しました。
もうエクセル管理には戻りたくないですね。



AGFA Agfa
 日本アグファ・ゲバルト株式会社 様

今までファイルが点在していたテレマーケティングのリスト等が一つのシステムで全て管理できるようになり、念願だったリストの一元管理が実現し、複数人で情報を共有できるようになりました。課題としてあった最新ファイルがどこかわからなくなる問題やリストの情報が足りなくて展示会の案内等が送付できない問題も今では解決しています。展示会の案内等を送付する際はサスケの住所録出力機能を使っています。



ユーザー会の会員名簿もサスケで管理しているため、ユーザー会に対して案内を流したい時やセミナーの受講票を送付したい時はサスケの一斉メール送信機能を使って案内を送っています。テレマーケティングの履歴管理もエクセルだと横にどんどん長くなってしまい、見づらかったのですが、サスケだと顧客詳細画面でまとめて確認できるためとても見やすいです。テレマーケティングの管理はエクセルの時と比べてとても楽になっています。またサスケは自由度がとても高く、履歴グループ機能を使うことでテレマーケティングを行う上で重要なターゲット企業の設備情報・ユーザーの設備設置履歴の管理も容易にできるようになりました。1年以上サスケを利用していますが、もうエクセルでのリスト管理には戻りたくないと思っています。

- SFA からリード専用システムへの転換編 -

導入前の
課題

SFA でもリード管理は出来ていたが、よりリード管理に特化したものを探していた。

導入後の
効果

活動集計の時間が軽減され、浮いた時間を他の業務に充てられるようになりました。

導入後の効果としてわかりやすい点として、SFA を利用していた時と比べて活動集計の時間が格段に軽減されました。日によりますが当時は日中にコールや訪問などの活動を行い、その日の活動集計を 16 時頃から始め、約 1 時間ほど集計作業を行っていましたが、その集計作業の手間がほとんど無くなったので、その浮いた時間を活動時間などの他の業務に充てられるようになりました。また情報管理面では SFA 時代、管理したい項目が多くて煩雑になりがちだった管理項目もサスケではカテゴリ毎に管理できるようになったため、とても見やすくなり、管理し易くなりました。今ではサスケを他部署・他プロジェクトでも利用するようになり、項目作成の自由度を活かすと様々なジャンルの活動にも応用できるため、まだまだ活用の幅は広がっていきそうです。また SFA の時は初期の要件定義に縛られて、大きく設計変更するのが難しかったのですが、サスケは一定期間の運用を踏まえて大きく設計を変更するのも容易なため、現在は導入時よりもさらに自分達にあった設計で日々利用することができています。



TSUZUKI
都築電気株式会社様

導入前の
課題

SFA は操作が複雑で運用しきれず、エクセルでは手間が掛かり管理が大変でした。

導入後の
効果

運用に乗らなかった SFA、手間の掛かっていたエクセル管理、双方の課題を解決できました。



エクセルでの課題だった、ファイル数の増大や複数人で同時にファイルを開けない問題の解決はもちろん、東京営業所・大阪営業所の情報共有は格段にスムーズになりました。また報告資料の作成も自分達の好きなフォーマットを一覧表示できるため、日々履歴入力をしていれば簡単に資料作成ができるようになりました。その自由度の高さを活かし、情報共有のインフラとして、今では営業管理にとどまらず、代理店・取次店・協力会社・業者との管理にも利用しています。今後は、さらに各部門間との調整を計り、実績管理の運用方法を構築し全社的な PDCA を回せるような体制を実現したいと思っています。またシステムとは関係ない部分ですが、システム運用上の相談などを真摯に受け止めてきちんと対応してくれるなど、サポート面には大変満足しています。お客様の声を聴いてシステムのバージョンアップなどもしてくれるため、今後もサスケを長く利用していきたいです。



FMS 株式会社フォーライフシステム
株式会社フォーライフシステム様

導入前の
課題

前のシステムは多機能で優れたシステムでしたが、使い方が難しく運用が大変でした。

導入後の
効果

以前のように特定の担当者しかシステムを理解していない状況は解消しました。

以前のシステムからデータを移行し、サスケの運用を開始しましたがとても簡単でわかりやすいインターフェースでした。画面遷移がとてもわかりやすく階層が深すぎないため、すぐに操作を覚える事ができました。データベースの構造がとてもシンプルなので、セミナーの出欠席もとても管理しやすいです。リストのインポートも一度覚えてしまうと誰でも行える程シンプルでわかりやすいので、特定の担当者以外でもインポート作業を行えるようになりました。また、サスケから顧客へメールを送ることで、「いつ」「だれに」「どんなメールを」



送っているのかが共有できるようになり、顧客一人一人の履歴が追えるようになったので、きめ細かい対応が可能になりました。システム面だけでなく、サポート面もとても満足しています。SaaS のサポートは音声案内だけやメールサポートのみなども多いですが、インターパークさんには電話やご来社頂いて直接レクチャーなど、親身に対応して頂いており、とても助かっています。新入社員が入社した際には個別に操作レクチャーなどとして頂いているため、以前のように、特定の担当者しか詳しくシステムを理解していないといった状況が改善できたのが一番効果としては大きいです。



NCRI
NCRI 株式会社様