




営業会議の効率を劇的にアップさせる案件 データの分析手法とは？

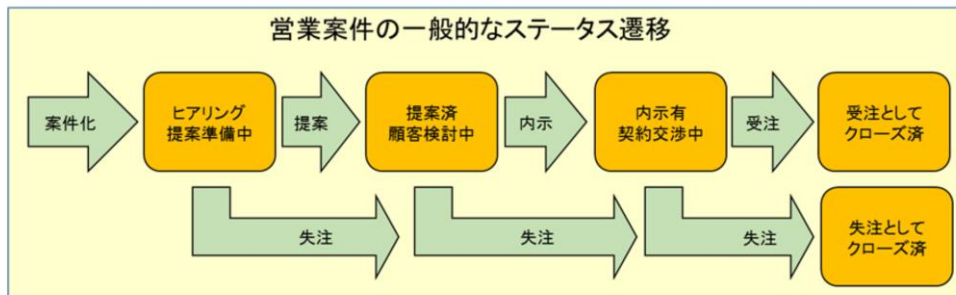
Powered By  GoodData

July 7, 2016

 株式会社サムライズ

ビジネスアナリティクスグループ

案件管理とは



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

2

案件管理とは、営業案件の進捗を管理するために、金額や時期といった一般的な案件情報とともに、提案／内示／受注といった進捗度合いを表すステータスをデータとして入力・更新しておくことです。

しかし、このような案件データを単に入力・更新しておくだけでは、本当の案件管理とはいえません。案件データをさまざまなシナリオに沿って分析することで、はじめて本当の案件管理といえます。

案件データの分析シナリオ

1. 売上見通し分析
2. 案件進捗分析
3. 案件詳細分析
4. 営業活動分析
5. 滞留案件分析
6. 失注分析



©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

3

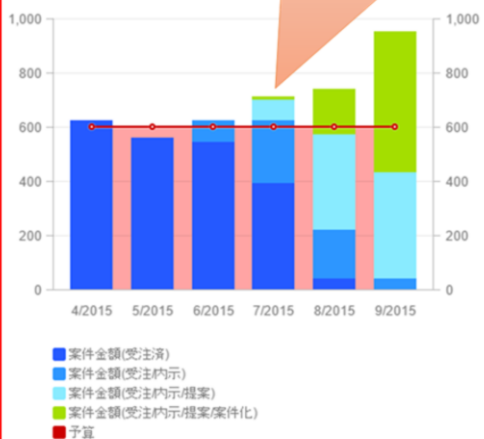
案件データを分析するシナリオの代表的なものには、次のようなものがあります。

1. 売上見通し分析
2. 案件進捗分析
3. 案件詳細分析
4. 営業活動分析
5. 滞留案件分析
6. 失注分析

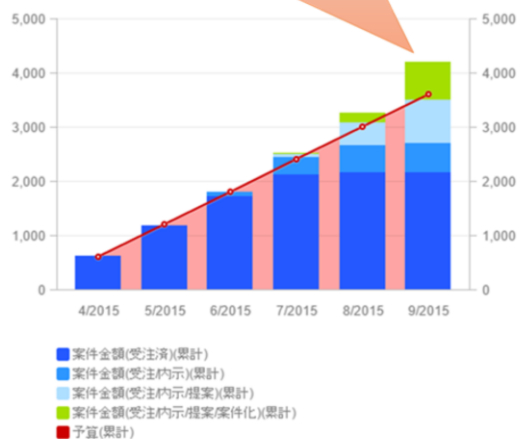
このセミナーでは、サムライズが提供する案件データ分析クラウドサービス「InsightNavi」の画面を使って、これらのシナリオを解説していきます。

売上見通し分析とそのポイント

何か月先まで売上の見通しが立っているかを判断する



今期末での売上目標は達成可能かどうかを判断する



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

4

案件データの分析シナリオの中で、もっとも経営判断に直結するのが、売上見直し分析です。

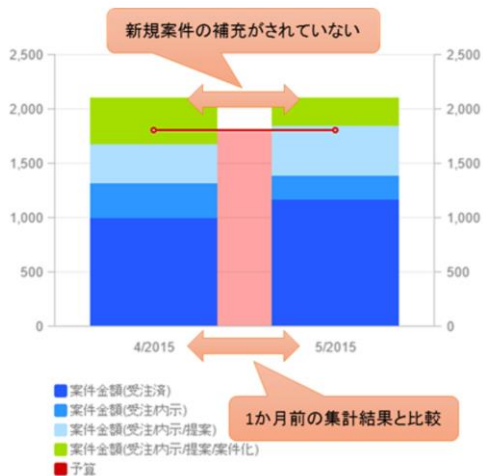
売上見直し分析では、案件データの受注(予定)金額を、案件ステータスごと、売上計上(予定)月ごとに集計し、売上予算と比較します。そうすることで、何か月先まで売上の見通しが立っているか、今期末での売上目標は達成可能かどうか、といった判断を行うことができます。

売上見直し分析を行う上でのポイントは、2つあります。

最初のポイントは、時系列に沿って、単月と累計の両方で可視化することです。

単月での可視化により、何か月先まで売上の見通しが立っているかを判断することができますが、期末における目標の達成度を見ることはできません。そこで、累計での可視化を行うことで、今期末での売上目標は達成可能かどうかを判断することができます。

売上見通し分析とそのポイント



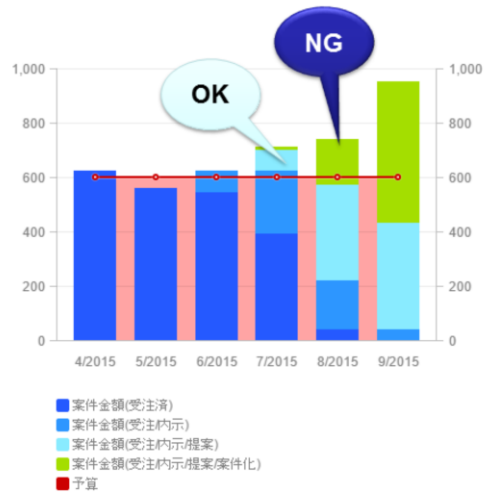
©Copyright SAMURAI Corporation 2015

5

もう一つのポイントは、前回集計時の状況と比較するということです。

最新の状況を見るだけでは、営業活動の状況を正しく把握することはできません。前回集計時から状況がどのように変わったのかを比較しないと、例えば、既存案件のステータスは進捗していても、新規案件の補充がされていないため、失注が増えた場合のリカバリーができなくなっているといった問題点を見落してしまいます。

売上見通し分析をやってみる



©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

6

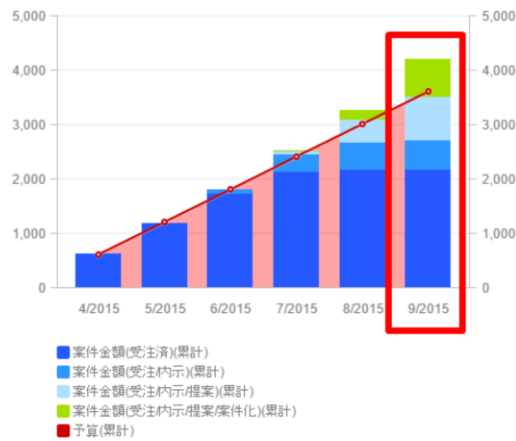
それでは、Insight Navi 案件管理を使って実際に売上見通し分析をやってみましょう。

次の画面は、単月の今期売上見通しと予算を時系列に表示したものです。

この画面から、何か月先まで売上の見通しが立っているかを判断することができます。

7月までは、受注／内示案件で予算を達成できそうですが、8月以降は、提案／案件化のものを含まないと予算に到達しません。つまり、8月以降は、まだまだ安心できる状況ではないということです。

売上見通し分析をやってみる



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

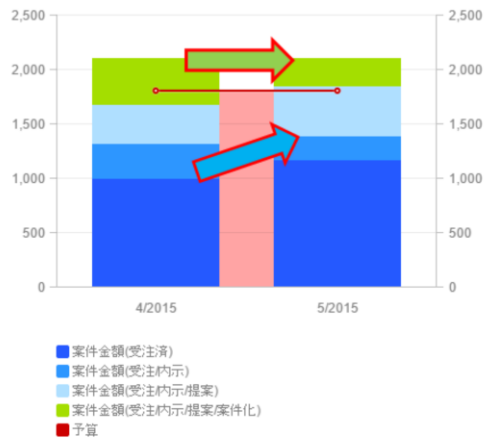
7

次の画面は、累計の今期売上見通しと予算を時系列に表示したものです。

この画面から、今期末での売上目標は達成可能かどうかを判断することができます。

期末、すなわち9月の累計は、提案済の案件をすべて受注しないと予算を達成できないことを示しています。提案済の案件が100%受注できるということはありませんから、提案準備中の案件を早急、確実に提案済のステータスに移行させる必要があります。

売上見通し分析をやってみる



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

8

次の画面は、現在(5月末時点)の期末売上見通しと前回(4月末時点)集計した時のものを比較したものです。

この画面から、ここ1か月間での期末売上見通しの状況の変化を確認することができます。

4月末の段階で、内示済／提案済／提案準備中であったものが、それぞれ進捗していることがわかります。それにより、期末における売上予算を達成する確度はあがっているといえます。

しかし、提案準備中まで含めた全ステータスの合計金額は増えていません。つまり、新規案件の補充が、この1か月されていないこととなります。このままでは、現在の案件の多くが失注した場合、リカバーができなくなってしまうので、すぐに、新規案件の開拓が必要といえます。

案件進捗分析とそのポイント

前回から変化のあった案件がどれかわからない

案件番号	顧客	ステータス	受注(予定)金額	売上計上(予定)月
1	A社	受注としてクローズ済	500,000	2015年4月
2	B社	受注としてクローズ済	500,000	2015年5月
3	C社	内示有・契約交渉中	1,000,000	2015年6月
4	D社	失注としてクローズ済	500,000	2015年5月
5	E社	内示有・契約交渉中	1,000,000	2015年7月
57	B社	提案済・顧客検討中	1,000,000	2015年9月
58	C社	提案済・顧客検討中	500,000	2015年9月
59	A社	ヒアリング・提案準備中	1,000,000	2015年9月
60	B社	ヒアリング・提案準備中	500,000	2015年9月
61	C社	ヒアリング・提案準備中	1,000,000	2015年9月

©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

9

前回からの差分情報を抜き出すことで、営業会議を効率化するのが、案件進捗分析です。

案件進捗分析では、案件データの案件ステータス、受注(予定)金額、売上計上(予定)時期に着目し、これらに変化のあった案件データのみを抽出し分析します。そうすることで、変化のないデータに対して、毎回同じような検討を行うといった営業会議での無駄を省き、前回から新たに案件化した、提案が行われた、内示・受注のあった案件に集中して検討を加えることができます。

案件進捗を行う上でのポイントは、2つあります。

最初のポイントは、定期的な報告タイミング(月次営業会議など)でスナップショットをとり(その時点でのデータを一時保存する)、前回との差分を抜き出すことです。

通常、営業会議では、その会計期間に関係する全ての案件が報告対象となっており、この中から、どの案件について説明するかは報告者の主観的な判断に任されているというのが現状です。

しかし、これでは前回の報告と同じ説明を繰り返したり、変化のあった案件を説明し忘れたりすることになります。

案件進捗分析とそのポイント

前回からステータスに変更のあった案件は15件

案件ステータス	ヒアリング・提案準備中	提案済・顧客検討中	内示有・契約交渉中	受注としてクローズ済	失注としてクローズ済	Sum
案件ステータス(前回)	案件数	案件数	案件数	案件数	案件数	案件数
未登録	7					7
ヒアリング・提案準備中		4				4
提案済・顧客検討中			1		2	3
内示有・契約交渉中				1		1
Sum	7	4	1	1	2	15

前回提案中だった案件のうち、1件に内示があり、2件が失注した

このようなことを防ぎ、営業会議を効率化するために、案件進捗分析では、一つ前のスナップショットと比較して変化のあった案件だけを抽出する必要があります。

こうすることで、例えば、案件ステータスに前回から変化のあった案件数を集計し、前回から今回の間に、どの程度案件ステータスが変化したかを一目で把握できるようになります。

案件進捗分析とそのポイント

1000万以上減額された案件が2件発生したことがわかる

案件金額変更セグメント	1000万以上減額	1000万未満	Sum
案件ステータス	案件数	案件数	案件数
ヒアリング・提案準備中		16	16
提案済・顧客検討中	2	7	9
内示済・契約交渉中		4	4
受注としてクローズ済		5	5
Sum	2	32	34

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

11

もう一つのポイントは、案件ステータスの変化だけではなく、売上計上(予定)金額と売上計上(予定)時期の変化についても着目するということです。

提案はしたが結果が出ていない、内示はあったが契約は完了していないといったようなステータスに変化のない案件であっても、受注予定金額が減った、売上計上予定時期が遅延したといった変化がしばしば発生します。

このような変化は、営業活動にはあまり影響しませんが、売上見通しに対しては多大な影響を与える可能性がありますので、確実に把握しなければなりません。

従って、案件進捗分析では案件ステータスだけではなく、受注(予定)金額と売上計上(予定)時期の変化についても変化のあった案件を分析対象とする必要があります。

例えば、売上計上(予定)金額を一定のセグメント(1000万未満と1000万以上など)に分類し、変化のあった案件を集計することで、売上見通しに影響を与えるような変化の有無を確実に捉えることができます。

案件進捗分析をやってみる

新規案件が7件発生

1件が内示、2件が失注

案件ステータス	ヒアリング・提案準備中	提案済・顧客検討中	内示有・契約交渉中	受注としてクローズ済	失注としてクローズ済	Sum
案件ステータス(前回)	案件数	案件数	案件数	案件数	案件数	案件数
未登録	7					7
ヒアリング・提案準備中		4				4
提案済・顧客検討中			1		2	3
内示有・契約交渉中				1		1
Sum	7	4	1	1	2	15

1件を正式受注

15件が進捗あり

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

12

それでは、Insight Navi 案件管理を使って実際に案件進捗分析をやってみましょう。

次の画面は、前回(4月末)と今回(5月末)でステータスが変化した案件の数をクロス集計表の形式で表示したものです。

この画面から、今回着目すべき案件は**15件**あることがわかります。さらに詳しく見ると、前回内示有・契約交渉中であった案件を**1件**、正式に受注したことがわかります。また、前回提案済・顧客検討中であった案件の内、**3件**の結果が出て、**1件**は内示、**2件**は失注となったことがわかります。

案件ステータス(前回)が未登録と表示されている行は、**1か月前**には存在しなかった案件であることを示していますので、この**1か月**で**7件**の案件が新規に発生したことになります。

案件進捗分析をやってみる

案件金額変更セグメント	1000万以上減額	1000万未満	Sum
案件ステータス	案件数	案件数	案件数
ヒアリング-提案準備中		16	16
提案済-顧客検討中	2	7	9
内示済-契約交渉中		4	4
受注としてクローズ済		5	5
Sum	2	32	34

1000万円以上の
減額が2件

34件が金額変更

次の画面は、前回(4月末)と今回(5月末)で受注(予定)金額が変化した案件の数をクロス集計表の形式で表示したものです。

この画面から、金額が変化した案件は全部で**34**件あることがわかります。さらに詳しく見ると、**1000万円以上**金額が減った案件が**2**件ありますので、これらについては、詳細な説明を求める必要があります。

案件進捗分析をやるみる

案件ステータス	ヒアリング・提案準備中	提案済・顧客検討中	内示済・契約交渉中	受注としてクローズ済	Sum
売上期変更セグメント	案件数	案件数	案件数	案件数	案件数
来期以降から今期へ	4	1	0	0	5
今期内(前倒し)	7	4	1	1	13
今期内(延期)	6	8	2	1	17
今期から来期以降へ	6	7	1	0	14
Sum	23	20	4	2	49

うち1件は
内示済での変更

14件が
来期以降に延期

49件が時期変更

©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

14

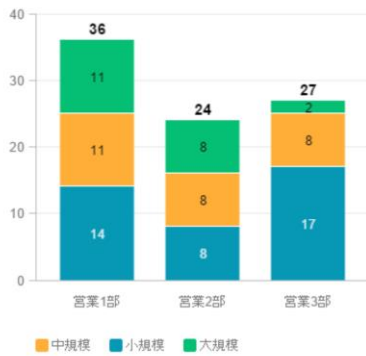
次の画面は、前回(4月末)と今回(5月末)で売上計上(予定)時期が変化した案件の数をクロス集計表の形式で表示したものです。

この画面から、時期が変化した案件は全部で**49**件あることがわかります。さらに詳しく見ると、今期から来期以降に延期された案件は**14**件あり、そのうちの**1**件は、すでに内示の出ている案件であることがわかります。この案件は、かなり確度が高い案件ですので、ここに来ての売上計上(予定)時期の変化は、売上見通しに大きな影響を与える可能性があります。

案件進捗分析をやってみる

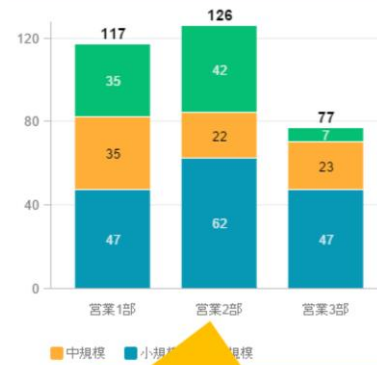
組織別・案件金額別前月 内示件数

内容: 前月内示が得られた案件数を部門別・案件金額セグメント別に表示する
目的: 前月内示が得られた案件の内容(件数及び案件規模構成)を確認する



組織別・案件金額別 前月失注件数

内容: 前月失注が発生した案件数を部門別・案件金額セグメント別に表示する
目的: 前月発生した失注案件の内容(件数及び案件規模構成)を確認する



営業2部の勝率が他の部門に比べて著しく低い

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

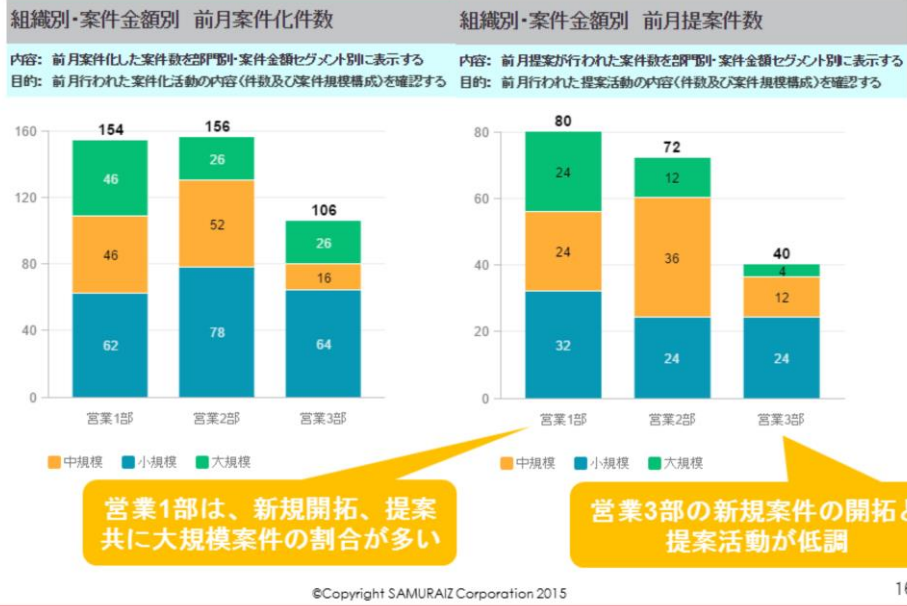
15

次に、ここ1か月でステータスが変化した案件数を、営業部門別に見てみましょう。

次の画面は、ここ1か月の間で内示を得た案件数と失注した案件数を営業部門別に棒グラフで比較したものです。

この画面から、各部門の勝率の違いがわかります。営業1部と営業3部は、内示件数1に対して、失注件数がおおよそ3であるのに対し、営業2部は、内示件数1に対して、失注件数がおおよそ5となっています。すなわち、ここ1か月では、営業2部の勝率が他の部門に比べて著しく低かったことがわかります。

案件進捗分析をやってみる



次の画面は、ここ1か月の間で新規開拓した案件数と提案を行った案件数を営業部門別に棒グラフで比較したものです。

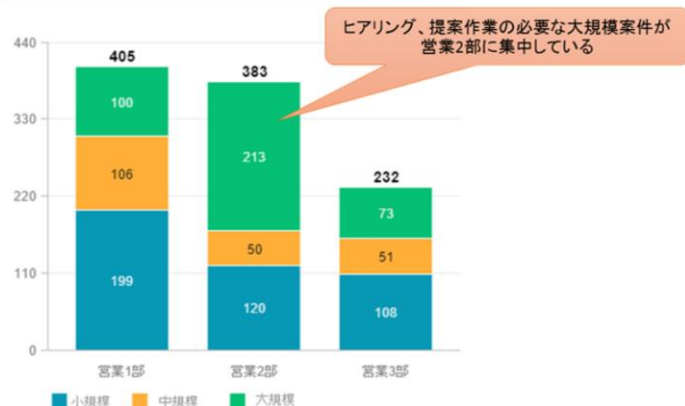
この画面から、営業3部が他の部門に比べて、ここ1か月の新規案件の開拓と提案活動が低調であったことがわかります。さらに詳しく見ると、営業1部と営業2部では、案件数の合計ではあまり差がないものの、営業1部の方が、新規開拓、提案共に大規模案件の割合が多いことがわかります。

案件詳細分析とのポイント

組織別・案件金額別ヒアリング・提案準備中商談数

内容:ヒアリング・提案準備中の案件数を案件金額ごとに表示する

目的:ヒアリング・提案準備中の案件の内容(件数、規模構成)を確認する



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

17

案件進捗分析では、前回からの差分情報に着目しましたが、前回から変化のない案件も含めて、現在の案件全体に着目して分析するのが、案件詳細分析です。

案件詳細分析では、案件データの案件ステータスごとに、部門と受注(予定)金額に着目し、これらの構成や違いを可視化して分析します。そうすることで、それぞれの部門が持っている案件が、どういう状況にあり、売上目標を達成するために、今後どのようなアクションを取るべきなのか検討することができます。

案件詳細分析を行う上でのポイントは、2つあります。

最初のポイントは、受注(予定)金額をセグメントで分類し、それぞれに属する案件数を集計して、構成を可視化することです。

通常、営業会議では、報告者の主観やマネージャーの関心により一部の案件のみが報告・検討され、案件や営業活動の全体像を把握することが難しいのが現状です。

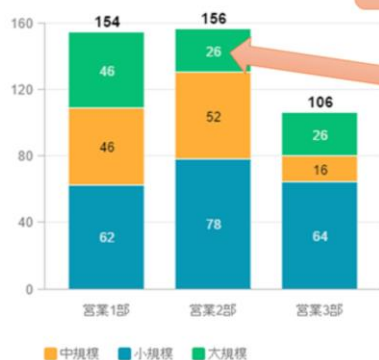
案件詳細分析機能では、案件の受注(予定)金額を、大中小の3段階といったセグメントで分類し、それぞれに属する案件数を集計して、その構成を可視化することができます。

こうすることで、個々の案件の詳細にとらわれることなく、全体像を可視化し、現在発生している問題を把握することができます。

案件詳細分析とのポイント

組織別・案件金額別 前月案件化件数

内容: 前月案件化した案件数を部門別・案件金額セグメント別
目的: 前月行われた案件化活動の内容(件数及び案件規模)



組織別・案件金額別ヒヤリング・提案準備中商談数

内容: ヒヤリング・提案準備中の案件数を案件金額ごとに表示する
目的: 前月行われた案件化活動の内容(件数及び案件規模)



大規模案件が営業2部に集中しているのは、新規案件が大量に発生したからではない。

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

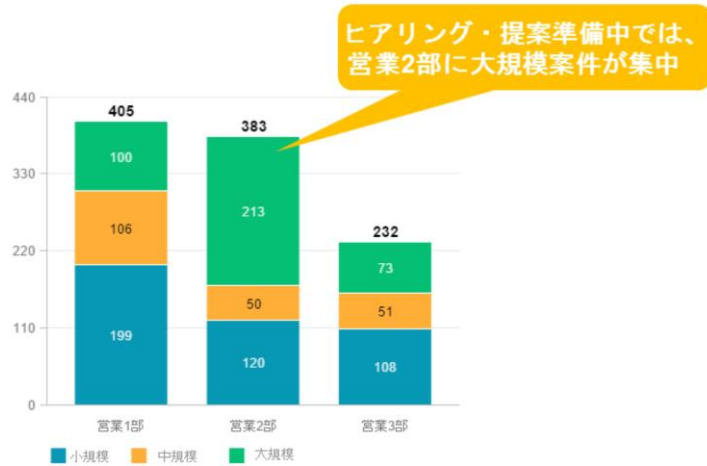
18

もう一つのポイントは、案件詳細分析で得られた結果を、案件進捗分析の結果と比較することで、現在発生している問題点をより正確に把握するということです。

例えば、案件詳細分析の結果、ある部門に提案書作成の必要な大規模案件が集中していることがわかった場合、案件進捗分析から得られる、最近発生した新規案件の数と比較することで、その原因が、つい最近、新規案件が大量に発生したためなのかどうかを判断することができます。

このように、案件詳細分析と案件進捗分析を組み合わせることで、全体像から見てくる問題点が、つい最近発生したものなのか、それとも、以前から潜在的にあったものなのかを知ることができ、適切な対応策を取ることができます。

案件詳細分析をやってみる



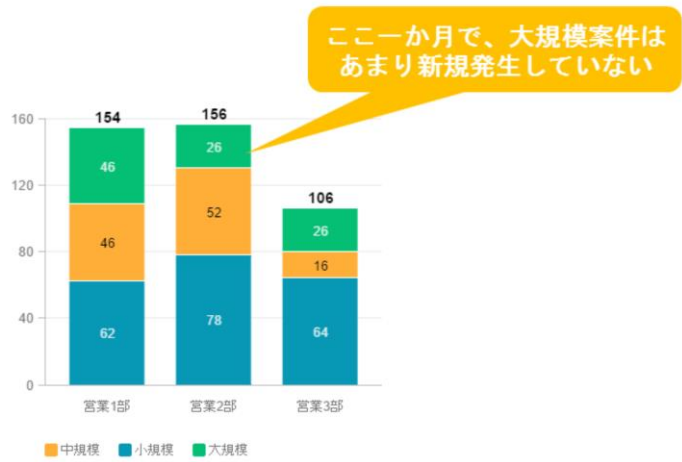
©Copyright SAMURAI Corporation 2015

19

それでは、InsightNavi 案件管理を使って実際に案件詳細分析をやってみましょう。次の画面は、ヒアリング・提案準備中の案件数を、部門毎、受注予定金額ごとに集計し、積上げ棒グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業2部に大規模案件が集中していることがわかります。この原因は、つい最近、新規案件が大量に発生したためなのではないでしょうか。

案件詳細分析をやってみる



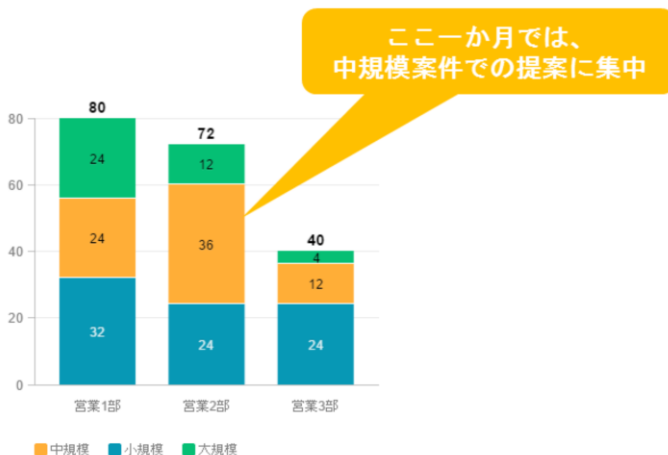
©Copyright SAMURAI Corporation 2015

20

そこで、案件進捗分析のダッシュボードで、ここ1か月で発生した新規案件数の状況を見てみましょう。(次画面)

この画面を見る限り、特に大量の大規模案件が新規に発生したのが原因とは考えられません。

案件詳細分析をやってみる



©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

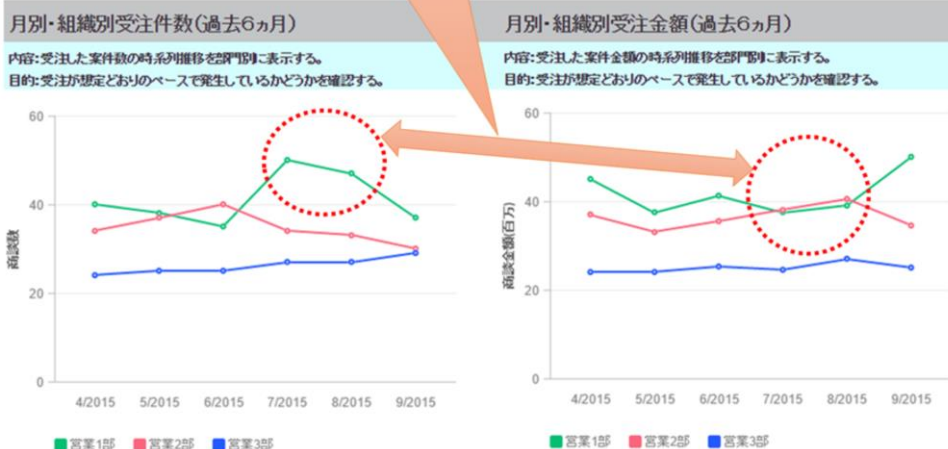
21

同様に、案件進捗分析のダッシュボードで、ここ1か月で提案が行われた案件数の状況を見てみましょう。(次画面)

この画面から、営業2部は、ここ1か月中規模案件を中心に提案を行ったことがわかります。なぜそうしたのかという定性的な要因は、このデータからはわかりませんが、大規模案件の提案が後回しにされた結果、潜在的な売上を失っている可能性は否定できません。

営業活動分析とそのポイント

受注件数は大きく増えているが、金額はほとんど増えていない。



©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

22

営業活動分析では、案件ステータスの変化を案件化、提案、内示といったイベントとして記録し、その件数や金額を時系列に分析します。

例えば、案件ステータスが「ヒアリング・提案準備中」から「提案済・顧客検討中」に変化した案件が4月に10件あったとすると、「提案」イベントが10回発生したとみなします。

このようにして集計されたイベントの件数、金額を部門毎に時系列で可視化することで、それぞれの部門で、営業活動が適切なペースで行われているかどうかを判断することができます。

営業活動分析を行う上でのポイントは、2つあります。

最初のポイントは、イベントの発生件数だけでなく、受注(予定)金額でも集計と可視化を行うということです。

一般的な営業活動分析では、イベントの発生件数にしか着目しません。そのため、営業活動がうまくいっているように見えても、売上目標達成という基本的に目標に貢献できていない可能性を見落としてしまいます。

例えば、受注件数が順調に増えていても、実態は案件の規模が小さくなって受注が容易になっただけで、実態としては受注(予定)金額が減っているという場合があります。

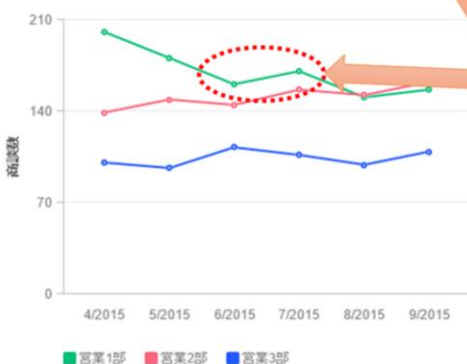
このような見落しを防ぐためにも、件数と金額の双方で可視化を行い、それらを比較することが必要です。

営業活動分析とそのポイント

6月以降の「案件化」件数の減少が、
7月以降の「提案」件数の減少につながっている

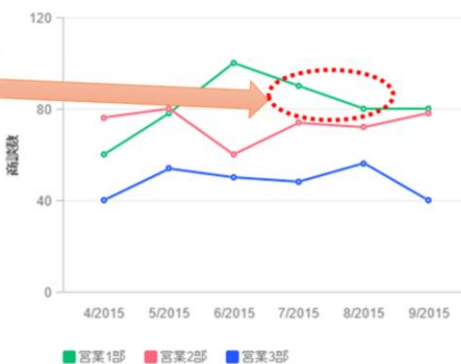
月別・組織別案件化件数(過去6ヵ月)

内容: 案件化した案件数の時系列推移を部門別に表示する。
目的: 案件化が想定どおりのペースで行われているかどうかを確認する。



月別・組織別提案件数(過去6ヵ月)

内容: 提案が行われた案件数の時系列推移を部門別に表示する。
目的: 提案が想定どおりのペースで行われているかどうかを確認する。



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

23

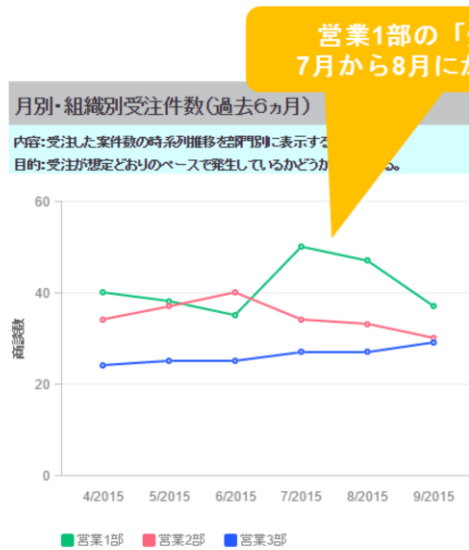
もう一つのポイントは、異なるイベント間で、時系列の増減傾向を比較することです。

営業活動は、案件ステータスに沿って変化していく案件に対して行われます。従って、「案件化」というイベントがあって初めて「提案」イベントが発生し、さらに「内示」イベントへとつながっていきます。

例えば、「提案」件数が減少している場合でも、その理由は、単に営業活動が低調なだけでなく、その前の「案件化」の件数が減少しているため、そもそも「提案」の対象となる案件が減少している可能性があります。

このように、営業活動の問題とその原因を正しく把握するためには、異なるイベント間で、時系列の増減傾向を比較することが必要です。

営業活動分析をやってみる



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

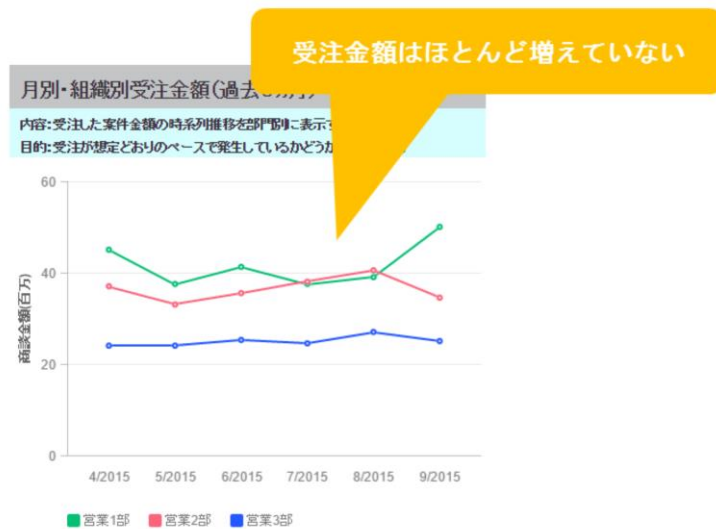
24

それでは、InsightNavi 案件管理を使って実際に営業活動分析をやってみましょう。

次の画面は、「受注」イベントの発生件数を、月ごと、部門ごとに集計し、折れ線グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業1部の「受注」件数が、7月から8月にかけて大幅に増加していることがわかります。しかし、このことが受注金額の増加につながっているかどうかは現実ではありません。

営業活動分析をやってみる



25

そこで、同様の集計と可視化を受注金額で行ったグラフを見てみましょう。(次画面)

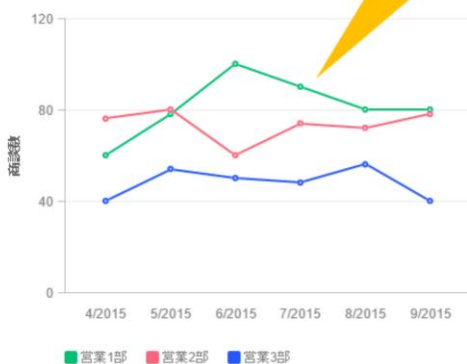
この画面を見る限り、7月から8月にかけて営業1部の受注金額はほとんど増えていません。つまり、件数は増えても、案件が小規模化したため、金額の増加にはつながっていないことがわかります。

営業活動分析をやってみる

月別・組織別提案件数(過去6ヵ月)

内容: 提案が行われた案件数の時系列推移を部門別に表示する。

目的: 提案が想定どおりのペースで行われているかどうかを確認する。



営業1部の「提案」件数が、
7月以降減少

©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

26

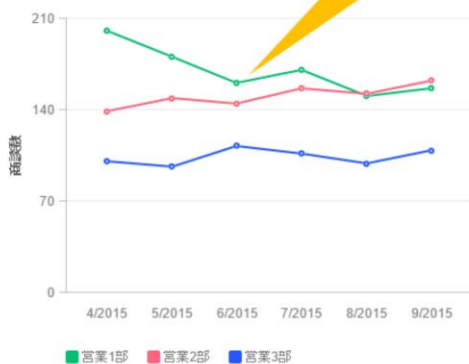
次に、「提案」イベントの発生件数を、月ごと、部門ごとに集計し、折れ線グラフの形式で表示したのを見てみましょう。(次画面)

この画面から、営業1部の「提案」件数が、7月以降減少していることがわかります。これは、単に営業活動が低調だったためでしょうか。

営業活動分析をやってみる

月別・組織別案件化件数(過去6ヵ月)

内容:案件化した案件数の時系列推移を部門別に表示する。
目的:案件化が想定どおりのペースで行われているかどうかを確認する。



6月以降、新規案件が減少

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

27

そこで、同様の集計と可視化を「案件化」イベントで行ったグラフを見てみましょう。(次画面)

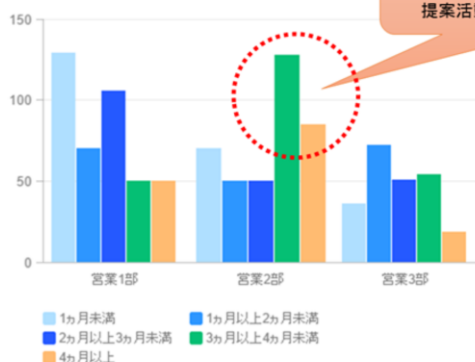
この画面を見る限り、6月以降、営業1部の「案件化」件数が減少しています。つまり、件数は増えても、「提案」件数の減少は、そもそも「提案」の対象となる案件が減少したためであることがわかります。

滞留案件分析とそのポイント

組織別・滞留期間別ヒアリング・提案準備中商談数

内容:ヒアリング・提案準備中の案件数を滞留期間ごとに表示する。

目的:長期にわたってヒアリング・提案準備中の営業活動が止まった案件の有無を確認する。



営業2部は、「ヒアリング・提案準備中」で3か月以上滞留している案件数が非常に多く、提案活動が停滞していることがわかる。

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

28

案件進捗分析では、案件データの案件ステータスに着目し、ステータスに変化のあった案件データのみを抽出し分析しましたが、これとは逆に、滞留案件分析では、ステータスに変化のなかった案件データのみを滞留案件として抽出し分析します。

案件ステータスに変化がなかったということは、営業活動が停滞していることを意味します。例えば、案件ステータスが「ヒアリング・提案準備中」の案件の多くがステータスに変化がない場合、その部署での提案活動が停滞していることを意味します。あるいは、案件ステータスが「提案済・顧客検討中」の案件が長期にわたってステータスに変化がない場合、その案件は事実上失注していることを意味します。

滞留案件分析を行う上でのポイントは、2つあります。

最初のポイントは、滞留案件を一律に集計するのではなく、滞留期間をセグメント化して集計することです。

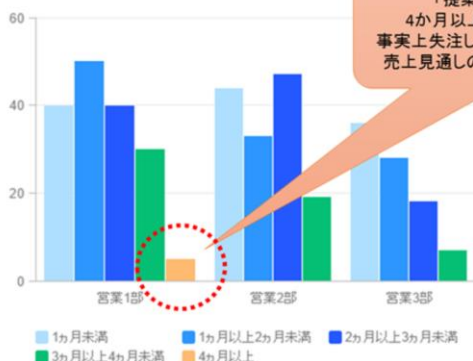
こうすることで、同じ滞留案件でも、どのくらいの間、滞留しているのかを一目で把握でき、営業活動における問題点を見つけ出すことができます。

滞留案件分析とそのポイント

組織別・滞留期間別提案済・顧客検討中商談数

内容:提案済・顧客検討中の案件数を滞留期間ごとに表示する。

目的:長期にわたって提案済・顧客検討中の(事実上失注している)案件の有無を確認する。



「提案済・顧客検討中」で4か月以上滞留している案件は、事実上失注している可能性が高いため、売上見通しの集計対象には含まない。

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

29

もう一つのポイントは、あらかじめ決められた期間を超えて滞留している案件を失注扱いにすることです。

例えば、案件ステータスが「提案済・顧客検討中」の案件が長期にわたってステータスに変化がないとすると、その案件は、顧客からの不採用の連絡が来ていないだけで、事実上は失注していると考えられます。

このような案件を、現在のステータスのままにしておくと、売上見通しの中に、事実上の失注案件が含まれることになり、売上見通しの精度を悪くしてしまいます。

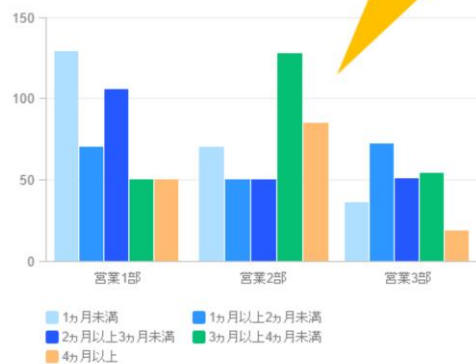
そこで、あらかじめ決められた期間を超えて滞留している案件を失注扱いにすることで、今後、受注に向けて進捗する可能性のある案件だけから、精度の高い売上見通しを立てることができるようになります。

滞留案件分析をやってみる

組織別・滞留期間別ヒアリング・提案準備

内容:ヒアリング・提案準備中の案件数を滞留期間ごとに表示する。

目的:長期にわたってヒアリング・提案準備中の営業活動が止まっている案件の有無を確認する。



営業2部において、多くの案件が
ヒアリング・提案準備中で
3か月以上滞留

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

30

それでは、InsightNavi 案件管理を使って実際に滞留案件分析をやってみましょう。

次の画面は、「ヒアリング・提案準備中」ステータスで滞留している案件の件数を、滞留期間ごと、部門ごとに集計し、棒グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業2部において、多くの案件が3か月以上滞留していることがわかります。

提案活動が順調であれば、滞留期間が長くなるにしたがって、滞留案件数は減っていくはずですが、営業2部では、そうはなっていません。

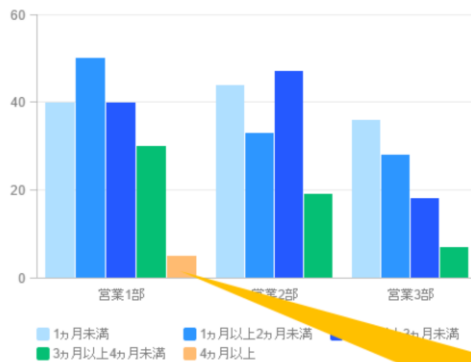
つまり、営業2部では何らかの理由で、提案活動が停滞していることを意味します。

滞留案件分析をやってみる

組織別・滞留期間別提案済・顧客検討中商談数

内容:提案済・顧客検討中の案件数を滞留期間ごとに表示する。

目的:長期にわたって提案済・顧客検討中の(事実上失注している)案件の有無を確認する。



営業1部において、いくつかの案件が提案済・顧客検討中で4か月以上滞留

©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

31

次の画面は、「提案済・顧客検討中」ステータスで滞留している案件の件数を、滞留期間ごと、部門ごとに集計し、棒グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業1部において、4か月以上滞留している案件が発生していることがわかります。

「提案済・顧客検討中」ステータスで長期にわたって滞留しているということは、顧客からの不採用の連絡が来ていないだけで、事実上は失注していると考えられます。

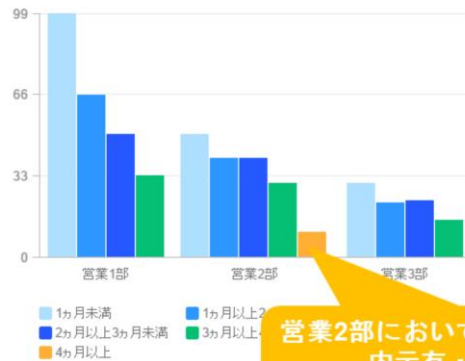
従って、売上見通しの精度を上げるためには、これらの案件を失注扱いにする必要があります。

滞留案件分析をやってみる

組織別・滞留期間別 内示有・契約交渉中商談数

内容:内示有・契約交渉中の案件数を滞留期間ごとに表示する。

目的:長期にわたって内示有・契約交渉中の(契約手続きに問題が発生している)案件の有無を確認する。



営業2部において、いくつかの案件が
内示有・契約交渉中で
4か月以上滞留

©Copyright SAMURAIZ Corporation 2015

32

次の画面は、「内示有・契約交渉中」ステータスで滞留している案件の件数を、滞留期間ごと、部門ごとに集計し、棒グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業2部において、4か月以上滞留している案件が発生していることがわかります。

「内示有・契約交渉中」ステータスで長期にわたって滞留しているということは、顧客との間で契約手続きに関して、何らかの問題が発生していると考えられます。

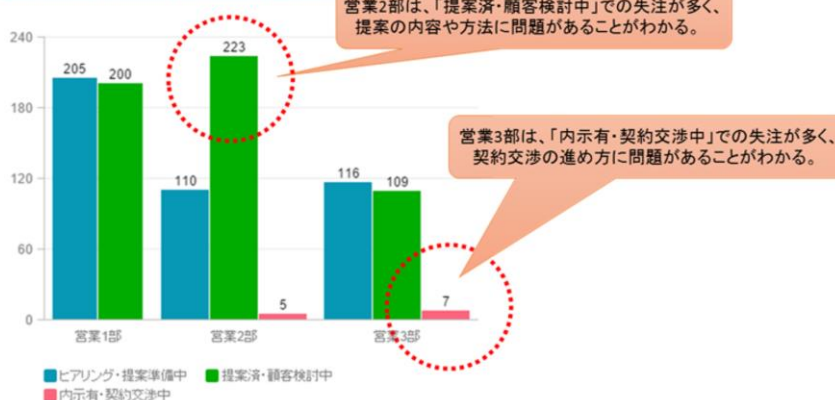
従って、これらの案件については、個別に詳細を確認し対処する必要があります。

失注分析とそのポイント

組織別・案件ステータス別失注としてクローズ済商談数

内容: 失注としてクローズ済の案件数を失注前の案件ステータスごとに表示する。

目的: どのフェーズで失注が発生しているかを確認する。



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

33

現在進行中の案件の状況を分析し、売上目標を達成することが案件管理の目的ですので、通常、失注してしまった案件には着目しません。しかし、失注案件のデータには、営業活動を改善し、将来の売上向上につなげるためのヒントが隠されています。

失注分析を行う(失注した案件に着目し分析する)ことで、失注に至った経緯や理由を明らかにして、営業活動を改善する方法を見つけ出すことができます。

失注分析を行う上でのポイントは、2つあります。

最初のポイントは、どの案件ステータスで失注したかを定量的に把握し、分析するということです。

こうすることで、同じ失注案件でも、営業活動のどの段階で失注することが多いのかを一目で把握でき、営業活動における問題点を見つけ出すことができます。

失注分析とそのポイント

組織別・案件ステータス別失注としてクローズ済商談数

内容: 失注としてクローズ済の案件数を失注前の案件ステータスごとに表示する。

目的: どのフェーズで失注が発生しているかを確認する。



組織別・案件金額別失注としてクローズ済案件数

内容: 失注としてクローズ済の案件数を案件金額ごとに表示する。

目的: 失注としてクローズ済の案件の内容(件数、規模構成)を確認する。



営業2部は、「提案済・顧客検討中」での失注が多く、かつ大規模案件の失注が多いことから、おそらく提案の内容や方法で、他社との競合に敗れていると考えられる。

©Copyright SAMURAI Corporation 2015

34

もう一つのポイントは、案件ステータスだけではなく、案件規模、失注理由といった複数の角度から分析することです。

例えば、失注した案件の案件ステータスと、案件規模の二つの角度から分析することで、営業活動上の問題点をより詳細に把握することができます。

このように、さまざまな角度から分析を加えることで、営業活動の問題点が、より明確になり、具体的な改善方法を見つけることができるようになります。

失注分析をやってみる

組織別・案件ステータス別失注としてクローズ済商談数

内容: 失注としてクローズ済の案件数を失注前の案件ステータスごとに表示する。

目的: どのフェーズで失注が発生しているかを確認する。



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

35

それでは、InsightNavi 案件管理を使って実際に失注分析をやってみましょう。

次の画面は、失注した案件の件数を、案件ステータスごと、部門ごとに集計し、棒グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業2部において、「提案済・顧客検討中」ステータスで失注する割合が、他の部門に比べて非常に大きいことがわかります。

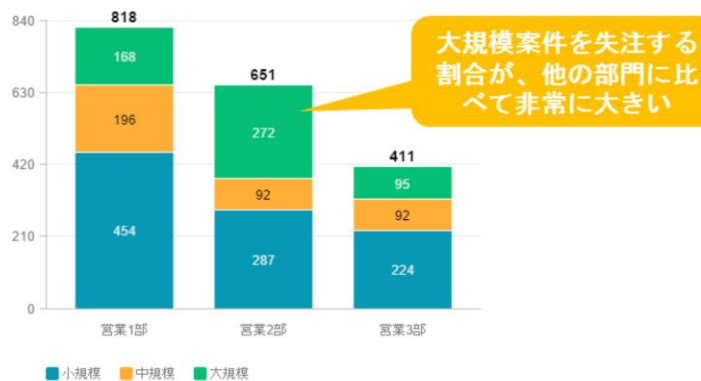
つまり、営業2部では、提案の内容や方法に何らかの問題点を抱えていることがわかります。

失注分析をやってみる

組織別・案件金額別失注としてクローズ済案件数

内容: 失注としてクローズ済の案件数を案件金額ごとに表示する。

目的: 失注としてクローズ済の案件の内容(件数、規模構成)を確認する。



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

36

次の画面は、失注した案件の件数を、案件規模ごと、部門ごとに集計し、積み上げ棒グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業2部において、大規模案件を失注する割合が、他の部門に比べて非常に大きいことがわかります。

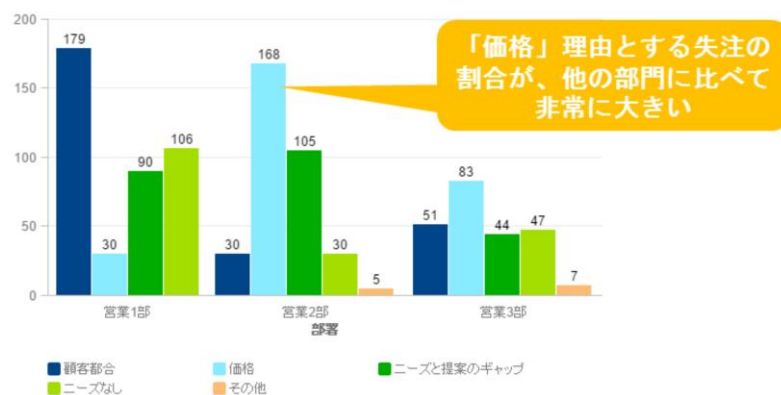
大規模案件では、通常、複数社間での競合となりますから、営業2部では、大規模案件における提案の内容や方法が、競合他社に比べて劣っていた結果、失注したことになります。

失注分析をやってみる

組織別・失注理由別失注としてクローズ済案件数

内容: 失注としてクローズ済の案件数を失注理由ごとに表示する。

目的: どのような理由で失注が発生しているかを確認する



©Copyright SAMURAI Corporation 2015

37

次の画面は、失注した案件の件数を、失注理由ごと、部門ごとに集計し、棒グラフの形式で表示したものです。

この画面から、営業2部において、「価格」理由とする失注の割合が、他の部門に比べて非常に大きいことがわかります。

これまでの分析の結果、営業2部では、大規模案件における提案の内容や方法が、競合他社に比べて劣っていたという仮説が成り立っていますから、今後、営業2部では、大規模案件の提案を行う際に、競合他社を意識した価格設定を行うことで失注を減らすことが期待できます。



GoodData

本社: **San Francisco, CA**

設立: 2007年

→ <http://www.gooddata.com/>

事業:

クラウド型統合BIプラットフォームの提供

取引先: 40,000+

従業員数: 230人+

(WorldWide)



InsightNavi™
案件管理分析



SAMURAI Z

東京都品川区大崎1-6-4 新大崎勸業ビル
株式会社サムライズ
ビジネスアナリティクスグループ
TEL: 03-5436-2045

©Copyright SAMURAI Z Corporation 2015

38

サムライズが提供する案件データ分析クラウドサービス「InsightNavi」は、クラウド型統合BIプラットフォームGoodData上に構築されています。