Salesforce導入前に整理すべき業務要件

失敗と手戻りを防ぐ 要件整理・設計ガイド



Start Challenge Consulting co., ltd.

発行日：2026年8月 ／ Confidential（社外秘）

はじめに：成否は「導入」ではなく「要件整理」で決まる

Salesforceは業務要件を実装するための基盤であり、導入そのものが業務課題を解決するわけではない。目的・対象範囲・データ・プロセスを事前に定義できているかが、定着と効果創出の分岐点となる。

導入前に整理すべき8領域（本資料の対象範囲）

01｜導入目的とKPI

解決したい経営・業務課題を指標で定義し、現状値と目標値を置く（P4）

02｜対象業務と導入範囲

対象部門・機能をフェーズで区切り、対象外業務も明示する（P5）

03｜現行業務の可視化

手作業・二重入力・承認待ちを業務フロー上で特定する（P6）

04｜将来業務フローの設計

自動化する処理と人が判断する処理を切り分ける（P7）

05｜顧客・案件情報の定義

管理単位、項目、重複防止と親子・拠点の扱いを決める（P8）

06｜営業プロセスとステージ

商談化条件、ステージ定義、移行条件と確度を確定する（P9）

07｜入力項目とデータルール

必須／任意、入力形式、入力タイミングと入力負荷を設計（P10）

08｜活用・統制・移行

レポート／権限・承認／外部連携／移行・定着化（P11～P14）

本資料の目的

- Salesforce導入前に確定すべき業務要件を体系的に整理する
- 要件の抜け漏れによる手戻り・追加開発・追加コストを防ぐ
- 部門横断で合意すべき論点と決定事項を可視化する
- 要件定義フェーズに入るための判断材料をそろえる

想定読者

- 経営層・事業責任者（投資判断／目的とKPIの設定）
- 情報システム部門（要件定義・設計・外部システム連携）
- 営業部門の管理職・現場リーダー（運用ルールと定着化）
- プロジェクト責任者・PMO（範囲管理と意思決定の整理）

事実：本資料は導入前に確定すべき8領域を対象とする／解釈：要件未定義が定着不全の主要因／提案：P4の目的定義から順に確定する ／ 出典：自社整理

Salesforce導入で起こりやすい5つの失敗

失敗は機能や製品の問題ではなく、現行業務の温存・部門別要望の積み上げ・過剰カスタマイズ・入力負荷の増大・効果測定の欠落という「要件の決め方」に起因して発生する。

失敗パターン 01

現行業務をそのままシステム化する

非効率な手順や重複作業を残したまま画面・項目に置き換えるため、業務が変わらない。

影響：工数が削減されず、投資に対する効果が現れない

失敗パターン 02

部門ごとの要望をそのまま積み上げる

部門別に項目やフローが分岐し、全体最適の視点で優先順位を決められない。

影響：全社共通の指標で分析できず、比較・集計が成立しない

失敗パターン 03

必要以上にカスタマイズする

標準機能で満たせる要件まで独自開発し、設定・仕様が複雑化する。

影響：保守負荷とアップデート時の検証コストが継続的に増加

失敗パターン 04

入力項目が増え、現場が使わなくなる

判断に使わない項目まで必須化し、営業担当者の入力負荷が増大する。

影響：データが埋まらず、レポートと売上予測が信頼できない

失敗パターン 05

導入自体が目的化し効果を測定できない

稼働をゴールに設定するため、達成基準と測定方法が定義されない。

影響：投資判断の根拠が示せず、次の改善につながらない

5つの失敗に共通する原因

いずれも「業務要件が定義されていない状態で構築に着手したこと」に起因する

事実：要件が曖昧なまま導入すると現場で利用が定着しない／解釈：5つの失敗は要件未定義に起因／提案：P4以降で該当要件を先に確定する ／ 出典：自社整理

最初に導入目的を経営課題と結び付けて定義する

目的を「売上向上」「営業効率化」といった言葉のままにせず、指標・現状値・目標値の3点セットで定義することで、機能要件の優先順位と効果測定の基準が同時に確定する。

売上向上

案件数・受注率・受注単価の改善。パイプラインの不足を早期に把握する。

営業効率化

転記・報告・集計にかかる工数の削減。顧客接点に使う時間を増やす。

情報共有・可視化

属人化の解消。担当変更・引き継ぎ時の情報欠落を防ぐ。

予実管理の高度化

売上予測の精度と提示スピードの向上。意思決定の前倒し。

導入目的	代表指標（KPI）	現状値	目標値	優先度と根拠
売上向上	新規商談数／受注率／平均受注単価	（記入欄）	（記入欄）	（記入欄）
営業効率化	1案件あたりの入力・報告・集計時間	（記入欄）	（記入欄）	（記入欄）
情報共有・可視化	顧客・活動情報の登録率／引き継ぎ所要日数	（記入欄）	（記入欄）	（記入欄）
予実管理の高度化	売上予測と実績の乖離率／集計リードタイム	（記入欄）	（記入欄）	（記入欄）

優先順位を決める3つの判断基準（経営層・管理職・現場で同じ基準を共有する）

① 経営インパクト

売上・コスト・リスクへの影響度が大きい業務から着手する

② 実現容易性

標準機能で実装できるか、必要なデータが揃っているかで判断する

③ 現場負荷

運用開始時の入力・教育負荷が過大にならない範囲に抑える

事実：目的・KPIは自社の実績値に基づき設定する項目／提案：現状値・目標値は要件整理の最初の合意事項として記入欄を埋める ／ 出典：自社整理

対象業務と導入範囲をフェーズで区切って確定する

初期導入で実現する業務を絞り、将来フェーズと「Salesforceの対象外とする業務」を同時に明文化することで、要望の追加による範囲拡大と稼働遅延を防止できる。

対象領域	第1フェーズ（初期導入）	将来フェーズ（拡張）	Salesforceの対象外
営業	リード・取引先・商談の管理、活動履歴の記録、売上予測、営業レポート	見積・契約書類の作成連携、パートナー・代理店の案件管理	請求・入金管理（会計システムで実施）、与信審査
マーケティング	リードの受け入れと状態管理、獲得チャネルの記録	MA連携によるスコアリング、シナリオ配信とイベント管理	広告運用、クリエイティブ制作・管理
カスタマーサポート	問い合わせ履歴の営業側からの参照	ケース管理、FAQによる自己解決、契約更新フォロー	電話交換・コールセンター基盤、現地保守作業の管理

導入規模の前提（ライセンス数・権限設計・教育計画の基礎となるため先に確定する）

対象部門	対象拠点	利用ユーザー数
（記入欄）営業部・営業企画部など	（記入欄）本社・支店・海外拠点の範囲	（記入欄）役割別の人数と権限区分

事実：対象範囲は部門・拠点・ユーザー数で定義する／解釈：対象外の明示が範囲拡大の抑止に有効／提案：フェーズ分けを経営会議で承認する ／ 出典：自社整理

現行業務（As-Is）を可視化し、課題箇所を特定する

顧客獲得から受注後フォローまでを1本のフローで並べると、手作業による転記と複数システムへの重複入力、承認待ちの停滞が、処理時間の増加とデータ品質低下の主要因として現れる。

	① リード獲得	② 訪問・ヒアリング	③ 提案・見積	④ 社内承認	⑤ 受注・引き継ぎ
マーケティング	名刺・Webフォームを Excelに手入力				
営業担当者	Excelを見て 訪問先を選定	面談内容を 個人メモに記録	提案書を作成し メールで送付		
営業事務		案件一覧に転記 （二重入力）	見積書を作成し 台帳を更新		受注後の情報を 口頭・メールで共有
上長・管理職				メール稟議で承認 （承認待ちが発生）	
既存システム				受注情報を 基幹システムに登録	売上実績を 会計システムへ連携

特定された主要課題（赤枠箇所）

・Excel・個人メモ・案件台帳への二重／三重入力が発生している
・メール稟議のため承認状況が追跡できず、案件が停滞する
・受注後の引き継ぎが口頭中心で、情報の欠落が起きている

凡例

手作業　システム処理　課題箇所

※ 実際の作成時は、部門・拠点ごとにレーンを分けて記述する

事実：本図は業務フロー図の作成例（記述形式のサンプル）／解釈：手作業・二重入力・承認待ちが停滞点／提案：自社の実業務でヒアリングし同形式で作成する ／ 出典：自社整理

将来業務（To-Be）は自動化と人の判断を分けて設計する

転記・通知・集計・履歴記録をシステム側の自動処理に移し、営業担当者の作業を「顧客との対話」と「判断」に集約することで、二重入力と承認待ちの停滞を構造的に解消する。

	① リード獲得	② 訪問・ヒアリング	③ 提案・見積	④ 社内承認	⑤ 受注・引き継ぎ
マーケティング	獲得チャネルごとにリード条件を設定				
営業担当者		顧客課題を確認し商談として登録	提案内容と条件を決定（人の判断）		
上長・管理職				承認画面で可否を判断	
Salesforce（自動処理）	リードを自動登録し担当者へ自動割当	活動履歴を顧客に自動紐付け・共有	見積データを生成し商談金額を自動更新	承認申請・督促を自動通知	受注情報を関係部門へ自動共有
外部システム					基幹・会計へAPI連携

現行業務との主な変更点

・Excel台帳への転記を廃止し、Salesforceを唯一の入力先とする
・メール稟議を承認フローに置き換え、承認状況と滞留を可視化する
・受注後の引き継ぎを自動共有に変更し、口頭伝達への依存をなくす

例外処理の扱い（設計時に必ず定義する）

・特別値引き・長期保留・再商談は例外ルートを定義
・自動割当できないリードは管理者キューへ退避
・連携失敗時は担当者へ通知し手動再実行を許容

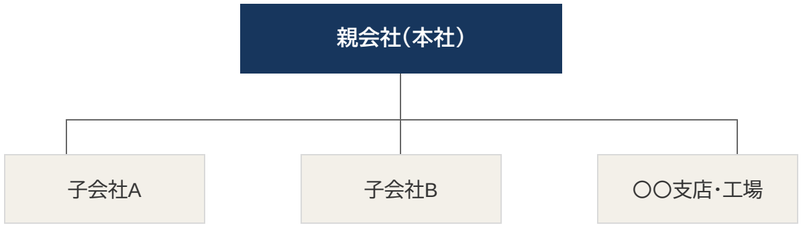
事実：本図はTo-Beフローの設計例／解釈：自動化対象は転記・通知・集計・履歴記録／提案：人が判断する処理を明示し自動化範囲を合意する ／ 出典：自社整理

顧客・案件情報の管理単位と定義を先に確定する

「どの単位を1件の顧客とみなすか」「どこから案件として管理するか」を先に定義しないと、重複データと集計不整合が発生し、レポートの数値が部門間で一致しなくなる。

オブジェクト	定義（何を1件として管理するか）	管理単位・粒度
リード	まだ商談化していない見込み客の接点情報	個人単位（獲得チャネルを保持）
取引先	取引・商談の対象となる企業・組織	法人単位（原則は法人番号で一意化）
取引先責任者	取引先に所属する担当者・決裁者	個人単位（役職・決裁権限を保持）
商談	受注を目指す個別の案件（金額と時期を伴う）	案件単位（1受注＝1商談を原則）
活動	訪問・電話・メールなどの顧客接点の記録	接点1回単位（商談・取引先に紐付け）

親会社・子会社・拠点の管理方法



・階層は「取引先の親子関係」で表現し、企業ごとに1レコードとする
・支店・工場は取引先として登録するか、取引先責任者の所属情報として持つかを選択する
・売上集計は「単体」と「グループ合算」の両方を出せる構造にする

案件情報として管理する項目（例）

・商談名／取引先／取引先責任者（決裁者を含む）
・金額・数量・対象商品／サービス
・完了予定日（受注予定日）とステージ・確度
・獲得チャネル・紹介元／競合の有無
・担当者・担当部門・拠点
・失注理由（失注時は必須入力）

重複データを防ぐルール

・企業の一意キーを定める（法人番号・企業コード等）
・会社名の表記ルールを統一（法人格・全角半角・スペース）
・登録時に重複チェックを行い、候補を提示する
・重複時の統合ルールと統合権限者を決めておく
・リードから取引先への変換手順を1本化する

事実：Salesforceは取引先・取引先責任者・リード・商談を標準オブジェクトとして持つ／解釈：管理単位の未定義が重複と集計不整合の原因／提案：一意キーを先に決定 ／ 出典：自社整理

営業プロセスと商談ステージを完了条件付きで定義する

ステージは名称ではなく「移行の完了条件」で定義する。条件が客観的に判定できる状態にして初めて、ステージ別の商談件数と売上予測が意思決定に使える精度になる。

商談化の条件（リード → 商談）　課題・予算・時期・決裁者のうち「課題」と「担当者」が確認でき、当社サービスの検討意向が示された時点で商談として登録する

ステージ例	定義	完了条件	移行条件（次ステージへ）	売上予測に使用する確度
初回接触	顧客と初回接点を持った状態	課題・担当者を確認	ヒアリング日程が確定している	**10%**
課題確認	顧客課題をヒアリング中	課題と予算を把握	提案依頼または提案機会を取得	**30%**
提案	提案書・見積書を提出	提案内容を顧客と共有	顧客が社内検討に着手している	**50%**
最終調整	条件・契約内容を調整	決裁者の合意を確認	契約条件・開始時期が確定	**80%**
受注	契約が確定	契約書を締結	—（受注として計上）	**100%**

失注の扱い

- 失注理由を選択式で必須入力とする
- 競合名・価格・時期など理由区分を統一
- 失注商談は削除せず、分析対象として保持
- 確度は0%として予測から除外する

保留の扱い

- 「保留」はステージではなく状態として管理
- 保留理由と再開予定時期を必ず記録する
- 一定期間更新がない商談は自動で保留化
- 売上予測の対象からは除外する

再商談の扱い

- 失注・保留案件の再開は新規商談として起票
- 元商談との関連を保持し履歴を追跡できる
- 重複計上を避けるため元商談は再開しない
- 再商談率を定着化のKPIとして測定する

事実：ステージ例と定義・完了条件は本資料の提示内容／仮説：確度は10/30/50/80/100%（仮定値）／提案：自社の受注実績から確度を再設定する ／ 出典：自社整理

入力項目は「判断に使うもの」だけに絞り込む

必須項目はレポートと意思決定に直結するものに限定し、それ以外は任意または自動取得とする。入力負荷を抑える設計そのものが、データ品質と利用率を確保する要件である。

項目（商談の例）	区分	入力形式	入力タイミング	更新担当者
取引先・取引先責任者	**必須**	参照関係	商談登録時	営業担当者
ステージ	**必須**	選択リスト	状態変化時	営業担当者
金額・完了予定日	**必須**	数値・日付	提案ステージ以降	営業担当者
失注理由	**条件必須**	選択リスト	失注時	営業担当者
競合・獲得チャネル	任意	選択リスト	判明時	営業担当者
商談メモ・特記事項	任意	自由記述	随時	営業担当者
確度・売上予測区分	自動	数式・自動設定	ステージ連動	システム

選択式と自由記述の使い分け

選択式にするもの

集計・分析・絞り込みに使う情報（業種、失注理由、獲得チャネル、商品区分、ステージ）

自由記述にするもの

文脈の共有が目的で、集計対象にしない情報（面談メモ、社内申し送り、特殊条件の背景）

※ 集計したい情報を自由記述にすると、後からレポート化できず再入力が発生する

項目名と入力形式の統一

- 部門ごとの呼称を全社共通の項目名に統一
- 金額は税抜・単位・通貨の基準を明記
- 日付は「予定日」と「実績日」を分離
- 選択リストの値は上限を決めて増殖を防ぐ
- 項目定義書を作成し変更履歴を残す

入力負荷を抑える設計

- 必須項目はステージ進行に応じて段階的に要求
- 既定値・自動計算・自動入力を積極活用
- 画面レイアウトを役割別に分け項目を出し分け
- モバイルからの入力手順を確認する
- 使われない項目は定期的に棚卸して削除

入力規則と重複チェック

- ステージ移行時の必須条件を入力規則で担保
- 金額・日付の妥当性チェック（負値・過去日）
- 企業名・メールアドレスの重複を登録時に検知
- 一意キー項目の重複登録を禁止する
- エラーメッセージに修正方法を明記する

事実：表は項目設計の記述例／解釈：必須項目の過剰化が入力率低下の主要因／提案：レポート要件（P11）から逆算して必須項目を決定する ／ 出典：自社整理

レポート要件から必要なデータを逆算する

「誰が、どの会議で、何を判断するか」を先に決めることで、必要なレポートと入力項目が一意に定まる。役割別にKPIを分けなければ、全員が同じ画面を見て誰も判断できない状態になる。

役割別に見るKPI（ダッシュボードの構成単位）

経営層

売上予測 / 予実差異

全社・事業別のパイプライン総額、今期着地見込み、前年同期比。月次で意思決定に使用する。

営業管理職

受注率 / 商談期間

ステージ別の滞留状況、担当者別の進捗、失注理由の傾向。週次で介入判断に使用する。

営業担当者

自分の商談 / 活動

目標に対する進捗、対応が必要な商談、次回アクション予定。日次で行動管理に使用する。

管理者・PMO

入力率 / 利用率

ログイン率、必須項目の入力率、更新遅延件数。定着化の状況を月次で監視する。

指標	定義・計算方法	分析軸
売上実績	受注ステージに到達した商談金額の合計	期間・担当者・商品・業界
売上予測	商談金額 × ステージ確度の合計（P9の確度を使用）	期間・部門・拠点
商談数	期間内に作成／進行中の商談件数	ステージ・獲得チャネル
受注率	受注件数 ÷（受注件数＋失注件数）	担当者・商品・業界
平均商談期間	商談作成日から受注日までの平均日数	商品・金額帯・担当者

会議で確認するレポート

- 経営会議（月次）：予実・売上予測・重点案件
- 営業会議（週次）：パイプライン・滞留商談
- 1on1（週次）：担当者別の進捗と次アクション

データ更新の頻度

- Salesforce内のデータ：リアルタイム反映
- 外部システム連携データ：日次バッチ（夜間）
- ダッシュボードの再計算：日次または手動更新
- 「いつ時点のデータか」を画面上に明示する

レポート要件の確定手順：①会議体と参加者を洗い出す → ②各会議で行う判断を書き出す → ③判断に必要な指標を決める → ④指標に必要な項目をP10へ反映する。
この順序を守ることで、「使われないレポート」と「集計できない項目」の同時発生を防止できる。

事実：指標定義は本資料の提示内容／解釈：役割別KPIの分離が判断速度を左右する／提案：会議体からレポートを逆算し入力項目に反映する ／ 出典：自社整理

権限・承認・セキュリティは役割単位で設計する

権限は個人ごとの例外設定ではなく役割単位で定義する。承認フローと退職・異動時の運用まで含めて設計しなければ、情報漏えいリスクと運用停止の双方が発生する。

役割	閲覧範囲	編集権限	特別権限
経営層	全社の全データ	編集不可（参照のみ）	全レポート閲覧
事業部長	担当事業部の全データ	配下の商談を編集可	値引きの最終承認
営業管理職	自部門・自拠点	部下の商談を編集可	一次承認・担当変更
営業担当者	自分の担当顧客・商談	自分のレコードのみ	—
営業事務	自部門の商談・取引先	指定項目のみ編集可	一括更新
システム管理者	全データ	全編集・設定変更	権限付与・データ統合

承認フローの設計例（値引き・契約）



・承認が必要な行為（値引き、特別条件、契約締結、与信超過）と閾値を事前に定義する
・承認者が不在の場合の代理承認者と、期限超過時のエスカレーション先を決めておく
・承認履歴（誰が・いつ・何を承認したか）を証跡として保持する

アクセス範囲の決め方（3階層）

① 組織階層（部門・拠点）で基本範囲を決める
② 役職で上位者が配下データを参照できる
③ 例外は「共有ルール」で追加し個別設定を避ける

個人情報・機密情報の管理

・取引先責任者の個人情報は取得目的と保管期間を明示
・価格・原価・与信情報は項目レベルで参照を制限
・データの出力（エクスポート）権限を限定する
・操作ログの取得範囲と保管期間を決める

退職・異動時のアカウント運用

・退職・異動の申請と権限変更の手続きを連動させる
・アカウント停止までの期限（例：退職日当日）を規定
・担当顧客・進行中商談の引き継ぎ先を必ず設定する
・ライセンスの再割当ルールを決めコストを管理する
・実施責任部門（人事・情報システム）を明確にする
・年1回以上、権限とアカウントの棚卸を実施する

事実：権限表・承認フローは設計例（役割・閾値は自社で確定）／解釈：個別設定の多用が運用不能の原因／提案：役割単位で定義し例外は共有ルールで対応 ／ 出典：自社整理

連携要件は「どちらを正とするか」から決める

データごとに正となるシステム（マスタ）を1つに定めることが連携設計の起点となる。正が曖昧なまま双方向連携を組むと、上書き競合により両システムのデータが破損する。

連携構成の全体像



連携方式の選択基準

リアルタイム連携（API）
その場の判断に使うデータ（在庫、与信、受注状況）。障害時の影響が大きいため代替手順を用意する。

バッチ連携（夜間・定期）
集計・分析に使うデータ（売上実績、請求情報）。処理時間と実行順序、再実行手順を定義する。

連携先システム	連携対象データ	正とするシステム（マスタ）	連携方式	エラー発生時の対応
基幹システム	受注情報、商品マスタ、在庫状況	商品・在庫＝基幹 受注＝Salesforce	API（受注時）	連携失敗を担当者と管理者へ通知し、再送キューで自動リトライ（3回）後に手動実行
会計システム	売上実績、請求・入金状況	会計システム	バッチ（日次）	差分件数を突合レポートで確認し、不一致は翌営業日までに手動補正
MA	リード情報、行動履歴、スコア	Salesforce（顧客）	API（準リアルタイム）	重複リードは統合ルールに従い自動判定、判定不能分は管理者キューへ退避
問い合わせ管理	問い合わせ履歴、対応状況	問い合わせ管理	バッチ（日次）	連携遅延時は元システムを参照する運用に切り替え、復旧後に再連携

確定すべき事項：連携対象データの項目単位の対応表（マッピング定義）／更新方向（片方向・双方向）／連携タイミングと処理時間／監視方法と障害時の連絡体制。

事実：表は連携要件の記述例（自社システム構成に置き換えて使用）／解釈：マスタの未定義が上書き競合の原因／提案：データ単位で正を1つに確定する ／ 出典：自社整理

移行・運用・定着化までを要件として設計する

稼働はゴールではなく起点である。移行データの品質、問い合わせ窓口、教育、利用率のモニタリングと改善サイクルまでを事前に要件化して初めて、投資が業務成果に転換される。

① データ移行

移行対象の決定
・Excel台帳・既存CRM・名刺管理から移行する範囲を特定
・取引先／取引先責任者／進行中の商談を優先

クレンジングと重複排除
・表記の統一（法人格・全角半角・住所）
・一意キーによる重複統合と統合ルールの適用
・移行対象外データの扱い（保管・破棄）を決定

過去データの移行範囲
・過去実績は分析に必要な期間に限定（例：直近3年）
・完了済み商談は集計値のみ移行する選択肢も検討

② 運用体制と教育

運用体制の設定
・システム管理者（設定変更・権限管理）を任命
・問い合わせ窓口と対応時間・エスカレーション先
・設定変更の申請・承認プロセスを規定

操作教育とマニュアル
・役割別の研修（担当者向け／管理職向け）
・入力ルールを含む業務マニュアルを整備
・部門ごとの推進担当者を配置し現場で支援

稼働直後の支援
・稼働後1〜2か月は集中サポート期間を設定

③ 定着化のモニタリング

測定する指標
・ログイン率（週次で利用しているユーザーの割合）
・必須項目の入力率・更新遅延件数
・レポート・ダッシュボードの参照状況

改善サイクル
・月次で利用状況を確認し、未利用要因を特定
・入力負荷が原因の場合は項目・画面を見直す
・要望を優先順位付けし、四半期単位で改善を反映

経営への報告
・P4で設定したKPIの推移を定期的に報告する

移行・定着化のスケジュール例（実施時期・期間は自社の体制に合わせて設定する）

作業	要件定義期	構築期	移行・受入テスト期	稼働直後	安定運用期
データ移行	移行方針の決定	クレンジング・重複排除	移行リハーサル・本移行	—	—
教育・マニュアル	—	マニュアル作成	役割別研修の実施	集中サポート	新任者向け研修
運用・モニタリング	体制・窓口の設計	—	—	利用率の日次確認	月次改善サイクル

凡例　移行作業（手作業を含む）　教育・展開　運用・モニタリング

事実：移行・運用・定着化の作業項目を整理／仮説：過去データは直近3年を目安（仮定値）／提案：稼働直後の集中サポートと月次改善を要件に含める ／ 出典：自社整理

導入前チェックリスト：8項目すべてが「決定済み」か

8項目のうち未決定が残る状態で構築に着手すると、設計変更と追加開発による手戻りが発生する。要件定義フェーズ開始前に、責任者と決定期限まで含めて確定させることが前提条件となる。

#	確認事項	確認	参照ページ	責任者
1	導入目的とKPI（現状値・目標値）が明確になっている	☐	P4	経営層
2	対象業務・対象部門・導入範囲が決まっている	☐	P5	事業責任者
3	現行・将来の業務フローを整理している	☐	P6・P7	業務部門
4	顧客・案件・商談ステージを定義している	☐	P8・P9	営業企画
5	必要な入力項目を判断に使うものへ絞り込んでいる	☐	P10	営業企画
6	レポート・権限・承認の要件を整理している	☐	P11・P12	情報システム
7	外部連携とデータ移行の方針が決まっている	☐	P13・P14	情報システム
8	運用責任者と定着化施策を決めている	☐	P14	PMO・管理者

本資料の要点

・Salesforceは業務要件を実装する基盤であり、導入自体が課題を解決するわけではない
・要件は「目的 → 範囲 → 業務フロー → データ → 活用」の順に決めると手戻りが起きにくい
・入力項目はレポート要件から逆算して絞り込む
・稼働後の定着化施策までを要件に含める

次のアクション

① 8項目の決定状況を関係部門で確認する
② 未決定項目の責任者と期限を設定する
③ 決定後に要件定義フェーズへ着手する

お問い合わせ・無料相談

要件整理の進め方や、未決定項目の洗い出しについてご相談を承ります。

現状のご状況を伺い、優先して着手すべき整理項目をご提示します。

お問い合わせ窓口
Start Challenge Consulting co., ltd.
info@startchg.com ／ 担当：藤平

事実：チェックリストは本資料P4〜P14の要件項目に対応／提案：未決定項目に責任者と期限を設定した上で要件定義フェーズへ移行する ／ 出典：自社整理

お問い合わせ・無料相談

要件整理は、着手前に「決めるべき項目」を洗い出すことで手戻りを最小化できる。現状のご状況を伺い、優先して着手すべき整理項目と進め方をご提示します。

Start Challenge
Consulting co., ltd.
挑む力が、世界を照らす

Start Challenge Consulting co., ltd.

挑む力が、世界を照らす

Salesforce導入・要件整理・業務設計のご支援

お問い合わせ先

メール　info@startchg.com

担当　藤平

ご相談いただける内容

- 導入目的とKPIの設定、対象業務・導入範囲の切り分け
- 現行業務の可視化と将来業務フローの設計
- 商談ステージ・入力項目・レポート要件の定義
- 権限・承認設計、外部システム連携、データ移行の方針

次のアクション

P15のチェックリストで未決定項目をご確認のうえ、お気軽にご連絡ください。

初回のご相談は無料で承ります。現状の資料・業務フローがない段階からのご相談も可能です。

本資料の内容に関するお問い合わせは上記窓口まで承ります。／ 出典：自社整理