

i SHARE

2024

Sept.

Management Information

- ・チャットを使いこなして生産性を上げよう♪

Special Feature

- ・ZOHOLICS JAPAN 2024 特集

About INFINITY / improve

【INFINITY】

- ・サイトをリニューアルしました！

【improve】

- ・ウェルスダイナミクス：周波数ごとの営業アプローチ「ブレイズ」

Technical Information

- ・画面をキャプチャして共有できるサービス：Zight



戦わずして勝つ戦略を 考えていこう

まだ残暑が残る9月、皆様いかがお過ごしでしょうか。イングループが7月、インフィニティが8月に決算が終了し、私達として9月は新しい期がスタートする月です。インフィニティは17期目に突入り、新しい戦略を持って動いています。

戦略とは「長期的な目標を達成するための計画や手段」のこと。昔と比べて、競合他社の動きや顧客の志向性、自然災害などの不確定要素が多くなっている昨今、長期的な戦略が立てにくくなっています。目標は長期でも、戦略は中短期で計画を立て、戦術レベルで柔軟に動いていくことを求められています。

キングダム映画も公開（大沢たかおさんの印象が強すぎますが 笑）されましたので、若鯨会で実施した「キングダムからビジネスを学ぶ」の戦略編から少し引用してみると、戦略のキーポイントは「戦わずして勝つ」+「勝ち続ける」+「実行力」だそうです。

「戦わずして勝つ」は孫子の兵法『戦わずして人の兵を屈するは、善の善なる者なり』から来ています。こちらは有名な言葉ですね。今の時代で言うと、いかに競合ひしめく市場ではなく、ニッチなセグメントを狙っていけるかが肝になります。

「勝ち続ける」ためには、勝ちの定義を明確にして、勝つまでのシナリオ作りが重要になります。目標と指標をわかりやすくし、指標を追い続けることが組織力を高めることに繋がり、勝ち続ける仕組みが出来上がります。

「実行力」は明確な方針と指針に支えられます。社長や役員、トップクラスの社員がボトルネックにならないための委任を行い、やることを明確化し、思考→計画→実行の経営リズムを創り出し、リズムの調整を行うことで、実行力が高まるようです。

改めて戦略は、戦いを省くこと。無用な戦いを無くすための計画を立てることが重要ですね。

イングループでは、中小企業のDX基盤ツールに最適で、船井総研も強力にプッシュしている「Zoho（ゾーホー）」を中心に、売上を上げられるクラウドインフラ環境創りの提供に集中します。

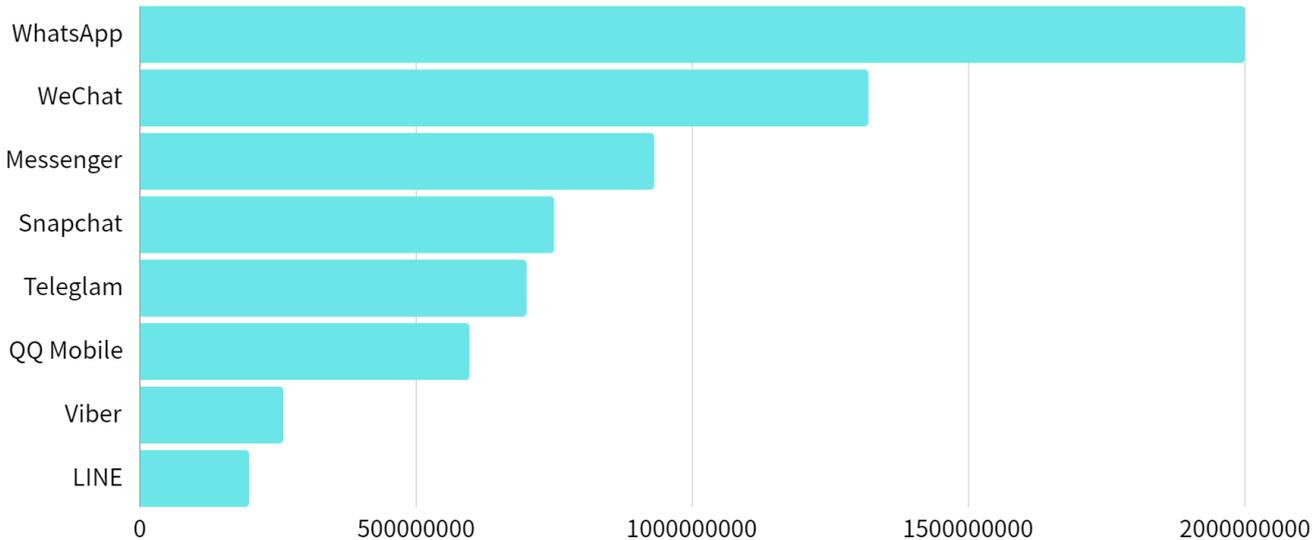
インフィニティでは、「振り回されるITから武器として活用するITへ」をコンセプトに、より皆さんにITを活用してもらえるように、時間管理を中心としたビジネススキルアップが出来て、ITツールを使いこなせるようにする手段を模索中です。その一環として、パソコンの基礎やOfficeの基礎の使い方が簡単にわかる資料や動画を作成中です。さらにより本来のサービスに集中するために、サポート範囲外のお問い合わせをメールに限定させていただくなど、集中と選択をさせていただいています。今までのサービスとの変化にご不便をおかけすることもあるかと思いますが、ご了承いただき、もっとビジネスに使えるIT環境創りを一緒に実行させていただけると幸いです。

2024年7月に実施した「チャットが働き方を変える：MS Teamsでコラボレーションが加速する生産性向上勉強会」が好評でしたので、今回はその内容をご紹介します。

個人：全世界で利用されているチャットサービス

シェアトップは、イスラエル発の「WhatsApp」

■ 月間アクティブユーザー



ビジネス：国内で利用されているチャットサービス

	ChatWork	Slack	LINE WORKS	Microsoft Teams
導入企業数	343,000社	85,000社	350,000社	500,000社
注目機能	タスク管理機能	リマインダー機能	未読/既読機能	Microsoft365との連携
ビデオ/音声通話	無料：1on1 有料：無制限	無料：無制限 有料：無制限	無料：4人 有料：100人	無料：100人 有料：300人
グループチャット数	無料：7 有料：無制限	無制限	無制限	無料：100人 有料：300人
共有ストレージ	最大10GB/ユーザー	最大1TB/ユーザー	組織全体で100TB 1GB/ユーザー	組織全体で1TB 10GB/ユーザー
SLA	あり	99.99%保障	あり	99.99%保障

コミュニケーションからコラボレーションへ

今後求められるツールは、コミュニケーションツールからコラボレーションツールにシフトする

- ・既にSkypeを買収していたMicrosoftがSlackを買収しようとしたのはコラボレーションツールの機能に注目したから。
- ・コラボレーションツールとは、コミュニケーション機能のチャットツールを起点として、資料作成やタスク管理、その他諸々の機能を一つのツールで実現するためのプラットフォーム。

ビジネスチャットは、脱メール仕様をして、チャットの特徴を活かす

Rule ① 挨拶は最低限、要件は的確に

チャット：本文のみ（長いのはNG）

Rule ② 要件ごとにチャットを分割する

チャット：要件（カテゴリ）ごとに返信する

Rule ③ 必ず反応する、いいねを許容する

チャット：「確認した」反応と返信（速い）

報連相のルールをしっかりと決める

報連相は仕事を円滑に進めるためのスキル

報：報告

自分を与えられた仕事の結果や進捗状況を伝える事

過去の情報：実績報告

連：連絡

仕事上の事柄について、事実や簡単な情報等を関係者へ伝える事

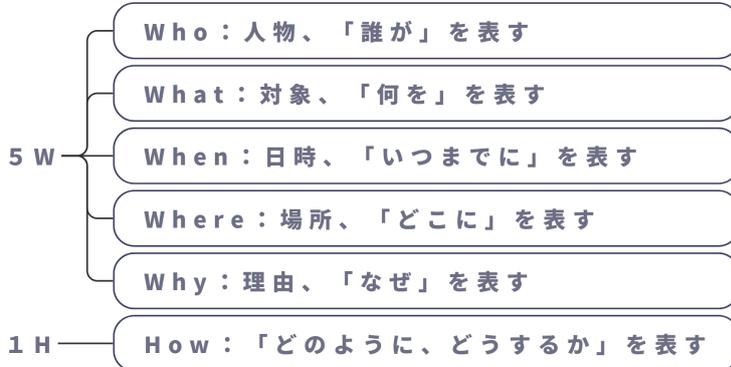
現在の情報：現状連絡

相：相談

どうしようか迷った時に、上司や先輩・同僚からアドバイスやヒントをもらう事

未来の情報：対策計画

万能フレームワーク『5W1H』を活用しよう



ウェビナー動画は限定公開でYouTubeに公開していますので、ぜひご覧ください！

チャットが働き方を変える

MS Teamsでコラボレーションが加速する生産性向上勉強会

株式会社インフィニティ

[パソコンでYouTube動画を見るにはこちらをクリック](#)

スマホでYouTube動画を見るには下記QRコードから



2024年9月20日（金）、中小企業向けDXツールであるZoho（ゾーホー）の年1回のイベント、ZOHOLICS JAPAN 2024が東京で開催されました。1日のイベントで、エンドユーザー向けにリアルとオンラインで開催されました。そちらに参加してきたレポートを紹介していきたいと思います。

ZOHOLICS

JAPAN 2024



東京駅のKITTEで開催されたのですが、リアル参加者が約500名、オンライン参加者が約500名の合計1,000名が参加されたようです。事前にメール配布されたQRコードで入場し、ゲートをくぐると、記念写真撮影があります。講演が行われる会場以外にイベントブースとZohoスタッフに質問できる1on1個別相談エリアがあり、講演が開催されない間などでも情報を得られるようになっていました。

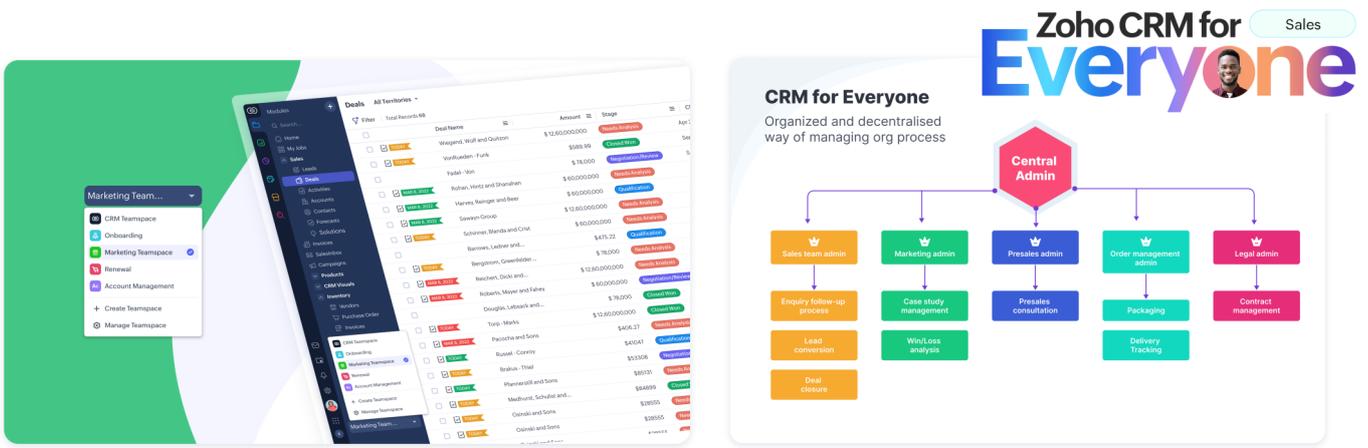


Zohoは1996年にアメリカ ニュージャージー州でネットワーク管理会社AdventNetという名前で設立され、2009年にメインツールであるZohoサービスを主軸にするために、Zoho Corporationに社名変更しました。2021年に創立25周年を迎え、2023年にはZohoの利用者が全世界で1億ユーザーを突破。現在、28年目を迎えている会社です。経営方針として「外部資本は受け入れない非公開企業」にも関わらず黒字企業として、株主の意向に左右されず、研究開発の投資や従業員の配慮を自由に行える会社という方針を貫いています。ZOHOLICSというイベントは日本で生まれたイベントで、2007年から17回目の開催のようです。

10時の基調講演はZoho JAPAN 代表取締役のマニカンダン社長が登壇、下記が発表されました。

- ①2025年度末までにメール/コラボレーション、人事（HR）、会計（Finance）などを中心に日本向けローカライズを進めていく
- ②CRM For Everyone（既存CRMの大幅アップグレード）の紹介
- ③2024年に8つの製品の日本語サポートを追加し、カスタマーサポートを今後も拡充していく
- ④中小企業に加え、中堅、大手にもアプローチをするため、営業活動の拡大を計画
- ⑤地域営業オフィスとして東京オフィスを開設、今後各地にも地域オフィス拡大を検討

大山副社長からは、改めてZoho JAPAN企業概要と地域貢献の取り組みについて紹介され、その後、今回の目玉である「CRM For Everyone」をプロダクト責任者であるヴィバブ氏より紹介。



従来のCRMが管理者を主導とした、トップダウンの管理プロセスでしたが、CRM For Everyoneでは、管理権限 & 責任 & カスタマイズを各チームの担当者に委任できるようになり、よりボトムアップの管理プロセスに移行されるようです。各チームごとにチームがメインで実施している業務を中心としたメニューカスタマイズが可能になり、チーム間のコラボレーションが容易になるようです。

また、destination CRMが行っている2024年もっとも世界で利用されているCRMを表彰するアワードにおいて、Zoho CRMは、下記部門で受賞し、

- ・最も優れたSFA部門受賞（他受賞：MS Dynamics365/Salesforce/ORACLE/SugarCRM）
- ・中小企業に選ばれるCRM部門（他受賞：Salesforce/Creatio/HubSpot/SugarCRM）
- ・中堅企業で評価されるCRM部門（他受賞：MS Dynamics365/Salesforce/HubSpot/PEGA）

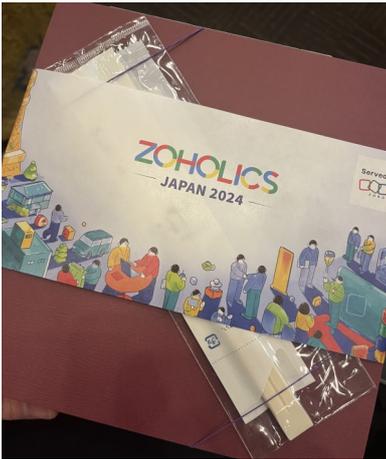
すべてのカテゴリで選ばれているのは、Zoho CRMとSalesforceの2社だけ（スゴイ）だそうです。



基調講演の後には、トップパートナーである2社が講演しました。

- ・株式会社船井総合研究所：AI活用で3~5倍の収益性を実現する「CRMカンパニー」の作り方
- ・カイト合同会社：10年のパートナー経験からみた、Zoho Oneのこれから

船井総研さんは、パートナーになって以来、かなり力を入れてZohoを展開しており、書籍も多く出版されています。実際、Zoho JAPANが東京駅の広告ジャックやプロモーションに広告費を多大にかけられるようになったのは、船井総研さんの力が強いかと思えます。講演の中では、CRMを中心とした会社創りである、CRMカンパニーという概念が紹介されていました。カイトさんはもっとも長いパートナー企業であり、AIとCRMをどのように連携するかも含めて講演をされていました。



この後の午後は、お弁当が配布され、昼休憩をしながらセッションを聴いたり、3つの会場に分かれて、興味があるセッションに分かれる体制でした。セッションでは、人事系ツールのPeopleの紹介や、CRMの活用方法事例、DX成功事例、営業組織の作り方、データ活用事例などの様々なラインナップがありました。17時に中沢部長より閉会の挨拶があり、その後、参加者による交流会が行われて、終了となりました。

興味深かったセッションとしては、創業手帳株式会社の久保社長の講演で、自社でZohoを導入する際、社長自らが先頭に立って検討していった経験を共有してくれていました。

ZOHOLICS JAPAN 2024

CRMでつまづく中小スタートアップの実情

- ・社シス（社内システム担当）をおけないかいても少数
- ・社長（私）やZohoの魅力にはまった詳しい人が、あれもこれも色々やりたがる
- ・一般社員はZohoが多機能過ぎてどこを見ていいかわからない問題
- ・誰かが使っているかもしれない項目やデータを消せない問題
- ・机上論・伝言ゲームで物事が進まない
- ・「データを営業が入れない」問題（CRMより行動習慣の問題）
- ・CRMの効果・意味意義が腹落ちしていない。

ZOHOLICS JAPAN 2024

まとめ

中小スタートアップのCRM成功のコツ
アナログな運用の徹底がコツ

クラウド系のツール
自社開発やスプレッドシート・エクセルに比べると圧倒的なコストパフォーマンスがなく、莫大な会社の知見が詰まっている。
ユーザーが増えるほどプロダクトが進化していくのが強み。

CRM
今のビジネスでは生命線。中小スタートアップも例外ではない。少子高齢化で量の時代から質の時代になり、顧客との関係性や顧客理解からの商品開発がより求められる。

Zoho
・安価で多機能。グローバルで機能がどんどん良くなっている。
・使うものに絞って徹底度を上げるのがカギ。
・売上はもちろん、一見関係ない、人事評価やコスト削減、コンプラ、人材育成にも効果
・中小スタートアップの強い味方。武器。費用に対して効果は絶大
・今日のZoholicsのようなユーザー・ベンダー含めたエコシステムも活用次第で大きな価値



さて、皆さんの会社はDXツールやCRMツールは利用していますか？
今後のビジネスにおいて、CRMは重要で強力なツールになります。導入を検討する際に、有名なSalesforceや安価なキントーンが候補に挙がることも多いかもしれませんが、でもSalesforceは中小企業には金額が高額で続けていくのがかなり負担になりがち。キントーンは安価ではありますが、できることが限定的で、カスタマイズに専門性が必要で、結局かなりの高額負担を強いられることが多くなります。その点、Zohoはユーザーでのカスタマイズも簡単で、豊富な機能が揃い、1億ユーザーからのフィードバックで常にベターなツールに進化しています。ご興味があれば、色々ご紹介しますのでご相談下さい♪

前号でお知らせしたロゴリニューアルに伴い、コーポレートサイトもリニューアルをしました。メニューや内容はこれから充実をしていきますが、コンセプトをリニューアル、社員紹介では各々の名前は伏せていますが、スタッフのイラストを載せていますので、是非ご覧いただき、どのイラストが誰なのか当ててみていただくと嬉しいです！



「IT」や「DX」に振り回されていませんか？

多くの中小企業は「IT」や「DX」の導入に悩み、振り回されています。どのように進めれば良いのか分からず、不安やストレスを感じていませんか？また、信頼できる相談相手が見つからず、焦燥感を感じているのではないのでしょうか。私たちは、あなたの悩みを解決するために、貴社のITチームと一緒に最適な解決策を考え、共に生産性が高いIT環境作りをサポートします。



以前4回に渡って特集をしてきた才能診断の周波数、皆さんはどの周波数でしたか？その周波数ごとに使える営業テクニックをご紹介します！3回目は外向型の「ブレイズ」です。前回までの思考特性から、今回と次号は行動特性です。

BLAZE

応援する！

話し合って決めよう！

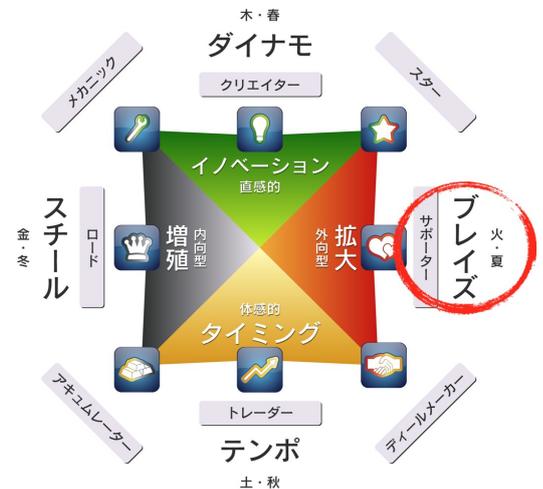
あれも、これも♡

見た目大事

あなたは「見た目」重視、一生懸命な人を「とことん応援する」

ブレイズタイプです

- ・思考特性：直感/体感型
- ・行動特性：外向型
- ・季節：夏
- ・要素：火
- ・大切：多様性
- ・得意な質問：Who



ブレイズが得意な役割は？

リーダー的役割 / セールス / 接客業 / 管理職

営業のあなたが「ブレイズ」だった場合、こんな特徴ないですか？

- ◎ 社交的で、人間関係を最重要と考える
- ◎ 顧客と長期的な関係を築ける
- ◎ 人から紹介を受けることが多い
- ◎ 聴覚に訴えるコミュニケーションが得意
- ◎ 注意力や整理力に欠けることがある
- ◎ 断られた時にダメージが大きい



ブレイズのアナタに向いている営業スタイル

日常的に人と接し、新しい出会いのある環境で、大きな力を発揮する。
テンポの支援を受けるとより良し。

自分の特徴や得意な営業スタイルがわかっているけど、営業は相手がいるもの。相手の周波数がわかれば、その人が好むアプローチを心掛けることで、成約率を上げたり、次のチャンスに繋げることが可能になります。かといって、商談相手にテストを受けてもらうことはできません。ではどうやって相手の周波数を見抜くのでしょうか？完璧ではありませんが、実は簡単に見分けることができるんです！相手の下記ポイントを注視するとそれぞれの周波数の特徴が出やすいです。

相手の周波数を見分けるポイント

- ・ボディランゲージ（多い / 少ない）
- ・会話の速度（早い / 遅い）
- ・会話の調子（聞きがち / 話しがち）
- ・声のトーン（高低 / 明暗 / 落ち着き）
- ・会話の内容（社交重視 / 細部重視）

ブレイズの特徴

- ◎声大きい
- ◎話をするのが大好き（おしゃべり）
- ◎明るくて社交的
- ◎流行に敏感でオシャレ
- ◎友達が多い

商談相手がブレイズの場合、こうアプローチしよう！



- ◎ほかの顧客の良い体験談を具体例として挙げる
- ◎感じよく振る舞い、笑顔を忘れずに身振り大きく
- ◎長話に邪魔されすぎず、本題に集中する
- ◎商品の利点は「人」の視点で話す
- ◎書類作成など面倒なことはこちらで引き受ける

商談相手がブレイズの場合、これはやっちゃダメ！

- ×製品の仕様や詳細を強調する
- ×社交的な話をせずに、ビジネスだけに集中する
- ×マニュアル通りにプロセスを進め、交流しない
- ×プレゼンで過度に感情的になる
- ×プロセスを急ぐ



結論：ブレイズに営業アプローチをするには！

「共感や親しみが大切 細かいことは苦手（人との関係重視）」
という特徴を尊重するアプローチをすること！

いかがでしょうか？周りにいるお客様で思い当たる人はいませんか？ぜひ、一度周波数ごとのアプローチを試してみてください♪

あなたの才能はどのタイプ？
5分でわかる才能診断



Zight (旧 : CloudApp) は、パソコン画面のスクリーンショットや動画、GIFなどで簡単に共有できるツールです。スクリーンショットや動画は、ウェブリンクや埋め込みコードで誰にでも共有でき、またパスワードによるアクセス制限を設定することも可能です。画面をスムーズに共有できることで、作業の進め方などをメンバーへ明確で視覚的に指導できるほか、顧客へ提案する際にもわかりやすくなります。Zightは、在宅勤務やオンラインで取引する方、正確なビジュアル情報を共有する必要がある方などにおすすめです。



Product ▾ Use Cases ▾ Resources ▾ Pricing

Login

Sign up free

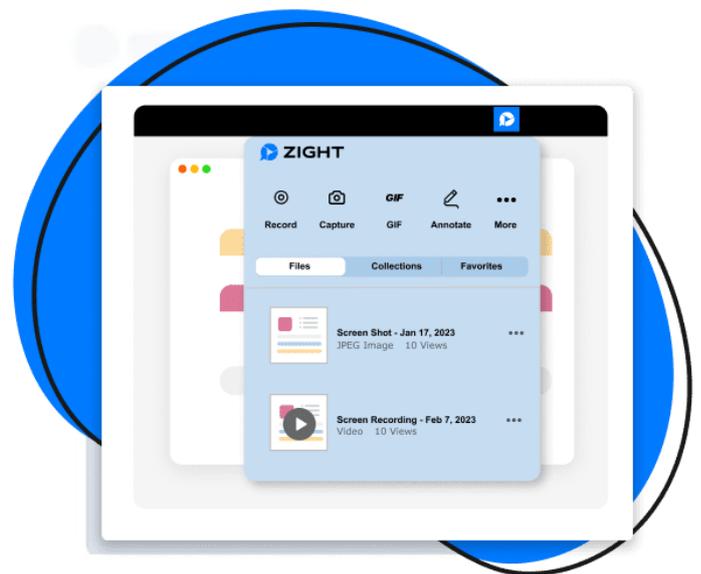
Get a demo

Capture & Share your Screen Instantly

Record your screen as a video with your voice & face, an annotated image, or a GIF and instantly share it as a link to get your point across

Sign up free

Get a demo



使い方は簡単です。メニューバーのアイコンにファイルをドロップするか、スクリーンショットを撮影するだけでそれらがクラウドにアップロードされ、それをダウンロードするためのURLがクリップボードにコピーされます。また、ショートカットを使ってクリップボード内のデータをアップロードできたり、「Capture」アイコンをクリックするとスクリーンショットを撮影して即アップロードできます。「Record」アイコンをクリックすると、画面の操作を録画して（最大30秒間）、GIFアニメに変換してアップロードできます。ほかにも、キャプチャに注釈をいれたものを共有することも可能です。あとは共有したい相手にSNSやメール、メッセージングツールなどでURLを教えればOK。なお、このソフトを利用するには、アカウント登録が必要です（無料）。

スクリーンショットや短い動画を簡単に共有できるという、シンプルなツールですが、意外とかゆいところに手が届くサービスですね。こういうツールと知っておいて、使いこなすと、短時間の作業が短縮され、積み重ねで大きな生産性アップになるので、是非お試し下さい！



iPhoneが出始めてから特に感じるのですが、Wordで英単語を入力すると、自動で文頭が大文字になります。現時点では、iPhoneはそういう単語と認識されているようで修正されませんが、「improve」も小文字で記載するので、修正されると困ります。

これは、Microsoft Officeに搭載されている「オートコレクト機能」が働き「文頭は大文字だね」ということで大文字にしてくれています。オートコレクトは英語で「autocorrect」と綴ります。「自動で正しくする」という意味です。

オートコレクトを解除するには、左の画像で「I」の下に青い下線が入っています。そこにマウスカーソルを合わせます。



「オートコレクトのオプション」が表示されるので、「▼」を押しメニューを表示します。

「元に戻す」を選択すると「improve」に戻り、この文書内では文頭の文字が大文字にならなくなります。



「文の先頭文字を自動的に大文字にしない」を選択すると、文頭大文字の設定がオフになり、今後Wordで文章を作成する際はすべて自動修正されなくなります。オフにしてしまった後、やはり自動修正して欲しい場合、戻すのは少し手間が掛かります。Wordのオプションから戻すのですが、「オプション」は、「ファイル」タブを開き、左のメニューからオプションを選びます。そこから「文書校正」に入り「オートコレクト」から設定を変更します。

使用方法に合わせうまく活用しましょう。

インフィニティのSNSのフォローもお願いします！



X (旧Twitter)



instagram



YouTube



facebook

2024

Sept.

i SHARE

編集・制作

安藤 玲子

あとがき - Editor's Note

梅雨時期って寒い日もあったと思うのですが、今年は寒い日がなく、早くから暑いなと感じていました。そして9月最初は「あれ？涼しい」って思ったのもつかの間また暑い日々が…朝晩は少し涼しくなったものの35度超えの日々でしたね。やっと秋らしくなったようです。

いつもと違うと少し不安がありますね。南海トラフ地震も台風も備えておくことに越したことはありません。私は、今年、非常用トイレを増やしました。ご自宅の備えも大事ですが、何かが起きたときに事業継続するための備えである「BCP対策」もこの機会に見直しておきましょう。ご不安があれば、些細なことでもご相談ください。

発行元：

株式会社インフィニティ

株式会社イングループ

代表取締役 大畑祐貴

〒460-0002

愛知県名古屋市中区丸の内3丁目17-29

丸の内iaビル7階

☎ 052-228-0417

✉ support@infinity-i.co.jp