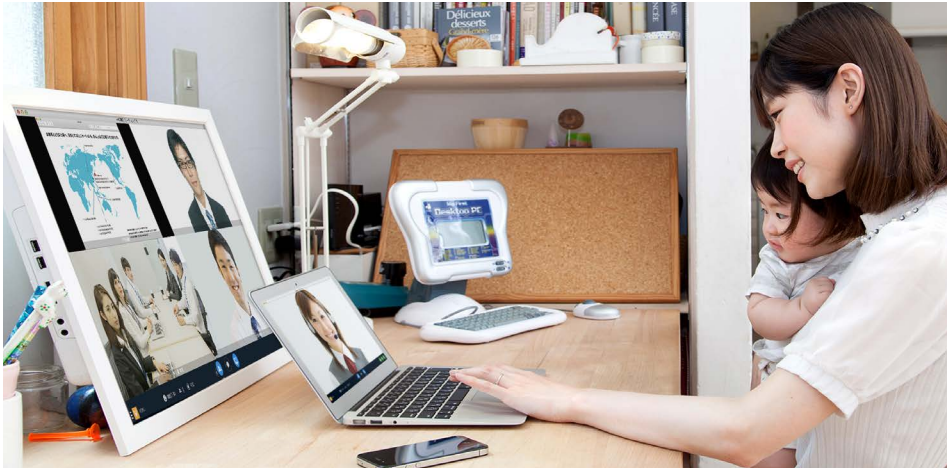


国内Web会議市場シェアNo.1※の企業が、Community Cloudでパートナービジネスの拡大に挑む
 パートナーとの連携強化で1年間で商談件数1.25倍、商談金額1.2倍、間販比率が3割から4割に！



株式会社ブイキューブ

業種 IT・サービス

業種詳細 Web会議・

テレビ会議システムの提供

従業員数 550名(連結)

導入製品 Sales Cloud, Community Cloud

活用用途 マーケティング支援、営業支援・顧客管理、プロジェクト管理・勤怠管理、問合せ・カスタマーサポート、帳票自動化、その他(プラットフォーム)

※株式会社シード・プランニング 2017 ビデオ会議 / Web 会議の最新市場とビデオコミュニケーション周辺ビジネス動向

導入背景

- 成長のために間販の拡大が不可欠だったが、従来のパートナー向けWebサイトでは緊密な連携が難しかった
- 営業がパートナーからの要望に迅速に対応できなかった。また案件の進捗を把握できず的確な支援が困難だった
- パートナーが提案・販売に必要な情報を効率的に取得できず、顧客開拓や販売に支障が出ていた

導入効果

- 商談件数1.25倍、商談金額1.2倍を達成し、1年間で間販比率が約3割から約4割まで高まった
- 案件の進捗状況を定期的に確認し、タイムリーな支援と正確な売上予測を行えるようになった
- 販促ツールの取得や各種申請などの事務処理工数が大幅に削減され、パートナーの販売力が向上した

国内Web会議市場シェアNo.1の企業が、Community Cloudでパートナービジネスの拡大に挑む

伸長著しいWeb会議・テレビ会議システムの国内市場において、10年連続でシェアナンバーワンを達成した株式会社ブイキューブ(東京都目黒区)。1998年設立の同社は、クラウド型のビジュアルコミュニケーションサービスを主力事業として急速な成長を遂げ、2013年に東証マザーズに上場、2015年には東証一部に市場変更するなど、10年以上に渡り業界を牽引し続けてきた。

そんな同社のビジネスを陰で支えてきたのがSalesforceだ。2011年当時、社内システムに起因するさまざまな課題を抱えていた同社は、その解決策としてSales Cloudを導入。顧客・案件情報の一元管理によってビジネスの全体像が可視化され、従来は約30%だった月次の売上予測と見込売上速報の誤差が2%以内に収まるようになるなど、データに基づく安定した経営基盤を整えることができた。

また、既存顧客のサービス利用状況をデータベース化した結果、それまでは困難だった解約防止に有効な営業活動が可能になり、解約率を前年対比で約30%低下させることにも成功した。

そのように、Sales Cloudを活用して多大な成果を上げた同社。しかし、その前進は止まらない。2015年、新たにCommunity Cloudを導入し、長年の課題であった“パートナービジネス改革”に乗り出したのである。



パートナー案件の進捗を管理し タイムリーな支援が可能に

「弊社だけの力で売上を伸ばすには、増員または生産性向上を図るしかなく、いつか成長の限界がきてしまう。しかし、パートナー企業の力をお借りし、間販の比率を高めることができれば、成長を加速させられるはず。では、そのために必要なことは何か?と考えました」と、同社マーケティング本部部長の佐藤岳氏は語る。

その結論が、Community Cloudを利用し、パートナーに情報を提供する機能と、パートナー自身の販売力向上を支援する機能を強化することだった。実際、課題は数多くあった。たとえば営業は、パートナーから続々と寄せられる情報提供や値引きの要望に迅速に対応できない。また、案件の進捗状況を把握できず、的確な支援が難しい。パートナーがコミュニティサイトから提案・販売に必要な情報を探しづらい。そうした課題を、Community Cloudで一挙に解決しようと考えたのだ。

そこで2015年9月、Community Cloudをベースに構築したポータルサイト「Partner Community Center」を公開。同サイトには、パートナーによって案件の情報が逐一入力されるため、同社が案件の進捗状況を定期的に確認し、「販売機会の創出」「提案活動」「成約」といったステージごとに、タイムリーな支援と正確な売上予測を行えるようになった。

もちろん、パートナー側にも大きなメリットがある。パートナーには、案件の登録数やサイトへのアクセス数、資料のダウンロード数などの活動履歴に応じて、値引き券や周辺機器購入の原資として利用可能なポイントが付与される。また、販促ツールや製品情報の取得、各種申請、問い合わせなど、パートナービジネスに欠かせない作業をすべて同サイト上で行えるため、事務処理工数を大幅に削減できる仕組みとなった。

商談件数1.25倍、商談金額1.2倍 間販比率が3割から4割に!

同サイトの稼働から1年後、パートナー

全体の商談件数は1.25倍、商談金額も1.2倍と順調に増加。さらに、同社の提案・販売のベストプラクティスをパートナーと共有した上で開いた共催セミナーでは、集客目標達成率82%、来場率100%、案件化率60%という驚異的な数字を叩き出した。間販の比率を高めるという“改革”の最大の目標に対し、大きな一歩を踏み出したのだ。

しかし、佐藤氏の掲げる目標はさらに高い。「約3割だった間販比率はこの1年間で約5割まで高まりましたが、2019年までには7割を目指したい。Community Cloudによってパートナー様への情報提供や問い合わせ対応の工数を大幅に削減でき、空いた時間でパートナー様の販売力向上を支援できるようになった今、間販比率をどこまで高められるかが、社運を左右するほど重要なことだと考えています」(佐藤氏)



"Community Cloudによってパートナー様の販売力向上を支援できるようになった今、間販の比率をどこまで高められるかが、社運を左右するほど重要なことだと考えています"

—株式会社ブイキューブ マーケティング本部 本部長 佐藤岳氏

