CASE STUDY

ホットプロファイル
ユーザー事例

株式会社 システムエグゼ 様

営業とマーケティングの領域を横断。

名刺管理からSFAまで必要な機能が揃っていた。

営業本部 プロダクト営業部 部長 兼 営業企画統括 部長 大谷内 淳 様（右）
営業本部 マーケティング営業推進グループ 熊谷 智哉 様（左）

株式会社システムエグゼは「システムで社会に貢献する」という強い思いを持った、IT企画開発に真摯に取り組んでいる企業である。創業当初よりデータベースを最大活用する為のソリューション・サービスを提供しており、現在はシステムインテグレーション事業と製品・サービス開発・販売事業、グローバルソリューションを展開している。年々ビジネスを拡大している同社において、「営業が営業活動に集中できる環境を作る」という営業支援を目的に、名刺管理、営業支援ツール「HotProfile」の導入に踏み切った。その背景と効果について、営業本部 営業企画統括部長 大谷内淳氏と営業本部 マーケティング営業推進グループ 熊谷智哉氏にお話を伺った。

導入の背景

顧客情報の管理、営業支援を一元化できるツールを探して

Q：導入の背景を教えてください。

弊社はシステム会社ですが、私たちが所属している営業本部は、自社パッケージやサービスをお客様にご提案する営業部隊です。現状、営業の人数は社員数に対して決して多くはない状況ですが、IT 業界の市場競争が激しくなる昨今、多分に漏れず営業強化に取り組んでいます。

これまで弊社の営業活動においては個人のスキルによるところも多く、顧客情報や商談・活動の情報管理についてはグループごとに異なる状況でした。その対策として、管理項目の標準化と管理基盤の集約による一気通貫での情報管理を目的に HotProfile 導入前にも他の SFA ツールを利用していました。それにより営業管理においては一定の成果を挙げることはできたのですが、次のステップとしてマーケティング・プロモーション活動との連携により更なる効果拡大を図りたいという要望が出てきました。

マーケティング部門では、展示会やセミナーなどで収集した名刺情報を、自部門での活動であるメルマガなどの施策に活用していますが、営業とは別部門システムであり、また顧客管理とメルマガ配信も連動しておらず、作業者の負担がかなり大きくなっていました。そこでこの機会に、営業部門とマーケティング部門で顧客情報を一元化でき、各々の部門での活動・施策の情報も管理できるシステムを探すことにしたのです。

そのため必要な要件としては、営業支援（SFA）機能があることと、メルマガの効果測定ができること。さらに手間がかからずなるべく費用が抑えられればよいと思っていました。

展示会やWebでSFAツールを開発している企業の情報を集め、実際に営業訪問してもらって話を聞いた上で5～ 6社に絞り、製品の比較検討をしていきました。

選択の理由

必要な機能がすべて揃っていたことが決め手になった

Q：選択のポイントとなったのはどういう部分ですか？

以前使っていたツールの導入時も意識したのですが、大仰にシステムだけあっても運用が回らないと意味が無いため、各部署の業務を上手くまわすにはどうしたらいいか、トライアル環境を提供してもらいじっくりと検証しました。検討期間は2 ヵ月程度だったと思います。

何社かトライアルで使用してみた中で、HotProfile の1つ1つの機能は平均的でした。しかし、他の会社の製品は、◎の機能はあるけど×もある、といった状態で、名刺スキャン、顧客管理、メルマガ送信、SFAといった営業とマーケティングの領域を横断した目的でツールを探していた弊社にとって、機能、規模感、料金のバランスが一番フィットしたのが HotProfile でした。さらに、導入にあたって、弊社が求める機能のカスタマイズにも柔軟にご対応いただいたので、信頼できると感じたところも大きなポイントのひとつです。この点については、ハンモックの担当営業の方だけでなく開発担当者の方も含めて何度も打ち合わせを行うことで、より良い製品を作ろうという気持ちがすごく伝わってきました。

導入効果

Webからの問い合わせ以前の見込み客にアプローチすることが可能に

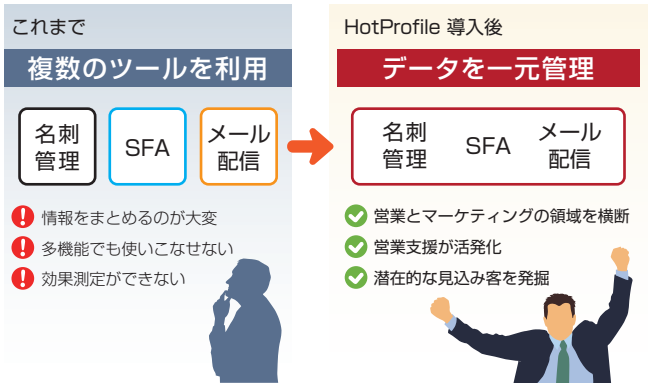
Q：導入にあたり、社内での反応はいかがでしたか？

以前に他のツールの導入に取り組んだ経験があったので、ツールを使用するために発生する作業などについて社内的にはそれほど抵抗感はなかったです。またマニュアル作成やリリース期間の調整、個別の説明会などを企画し、スケジュールを導入関係者に説明しながら進めたため、比較的スムーズに導入できました。

以前のツール利用時は顧客情報を別管理していたため、簡易的な顧客情報の入力だけで活動履歴を登録できるようしていましたが、現在は名刺情報をきちんと入力しないと次へ進めないような設定にしています。入力の仕方や情報の紐付け方が今までと全く違うので面倒だという声もありましたが、営業部の責任者にも協力してもらい連携して行ったので、想像していたよりは不満は少なかったです。より詳細で精度の高いデータを残すことにより、営業支援が活発に行えるというメリットが理解されていましたので、現場で多少の手間がかかっても入力をしてくれています。これをマーケティングの独断で導入を行うと拒否感が強かったでしょう。

効果として大きいのは、メルマガを送信後に弊社のコーポレートサイトを見てくれている企業様がどのくらいいるのか、そしてどの程度興味を持ってくださっているのかということを測定し、ある程度の見込みがありそうな企業様に営業からアクションを起こしてもらうという、連携が迅速に取れるようになってきたことです。今まで弊社には、Webからの問い合わせ以前の見込み客にアプローチをする手段がなかったので、今現在、少しずつ導入の効果が出てきているところです。

HotProfile でデータを一元管理



運用の工夫

効果測定のための工夫や顧客資産を活かす取り組みを

Q：HotProfile をより効果的に使うための工夫などはありますか？

HotProfile での効果測定をより現場サイドで活かしていくために、例えばメルマガに誘導URLを多めに入れるなどの工夫をしています。その反応を受けて、営業にきちんとフォローしてもらうところまで行ってこそHotProfile を導入した効果が出てくると考えています。また、営業本部とは別に営業改革プロジェクトというチームを作っています。他の部署で持っている名刺なども随時データ化し、全社的に顧客データと営業活動を集約し、会社としての顧客資産を構築しているところです。やがては他の部署の営業情報などからも、営業部隊の個人個人がそれぞれキャッチアップできる状態まで持っていきたいと考えています。

そうなることで、セールス活動をする上での社内情報管理ポータルになってくれることを期待し、文書管理や情報管理を社員同士がうまくシェアできるような仕組み作りに取り組んでいます。

今後の展開

「情報の蓄積」だけではなく、営業ツールとしての進化を期待

Q：今後、期待されていることはありますか？

現段階では、現場から何も不満はありませんが、運用側からの希望のとして、今後マーケティングと営業活動との連携をさらに密にするため、HotProfile 上の情報をタイムリーに営業部に開示できると良いと思います。現在は担当者がデータを見て、営業部に知らせているのですが、その共有自体を自動化できると、営業ツールとしてさらに素晴らしいものになると思います。

HotProfile は、営業活動の管理、商談の管理という、情報を蓄積するシステムとしては大変優秀です。今後はさらに、それを活用できる形にバージョンアップしていただけることを期待しています。

ユーザーデータ

SystemEXE

株式会社システムエグゼ

設　　立：1998年2月
資 本 金：4億7千5百万
社 員 数：470名

事業内容：システムインテグレーション事業と製品・サービス開発・販売事業、グローバルソリューションを展開。システムインテグレーション事業は、保険、生産管理、会計、医療などの業務ソリューションとデータベース、ITインフラ、ビジネスインテリジェンス、クラウド／BCP／スマートデバイスなどの技術ソリューションの二軸を展開しています。

URL：http://www.system-exe.co.jp/

取材日:2015年4月7日

HAMMOCK
株式会社 ハンモック
〒169-0072 東京都新宿区大久保1-3-21 ルーシッドスクエア新宿イースト3F
TEL：03-5291-6121　FAX：03-5291-6122
E-mail：n_sales@hammock.co.jp　URL：https://www.hammock.jp

※製品の仕様は予告なしに変更する場合があります。最新情報はハンモックウェブサイトをご覧ください。記載された社名および商品名は、一般に各社の商標または登録商標です。
※掲載された導入企業様のご担当者様役職名等は取材日現在のものです。本カタログに記載された情報は初掲載時のものであり、閲覧される時点では変更されている可能性があることをご了承ください。