

MotionBoard for Salesforceで見込客情報と実績情報を連携 営業担当者の生産性やターゲティングの精度を向上

株式会社ネクスウェイ（以下、ネクスウェイ）は、FAXサービスを中核に、メール、インターネットなど、IT基盤を活用したサービスを約8,000社の顧客企業に提供している。同社では、営業担当者の生産性やターゲティング精度の向上を目的に、MotionBoard for Salesforce（以下、MotionBoard）を採用。Salesforceの見込客情報と基幹システムの実績情報を連携させ、スピーディーな現状把握と営業効率アップを実現した。

✓ 採用の背景

- Salesforceの顧客情報と、基幹システムの実績情報の連携
- 外部データとの連携機能を開発するための期間短縮とコスト削減
- 営業戦略の変更に迅速かつ柔軟に対応できるダッシュボードの実現

✓ 導入ポイント

- データの可視化、高速な抽出・集計、CSV出力などの豊富な機能
- Salesforceと外部データを連携できるインターフェイス
- Salesforceと同じ画面上で利用できる容易な操作性

✓ 導入効果

- MotionBoardによるデータの自動集計でExcelによる手作業が不要に
- ダッシュボードにより、現状をスピーディーに共通認識化
- 次のアクションの明確化

Company Profile



株式会社ネクスウェイ

設立 :2004年10月1日
(株式会社リクルートより分社独立)
所在地 :東京都港区
事業内容 :コミュニケーションクラウドサービス「NEXLINK」(情報通信提供サービス)を事業として展開。
URL :<http://www.nexway.co.jp/>

Interview



左：事業統括室 直野 敦司氏
中：事業統括室 渡部 友紀氏
右：コミュニケーションデザイン事業部 3グループ グループマネジャー 浅田 佳津雄氏

Surprise! MotionBoard導入後の驚きの声!

Before

「Salesforceでは、実績情報が連携されていないために、複数のシステムから必要なデータを抽出し、Excelなどを使って、手作業でレポートを作成しなければならなかった」

After

「データの、高速な抽出・集計、CSV出力、外部データとの連携など、MotionBoardの豊富な機能でレポート作成を自動化。Excelによる手作業でのレポート作成を不要にし、より容易かつ迅速な意思決定を可能にした」

「NEXLINK」を中核に 効果的なコミュニケーションを推進

ネクスウェイは、最高のプラットフォームで情報を届け、ひとに響くコミュニケーションスタイルを創造する「for Movin」というビジョンに基づき、企業と企業のコミュニケーションに必要な機能やリソースをクラウドサービスとして提供。顧客企業に「確実に相手に伝わり、効果のあがる」コミュニケーションの提供を目指している。

事業の中核となる「NEXLINK(ネクスリンク)」は、FAX、メール、郵送というビジネスコミュニケーションの基本手段を実装したソリューションで、情報を「送る」ために必要な宛先リストやデータの管理機能も搭載。販売促進の効果向上や業務の生産性向上など、「お客様の成果を実現する」ビジネスと新たな価値創造を実践している。

基幹システムとの連携により Salesforceの有効活用を目指す

ネクスウェイでは、約7年前よりSalesforceを導入し、見込客を含めた顧客管理を実施していた。しかしSalesforceでは、実績情報が不足しているために、複数のシステムから必要なデータを抽出し、Excelなどを使い手作業でレポートを作成しなければならなかった。

レポート作成に携わっていた事業統括室の渡部 友紀氏は、「商談情報はSalesforceのダッシュボードで把握できるのですが、目標と実績に関しては、Excelの関数などを使って加工しなければなりません。加工作業に時間がかかるので対策が必要でした」と当時を振り返る。

事業統括室の直野 敦司氏は、「戦略が変わるたびに見たい情報も変わりますが、この変化のスピードに追いついていませんでした」と話す。

**MotionBoardの豊富な機能を評価
実績データを次の営業活動に活かす**

2012年11月中旬より検討を開始し、MotionBoardの導入を決定。2013年1月末に本番環境を構築した。

MotionBoardの採用を決めた理由を、当時事業統括室で選定を行い現在営業を担当している、コミュニケーションデザイン事業部 3グループグループマネジャーの浅田 佳津雄氏は、「視覚的に見やすいこと、PDFを活用できること、自動配信の機能があることなどを評価しました」と話す。

「別の部署の担当者から紹介されてMotionBoardのデモを見たのですが、第一印象として“動くPDF（オフラインチャート）”に感動しました。またMotionBoardは、グラフ化のスピードも高速で、エンドユーザーが柔軟に設定を変更できる機能や外部データを連携できることなどを評価しました」（浅田氏）。

導入されたMotionBoardは、Salesforceの営業活動情報・顧客情報と2011年11月に導入されたDr.Sum EAIに蓄積された基幹システムの実績情報を連携させ、営業担当者や経営層が会社の現状を把握するために利用されている。

例えばFAXサービスでは、利用の上位をMotionBoardに表示し、約5,000社の顧客がどれだけ稼働しているかを把握、もし稼働していなければアプローチするなどのアクションにつなげて稼働を促進していると言う。また、商品別に売上推移

の状況把握や、営業担当者ごとのお客様からのお問い合わせ対応状況の把握などに活用している。

浅田氏はデータ活用のコツをこう話す。「そもそもダッシュボードは全体的な数字を見て、各営業担当者が次に何をしなければならないのかを共通認識してもらうことが最大の目的です。実績から学び、次の営業活動に活かしていく、PDCAサイクルを確立することが重要です。そのため、MotionBoardのレポートにコメントをつけChatterで配信することで、各営業担当者がいつまでに何をやるかを明確にしています。このとき、あまり多くの情報を与えても消化不良になるので、MotionBoardで提供する情報は必要最小限にすることもポイントです」

また直野氏は、「あれこれ数字を見るのではなく、なるべくMotionBoardに集約させたいと考えています。MotionBoardを見れば必要な情報がすべてある、という状態にするのが理想です。手作業で作っていたレポートは、自動化して効率化を図りたいと思っています。こうすることで営業担当者は、より付加価値の高い業務に注力できます」と話している。

外部データとの連携など、MotionBoardの豊富な機能でレポート作成を自動化。Excelによる手作業でのレポート作成を不要にし、より容易かつ迅速な意思決定を可能にしています。また今後、幅広い部署への展開も期待できます」

また渡部氏は、「MotionBoardは、クラウドサービスであることから、導入コストと運用コストを削減できました。今後、より一層操作に慣れて、依頼に対する対応だけではなく、今まで見ることができないと諦めていた情報を発信していきたいです」と話している。

今後について浅田氏は、「グループ内では、訪問履歴や商談管理、既存顧客がFAXを何枚使ったかなどの数字の見方を理解し、自発的にコメントするなど、数字に対する意識が高まっています。数字を見るスキルを磨き、より効率的に情報を把握し活動に活かすことが大切だと考えています」と話している。

**MotionBoardに対する理解度が向上
今後は幅広い部署への展開も検討**

MotionBoardを採用した効果を直野氏は、次のように語る。「データの可視化、高速な抽出・集計、CSV出力、

導入製品・サービス

MotionBoard for Salesforce

Salesforceに蓄積されたデータを、現場担当者や経営者などが「よりリアルに」「もっと分かりやすく」「もっと美しく」、意思決定や行動の変化を促す情報をスピーディーに届けることができるクラウド型BIダッシュボードサービス。

システム構成図

