

株式会社ビットアイル

事例紹介

リード獲得からセールス、既存顧客まで一気通貫に可視化 マーケティングと営業を科学し、市場の変化に立ち向かう

クラウドとデータセンターを事業の中核とする株式会社ビットアイル（以下、ビットアイル）。長年培ったデータセンターの運用実績やノウハウをベースに、「iDCサービス」「マネージドサービス」「クラウドサービス」「ソリューションサービス」を展開。企業のITアウトソーシングニーズに応える各種サービスを提供している。Salesforceの複数オブジェクトにまたがる分析に、MotionBoard for Salesforce（以下、MotionBoard）を採用。プロモーションからポストセールスまでを一気通貫で可視化し、次のアクションにつなげている。

✓ 採用の背景

- Salesforceと容易に連携できるBIツールが必要
- Salesforceの複数オブジェクトにまたがるデータの加工やグラフ化が困難
- Excellによる集計レポートやグラフの作成における作業負荷が増大

✓ 導入ポイント

- プロモーションからポストセールスまでを一気通貫で可視化
- 営業リードがどれだけ実際に案件化し、受注できたかを把握
- 予算に対しどれだけ売り上げたか、売り上げそうかという視点に立った案件管理

✓ 導入効果

- データ入力省力化と現状の見える化の両立
- データ活用における意識変革
- 市場の変化に迅速に施策を対応できる俊敏性

Company Profile



株式会社ビットアイル

設立 :2000年6月14日
 所在地 :東京都品川区
 事業内容 :安定したITインフラを24時間365日提供するiDCサービス、顧客のシステムをオンサイトで運用・監視するマネージドサービス、ITインフラをリソースとして提供するクラウドサービス、システムの検討から開発、構築、評価、改善までの業務を支援するソリューションサービスを事業として展開。
 URL :<http://www.bit-isle.co.jp/>

Interview



マーケティング本部
 マーケティング・コミュニケーション部
 プロモーショングループ 課長 奥村 友昭氏

Surprise! MotionBoard導入後の驚きの声!

Before

「Salesforceでは、複数のオブジェクトにまたがるデータの加工やグラフ化などが困難だった。そこでExcelを使って集計レポートを制作していたが、作業負荷が大きかった」

After

「MotionBoardを導入したことで、プロモーションからポストセールスまでを一気通貫で可視化できた。Excelでは複雑になる予実管理の表も、MotionBoardは様々な切り口で容易に実現できる」

都心のデータセンターで クラウドサービスを展開 独立系最大の7,500ラックを保有

「お客様の夢をかなえるパートナーになる」という企業理念に基づき、ほかにはないサービス力と技術力で、安定的、継続的な総合ITサービスを展開するビットアイル。会社設立より、ハウジングやコロケーションなどのデータセンター（DC）ビジネスを提供してきたが、2009年からは仮想化技術を利用したクラウドサービスも展開している。

最大の特長は、都心に4つのDCを持っていること。2014年秋には、さらに1つDCを開設する予定で、これが完成すると独立系DC事業者としては最大規模の約7,500ラックを保有することになる。ゲームやコンテンツ配信、EC事業など、インターネットビジネスの会社を中心に、近年ではエンタープライズビジネスの企業にもサービスを提供している。

マーケティング活動のKPIは受注実績 リード獲得から受注までを徹底的に 追いかける

ビットアイルは2010年12月に、営業リードと案件の可視化を目的にSalesforceを導入した。マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 プロモーショングループ 課長の奥村 友昭氏は次のように当時を振り返る。

「様々なマーケティング施策によって獲得したリード*1が、どれだけ案件化しどれだけ積み上がっているのか、また、どのリードが最終的に受注までつながったのか — マーケティング部門は、リード獲得の先にある案件化・受注という営業視点を持ち、会社の事業全体に貢献することが最も重要です。マーケティング活動の成果とROIを評価するために、期をまたがった案件も含めて、マーケティング部門が受注までを徹底的に追いかけて結果を把握する必要がありました」

*1: マーケティング活動により獲得した見込顧客のこと

しかし、「獲得したリードが最終的に受注までつながっているか」を知ることは、思ったほど簡単なことではない。Salesforceの場合、リード管理と案件管理の複数のオブジェクトにまたがってしまうため、標準のレポート機能だけでは知ることができなかった。そこでこれまでは、Salesforceから必要なデータを抽出し、Excelを使って集計レポートを作成するという方法をとっていた。

「Excelによるレポート作成の作業負荷が大ききBIツールの導入を検討しましたが、当時はSalesforceと連携できるBIツールがありませんでした。そんなとき、まだベータ版だったMotionBoardのことを知り、すぐにSalesforceとの連携のデモを見せてもらいました」(奥村氏)。

まずマーケティング部門で活用 迅速に次の一手を打つ

ビットアイでは、2012年6月より、まずマーケティング部門でMotionBoardのベータ版のトライアルを行った。

MotionBoardでは、Webや電話による問い合わせなどのプロモーションチャネルにおける、月ごとのリードの獲得数、見込数、案件数、受注数を一覧できる。これだけリードを獲得して、これだけ案件化し、これだけ受注に貢献できそうという現在と将来の観点で、容易に予算と実績を把握できるようになった。

リード管理における効果を奥村氏は、次のように語る。

「予算に対してどれだけ進捗していて、期末にどれくらいで着地できるかということ容易に把握

できます。もし目標が達成できそうになれば、どのような施策が必要なのかを検討し、すぐに次のアクションを起こすことができます」

また、MotionBoardでの分析によって、今まで漠然と感じていたことが数字として実証された例もある。イベント出展で集めた名刺のリード情報より、自社のウェブサイトやセミナーで獲得したリード情報の方が、案件化・成約化しやすいということだ。

「限りあるリソースで成果を出すために、変化に迅速に気づくことが重要です。案件化しやすいリード情報の取得方法は常に変化するので、今後も分析精度の向上を目指していきたいと思っています」と奥村氏は話す。

営業部門にも展開し、スナップショット機能で差分分析も可能に

マーケティング部での効果を踏まえ、MotionBoardの正式版が提供され、その半年後の2013年6月以降から、一部の営業部門スタッフにも展開した。

営業部門で使う案件管理では、AランクからDランクの4段階で管理されている受注確度が色分けされ、単月および累計の予算と実績がひと目で分かる。また、気になるデータを詳細までドリルダウンして、現状を容易に把握することもできる。

「期末の着地はどうか、各月の進捗はどうか、解約の状況はどうかなどを可視化できました。こうした情報の見える化に加え、現場への継続した説明と入力や活用についてのコミュニケーションを地道に行ったこと、営業マネージャーの意識

の高さから、忙しい現場の担当者もきちんとデータを入力するようになり、現在はMotionBoardを使って会議をするようになってきています」と奥村氏は話す。

さらに、MotionBoard Standard Editionがリリースされたタイミングで、Entry EditionからStandard Editionに変更するとともに、営業スタッフ全員にライセンスを発行した。新たに実装された「スナップショット機能」を活用することで、先週と今週の変化や着地の差分分析などが可能になった。

マーケティング部門と営業部門が視点を共有して協働する

こうしてMotionBoardは、マーケティング部門と営業部門で活用されるようになった。両部門が、同じツールで同じ数字(動き)を見ることによる効果も大きいと奥村氏は言う。

「営業チームのミーティングにマーケティング部門の担当者も参加し、できるだけ営業と同じ視点に立って各種施策について議論するようにしています。こうすることで、最終的な成果は会社全体や事業という高い視点を持つことができ、かつ、スピードを落とさずに各種施策の検討・実行することが可能になると考えます。また、1つの営業チームで成功したことは、結果として他の営業チームにも横展開しやすいですね。こうした分析～改善の小さなPDCAサイクルの積み重ねが、結果的に全体の成果への早道かもしれません」

営業部門とマーケティング部門が一体となって、同じ視点を持ったディスカッションの中から新たな施策を導き出し、小さなPDCAサイクルを回し続ける——ビットアイのこうした取り組みは、市場環境がめまぐるしく変化し、顧客サービスの質や速さが求められる今日において、多くの企業にとってヒントになるに違いない。

カテゴリ1	カテゴリ2	期	14期														
			半年	上期							下期						
		年月	2012/08	2012/09	2012/10	2012/11	2012/12	2013/01	合計	2013/02	2013/03	2013/04	2013/05	2013/06	2013/07	合計	
インバウンド	獲得数 (実績)	獲得数 (実績)															
		見込み数 (実績)															
		案件化数 (実績)															
		受注数 (実績)															
	見込み数 (実績)	見込み数 (実績)															
		案件化数 (実績)															
		受注数 (実績)															
		獲得数 (実績)															
	案件化数 (実績)	案件化数 (実績)															
		受注数 (実績)															
		獲得数 (実績)															
		見込み数 (実績)															
受注数 (実績)	受注数 (実績)																
	獲得数 (実績)																
	案件化数 (実績)																
	受注数 (実績)																

獲得数 (実績) 「獲得数 (マーケティングリード)」

見込み数 (実績) 「見込み数 (営業リード)」 「案件化数」

案件化数 (実績) 「受注数」がマーケティング施策ごとに月別に一覧でき、どの施策が効果的なのかがひと目で分かる。

受注数 (実績)

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