

ユニリタマガジン

UNIRITA Magazine

vol.
64



特集 カスタマーサクセス

カスタマーサクセスの現状
What's カスタマーサクセス

カスタマーサクセスの
サービスマップ
How to カスタマーサクセス

DX推進による
カスタマーサクセスの
実践事例

カスタマーサクセスを支援する
フリーミアム/フリートライアルサービス

イベント紹介

第16回システム管理者の会 感謝の日イベント
オンライン開催を決定!

無料セミナー開催決定
お客様実運用から学ぶ!
請求書発行業務の改善における5つポイント

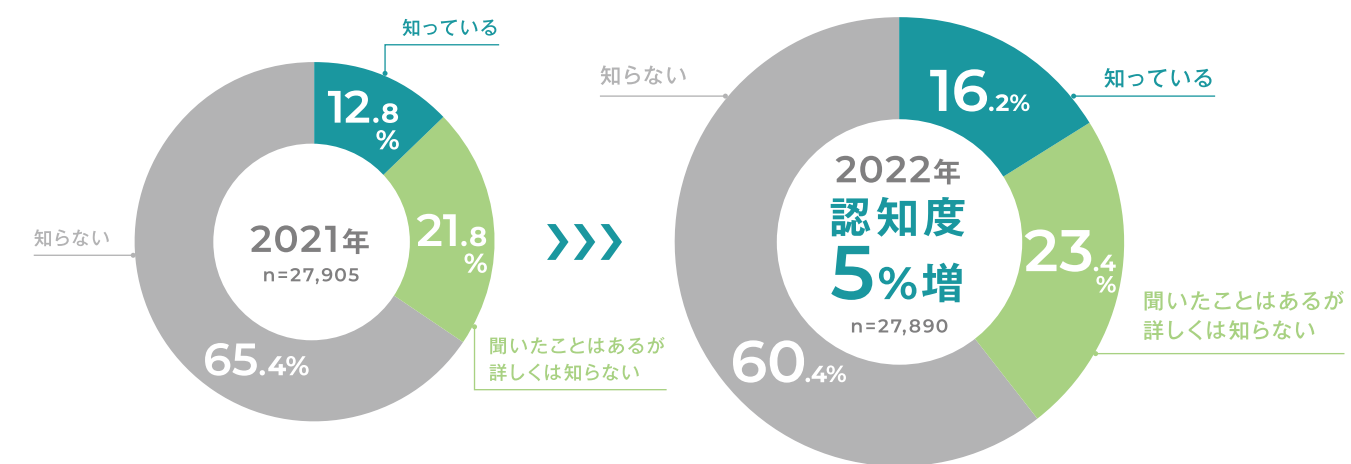
日本最大規模、CXイベントに
「カスタマーサクセス/カスタマーサポート」の
サービスを出展

カスタマーサクセスの現状

What's カスタマーサクセス

皆さんはカスタマーサクセスという言葉は聞いたことがあるでしょうか。
全く知らない、言葉は聞いたことがある、自分たちも取り組んでいるなどさまざまな反応があるかと思います。ユニリタでは、2021年から『カスタマーサクセス実態調査』という社会調査を継続して実施していますが、今年の結果からもカスタマーサクセスの言葉に対する認知度が年々高まってきていることがみてとれます。

あなたは「カスタマーサクセス」という言葉をご存知ですか



カスタマーサクセスとは直訳すると「顧客の成功」という意味ですが、一般的にはお客様がサービスから得られる価値を最大化して継続利用してもらえるようにする職種や活動、または概念として紹介されています。

カスタマーサクセスという概念は営業支援システム(SFA)のSaaSを提供しているSalesforce社が2000年頃から提唱し始めたといわれています。カスタマーサポートとカスタマーサクセスは言葉が似ているので混同されがちなのですが、それぞれのKPIや活動に大きな差異があります。

	従来のカスタマーサポート（ヘルプデスクなど）	カスタマーサクセス
KPI	問い合わせ数削減、解決スピード向上など	解約率、アップセル・クロスセル金額など
活動内容	サービスが正常に使えることを保証する	サービスで成果をあげられることを保証する
品質基準	当たり前品質	魅力的品質

なぜこういった違いが生まれるのかという背景としては、企業が提供しているサービスに対するビジネスモデルの変化があげられます。
従来のビジネスモデルの主流はフロー型といわれる、いわゆる売り切り型のサービスでした。売り切り型のビジネスモデルでは、利益は販売時点が最大となり、それ以降で発生する顧客の問い合わせ対応といったカスタマーサポートなどの作業は利益を徐々に食いつぶすコストセンターとみなされがちで、基本的にはサポートはなくて済むのであれば、それに越したことはないというものでした。

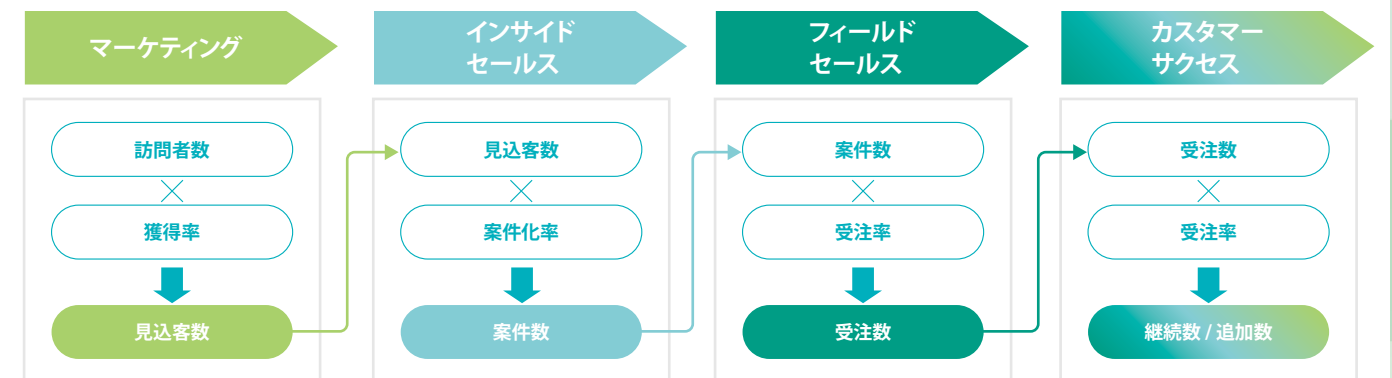
しかし昨今、サブスクリプション形態のサービス（以下、サブスク）というビジネスモデルが大きく増えてきています。サブスクは利用期間や使用量などに対する料金を毎月、毎年などのタイミングで定期的に請求していくものになっており、動画配信サービスや音楽配信サービスなどのBtoC向けのサービスでも日常的に使われますし、BtoBでもストレージのサービスやスプレッドシートのサービスなど、さまざまなものがサブスクで提供されるようになりました。

サブスクでは売り切り型のビジネスと異なり、初回の売り上げで販売コストを回収できることはなく赤字になってしまうことがほとんどですが、契約を更新していったらいいことにより最終的には投資回収して利益を生み出すことができるようになります。また、契約金額の総計(MRR、ARR)を積み増していくことで経営を安定させていくことができるビジネスモデルになっています。

逆に言うとサービス契約後に早々に解約されてしまうと、販売にかかったコストが回収できずに「売れば売るほど赤字」が膨れ上がっていくというビジネスモデルでもあります。そのため、サービスを解約されないためには契約を更新するに足る「価値」を顧客に提供し続けな

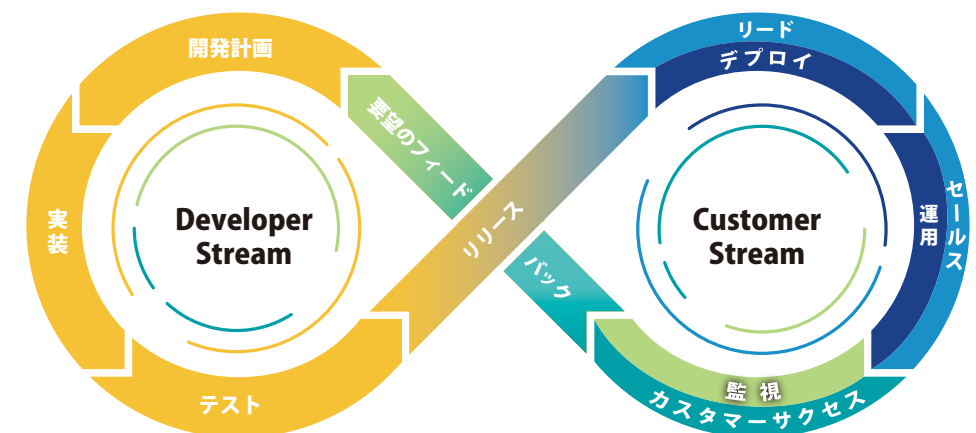
ければならず、そういった中でカスタマーサクセスという役割が生まれてきました。カスタマーサクセスに求められるKPIは売り上げに直結する指標となっていて、サブスクではストックからの売り上げが基本的には大きくなるため、ベネフィットセンターとしての立ち位置に位置付けられます。

ビジネスモデルが切り替わったことにより、カスタマーサクセスが売り上げの中にどのように組み込まれているのかを説明しているのが、以下のSalesforce社が提唱する“The Model”というプロセスモデルになります。



このモデルにおいて売り上げを最大化するためには、多くの顧客に契約を継続していただく必要があり、そのためには契約更新してもよいと顧客に感じてもらうこと、すなわち顧客が期待する価値を届けることが必要になります。価値を届けるためにはカスタマーサクセスだけを頑張ればよいのかというと、そんなことはなく、そもそもの製品・サービスの魅力が高くなければならず、また安定的にサービスを利用してもらえるようにサービスを運用する必要もあります。

こういった活動を効果的に実施するためには以下の図のようなサービスを継続的に改善し、顧客に価値を届け続けるプロセスが大事になります。ユニリタではこのモデルを“Service Growth Model”と呼んでいます。



冒頭でカスタマーサクセスは「お客様がサービスから得られる価値を最大化して継続利用してもらえるようにする職種や活動、または概念」と紹介させていただきましたが、概念としてのカスタマーサクセスを実現するためには対象となるサービスを提供する部門だけでなく、経営層も含む全社、全部門を巻き込み取り組む必要があると思います。

実際にカスタマーサクセスの実現を検討いただいているお客様の多くはDX戦略の一環として、既存製品の価値向上や、新規ビジネスの創出といった攻めのDXとしてカスタマーサクセスを検討・企画されています。

本マガジンの読者の方々もカスタマーサクセスという職種ではない方も多いかと思いますが、まだ検討されていないという場合は、お客様に価値を届けるためには自部門で何ができるか、また、部門の壁を壊して全社で何ができるかということを検討されてみてはいかがでしょうか？

次頁では、実際にカスタマーサクセスを実現するために、行うべき取り組みや活動などを紹介します。

カスタマーサクセス実態調査2022はこちらからダウンロードできます！
https://www.growwwing.jp/download/2022_cs_data.html



クラウドサービス事業本部
ビジネスイノベーション部
部長代理
Growwwingグループ
グループリーダー
尾上 雄馬

カスタマーサクセスのサービスマップ

How to カスタマーサクセス

効果的なカスタマーサクセスを実現するためには、どのように活動を実施したらよいでしょうか。よいサービスを提供する上で重要となる3つのPがあります（ITIL®では4P、または4つの側面などと呼ばれるものになりますが、ここでは簡略化して説明します）。

① People

サービス運営を行う人材。人材のスキル面の教育や、カスタマーサクセス文化を醸成しないとすべてが機能しない

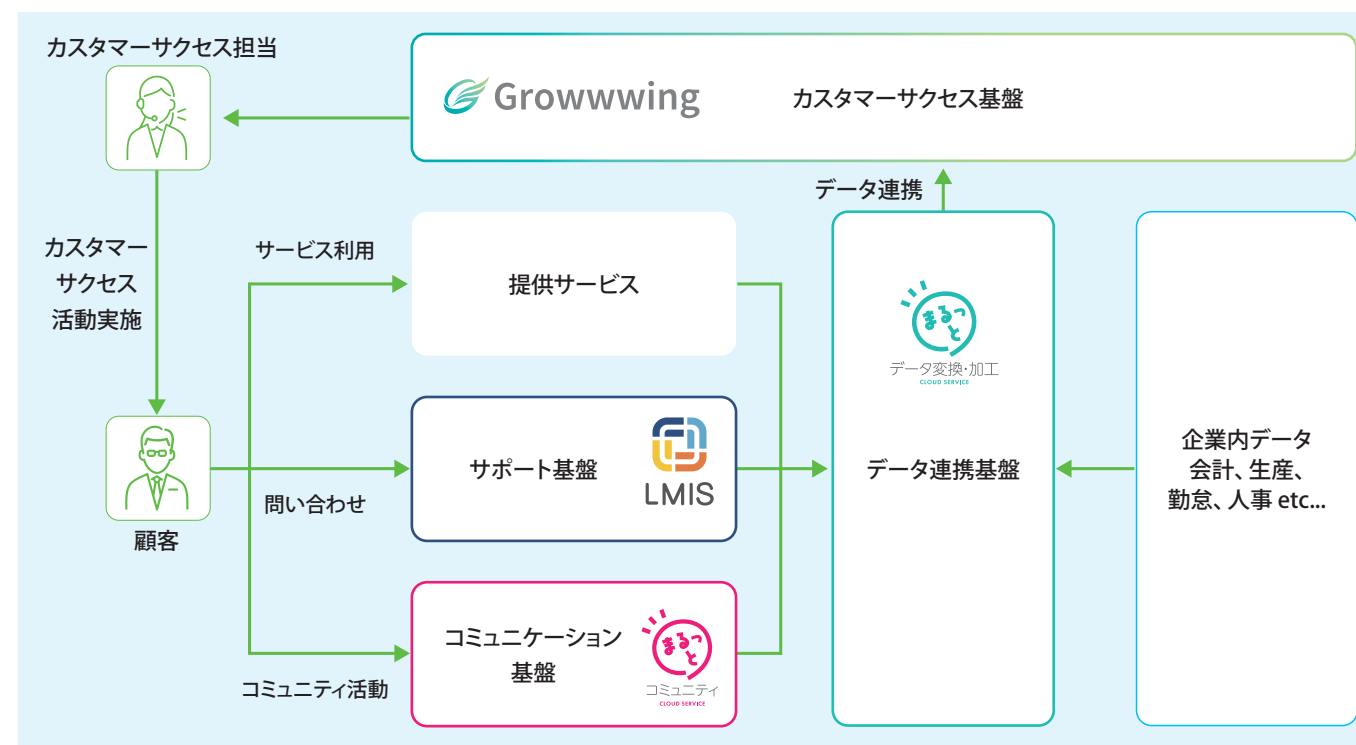
② Process

サービスを効率的かつ効果的に実施するためのプロセス。顧客対応方法などが属人化していると、対応する人によりサービス品質がばらけるため不満につながる

③ Product

顧客に提供するサービス。また、サービス運営をより効果的に実施するために内部的に使用する支援ツール。提供サービスがそもそも魅力的でなければ価値は届けられないし、支援ツールを効果的に活用しないと活動が非効率になり顧客対応に集中できない

ユニリタではカスタマーサクセスにおける人の教育やプロセス設計といった部分に対してのコンサルティングサービスや、「Growwwing」といったカスタマーサクセス管理のための専用支援サービス、その他のカスタマーサクセスを実現するために付随する業務を効果的に支援するサービスを提供しています。
ここではユニリタが提供するカスタマーサクセス業務に関連するサービスマップを紹介します。



LTVを最大化するための カスタマーサクセスプラットフォーム



「Growwwing」はカスタマーサクセス組織の成長と共に、プロダクトも進化して伴走するオールインワンなソリューションを提供し、解約率の低減や追加発注の増大など効果的なカスタマーサクセス活動を実現させることができます。

カスタマーサクセス組織立上初期から必要となる【顧客情報管理(CRM)】【業務プロセスの可視化/活動管理】【評価指標の見える化】を支援し、【管理・連携項目の追加】【アクションの“型化”】といった機能でカスタマーサクセス業務の品質向上を実現できます。

詳細はこちら：<https://www.growwwing.jp/>

ヘルプデスク機能を中心とした サービスマネジメントプラットフォーム



「LMIS」はヘルプデスク機能を中心としたサービスマネジメントプラットフォームです。

ITIL®準拠のプロセスが標準で実装されており、ヘルプデスク業務以外にもサービス運用のための変更管理や構成管理まで実現することができます。

また、BtoBサービス向けのカスタマーポータルも公開でき、FAQ・お知らせも掲載できるので自己解決率の向上を図ることもできます。

詳細はこちら：<https://www.lmis.jp/>

企業と顧客間のコミュニケーションどちらにも 対応した双方向コミュニケーションポータル



企業と顧客、顧客同士でのコラボレーションを促進し、良質な顧客体験を生み出すことができます。

また社外コミュニケーションだけではなく、社内のプロジェクトや、チーム間、部門間でのやり取りなど、さまざまなシーンで人と人のコラボレーションを促進し、仕事の生産性を向上を図ることができます。

詳細はこちら：<https://marutto-community.unirita.co.jp/>

データ連携基盤の構築、運用・保守を ユニリタに「まるっと」お任せ



データ変換・加工処理+運用保守業務をクラウドインフラでアウトソーシングできるサービスです。

カスタマーサクセスに関連するデータを一元的に「Growwwing」に集約することで効率的かつ効果的なカスタマーサクセス業務を実現させます。もちろんカスタマーサクセス以外の業務データの連携基盤としても活用することができます。

データの連携加工要件を提供いただければ、お客様はデータ変換・連携のロジックを構築する必要は一切ありません。構築から運用までを、ユニリタで一手に実施します。

詳細はこちら：<https://www.unirita.co.jp/solution/marutto/data.html>

Japan マーケティングWeek CX・顧客育成 EXPOに出展します！

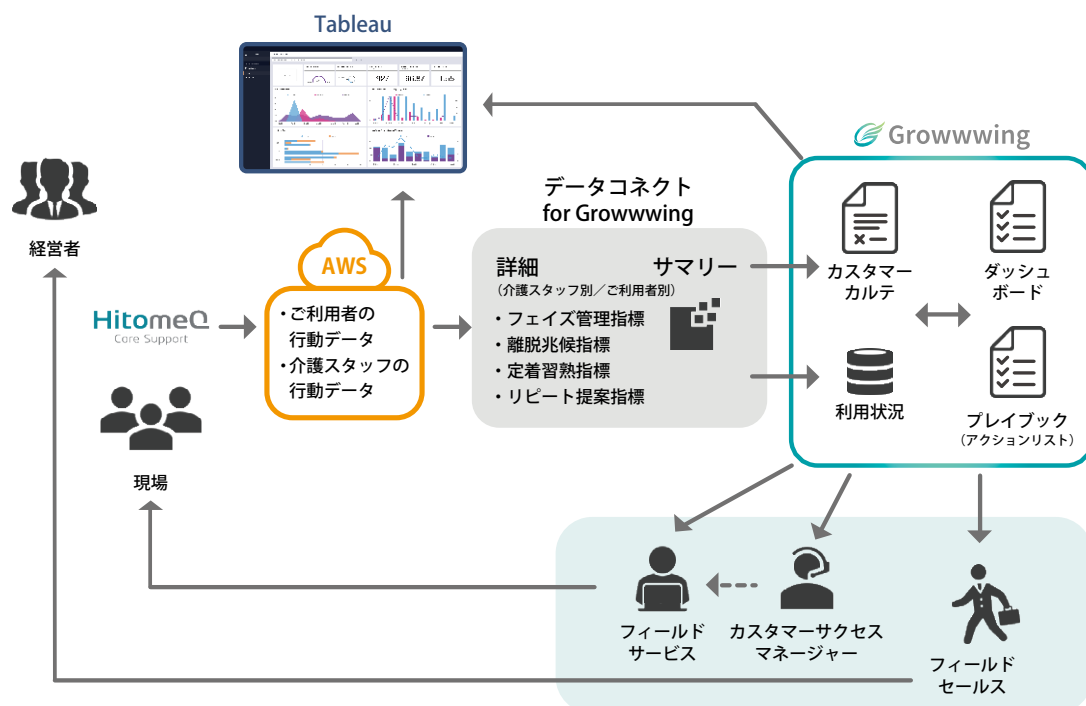
7月6日(水)～8日(金)に東京ビッグサイトで開催される、第15回 Japan マーケティング Week【夏】のCX・顧客育成 EXPO に「Growwwing」「LMIS」を出展します。カスタマーサクセスに興味や課題をお持ちであれば、→ 詳細は8ページをご覧くださいぜひお立ち寄りください。

DX推進によるカスタマーサクセスの実践事例

これまでの記事ではカスタマーサクセスの全体像とユニリタが提供するサービスについて説明しましたが、本項では実際にカスタマーサクセスに取り組んでいるお客様の課題や事例などについて紹介させていただきます。

ユニリタのお客様の中期経営計画などを拝見すると、多くのお客様で戦略的投資による事業のデジタル化を検討しており、そのためにDX(デジタルトランスフォーメーション)を推進することで単なる業務効率化だけでなく、新たな高付加価値サービスを生み出そうとしていることがわかります。

実際にGrowwwingユーザーであるコニカミノルタ株式会社の事例では、営業は「Salescloud」を利用し、カスタマーサクセスでは顧客管理用にExcelを使用しており、情報が分散してしまっている状況だったところを、「Growwwing」を導入することにより情報を一元的に見えるようにし、アップセル・クロスセルの機会を増加させることに成功しています。



コニカミノルタ様事例より抜粋

コニカミノルタ様からのお声

データをもとにお客様への報告が可能になったため、現場からも好評価をいただいています。

「Growwwing」にデータが集まることでデータ分析も容易です。社員のITスキル底上げにも貢献しています。

事後報告など間接業務の割合が大きかったフィールドサービスの業務も分析可能です。業務の効率化に向けた活動に大きく役立っています。

カスタマーサクセスのノウハウを惜しみなく提供いただけており、われわれに先んじてアドバイスいただくことも多い。率直に申し上げて100%の評価です。

また、ユニリタではツールの提供だけでなくプロセス構築のための業務設計の支援も実施しており、従来のシステム運用のノウハウを活かしたカスタマーサクセスの範囲だけでなく、DX実現のための包括的な支援を実施しており、そういった点もお客様から好評いただいています。

業務効率化などの「守りのDX」、新サービス創出・CX(カスタマー・エクスペリエンス)向上などの「攻めのDX」、どちらの課題もユニリタにぜひご相談ください。

コニカミノルタ様 Growwwing導入事例はこちら！

→ <https://www.growwwing.jp/introduction/konicaminolta.html>

カスタマーサクセスを支援する フリーミアム/フリートライアルサービス

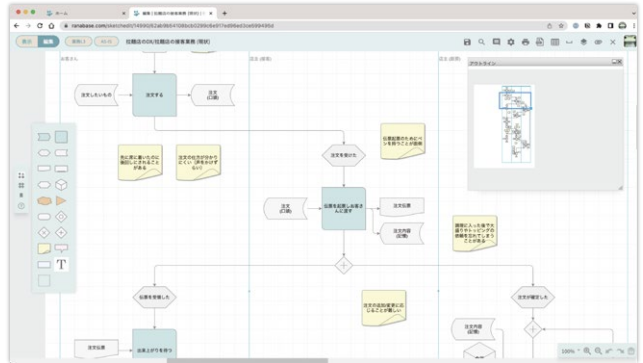
これまで説明してきた通り、カスタマーサクセスを実現するためには、さまざまな業務の見直しや組織の連携など、取り組むべき課題は多岐にわたります。ユニリタでは、そのような課題の解決をお手伝いするべく、気軽にお試しいただける基本利用料が無料のサービスやフリートライアルのサービスを提供しています。ぜひ、お試しください。

Ranabase 無料から始める継続的な業務改善を

カスタマーサクセスの実現には、チーム、部門、会社全体とそれぞれの組織に合わせた業務プロセスの見直し、改善が欠かせません。

「Ranabase(ラーナベース)」は直感的な操作で簡単にフローチャートを作成し、業務プロセスの可視化と継続的な業務改善活動の進め方を学びながら、自社主導で改善サイクルを回すことができるクラウドサービスです。

30日間の無償トライアル期間中、すべての機能と教材をお試しいただくことができます。また、DX推進の前捌きに業務プロセスを可視化しようとする事例が増えており、自社利用はもとより、その企業を外部から支援するコンサルティング事業者様、SI事業者様、BPO事業者様にも広くご利用いただいています。「Ranabase」を利用することでフローチャートの描き方、改善の回し方、プロセス情報の管理の仕方が標準化され、属人化の排除、業務ノウハウ共有による生産性の向上につながります。右記Webサイトから簡単にお申し込みいただけますので、ぜひお気軽にお試しください。



詳細はこちら: <https://lp.ranabase.com>

Serccs Board 抜け漏れのないタスク管理をサポート

カスタマーサクセスに関わる多彩な業務を管理するには、いかにチームで円滑に業務を回すのか、誰がいまどのようなタスクを抱えているのかを見る化をすることが大切です。チームメンバーが主体的に考えて動き、メンバーのスキルを最大限に引き出し「共創する」ことで、ビジネスの変化に負けない強靱なチーム作りが可能となります。

「Serccs Board(サークスボード)」は、チームの仕事の見える化により、目標に向けて生産性を高めるクラウドサービスです。実施漏れをなくし、目標やビジョンを共有し、チームを機動的に動かすための機能が利用できます。

一般的なタスク管理ツールとは一線を画す「チームでの仕事の管理」をご提供します。チームのタスク管理に課題のある方は、ぜひお試しください。

プロジェクトボードでチームの全体スケジュールを管理



タスクボードで
チームの1週間の
タスクを可視化

詳細はこちら: <https://www.serccs.com/>

Serccs Board の特長	①使いやすい「チームでの仕事の管理」	個人ごと・日付ごと・カレンダー形式など、見たい軸に合わせて、仕事の可視化が行えます。
	②「中長期の計画」「詳細な計画」を可視化	プロジェクトボードを用いて「中長期の計画」を作成し、タスクボードで「詳細な計画」を登録することでチーム全体の作業管理が行えます。
	③「予実データ」を用いた分析・改善サイクル	予実データを使ってチームの作業負荷を分析できます。

bindit 誰でもすぐに業務を自動化 クローズドβ版提供中

近年、働き方改革やDXの推進に伴い、業務のIT化が急激に進んだことにより、さまざまなアプリケーションが存在しています。

カスタマーサクセスを実現するうえでも、社内存在するさまざまなシステムやサービスをシームレスに連携させ、必要なデータや情報を素早く収集し業務プロセスを自動化する必要があります。

「bindit(バインドイット)」はあなたの業務(it)を結びつける(bind)をコンセプトに、ノーコードでアプリケーションの連携を自動化できるクラウドベースのIPaaSツールです。

RPAのように画面操作を自動化するのではなく、SaaS型のアプリケーションが提供するAPI同士をつなぎ自動化します。

API同士の連携というITエンジニアのような専門的なスキルが必要になることがありますが、ノーコードで連携を可能にするインターフェイスを採用することでITエンジニアでなくても簡単に使いこなすことができます。



詳細はこちら: <https://www.bindit.jp/>

イベント紹介

第16回システム管理者の会 感謝の日イベント オンライン開催を決定!



7月の最終金曜日を記念日とする「システム管理者感謝の日」の推進活動の一環として、システム管理に携わる方々に有益な最新のIT動向や、スキルアップに役立つ講演などを聴講いただける「システム管理者感謝の日」イベントを本年度も開催します。

世の中の変化が予測しにくくなっている昨今、身近な生活からビジネスに至るまでさまざまなモノコトが進化しています。

また、急速に発達する最新技術は、企業の実務にも導入されてきており、ビジネスチャンスを活かすためにも、システム管理者は最先端技術と現場の実務の両方に対応することが求められています。

最先端技術の中では新たなビジネスチャンスとして「メタバース」が注目を集めており、各界にもインパクトを与えると予想されています。また、それを支えるシステム管理という視点も不可欠だと考えられます。

本イベントが、リアルとバーチャルが融合する「デジタルツイン」、最先端技術と現場の実務を如何に活用し促進するかを考えるきっかけになればと思います。

開催形式: オンライン

日程: 7月14日 (木)

時間: 15:00 ~ 17:30

内容: 3講演、システム管理者アワード表彰

費用: 無料

講演者につきましては、現在調整中となっています。また、イベントのお申し込みページを準備しております。詳細を公開いたしましたらシステム管理者の会 ホームページにてご案内します。

詳細はこちら: <https://www.sysadmingroup.jp/>



2021年度 開催時の動画はこちら

https://www.sysadmingroup.jp/seminar_story/

無料セミナー開催決定 お客様実運用から学ぶ! 請求書発行業務の改善における5つポイント



多くの企業で長年続く課題である業務効率化とコスト削減は、企業継続のために必要不可欠です。企業間取引による請求書発行業務は、プリンタの維持・印刷にかかる用紙代や封筒・トナーの部材コストばかりでなく、配送先ごとの仕分けや封入封緘などは、非常に作業コストがかかるため、多くの企業で負担となっています。

特に複数事業を行っている企業では、事業部門ごとに請求書発行を行っていることもあり、請求書発行自体に大きなコストをかけているケースも多くあります。また、請求書の発行業務は長い企業の歴史の中で複雑な運用となっており、担当者の経験に依存していることが問題となるケースも少なくありません。

ユニリタのお客様であるA社様も複数の商品を事業部単位で販売・管理し、それぞれで請求書発行業務を行っており、そのコストと業務負担に大きな課題を抱えていました。

本セミナーではA社様の事例をもとに、中期経営計画にも挙げられていた業務課題に対し、まるっと帳票クラウドサービスでどのように改善活動を行ったかをご紹介します。

日程: 6月28日(火)

時間: 13:00~14:00

費用: 無料

お申し込み:

<https://www.unirita.co.jp/seminar/seikyuu-kaizen.html>

アジェンダ

- 1 お客様の取り組みと課題
(A社様ケーススタディ)
- 2 A社様の課題解決したユニリタのソリューションとは

日本最大規模、CXイベントに 「カスタマーサクセス/カスタマーサポート」 のサービスを出展

2022 Japan マーケティング Week 内

第14回 CX・顧客育成 EXPO

2022年7月6日から8日までの期間に東京ビッグサイトで開催される『第14回 Japan マーケティング Week【夏】』にユニリタがブース出展します。

5つの専門展で構成されるマーケティング総合展の中で顧客体験 (CX) 向上・顧客育成サービスに特化した展示会「CX・顧客育成EXPO」にて、「解約率 Down!リピート率UP!顧客単価UP! ~顧客のロイヤルティ向上とLTVの最大化を実現するカスタマーサクセスプラットフォーム~」をテーマにLTVを最大化するためのカスタマーサクセスプラットフォーム「Growwwing (グロウイング)」と、ヘルプデスクツール「LMIS (エルミス)」の2商材をご紹介します。

ぜひ、展示会場へお越しください。

第14回 Japan マーケティング Week【夏】 — CX・顧客育成EXPO —

日程: 2022年7月6日(水)~8日(金)

会場: 東京ビッグサイト 東展示棟

小間番号: M8-30

主催: RX Japan株式会社

詳細はこちら:

<https://www.marketing-week.jp/summer/ja-jp/about/cx.html>



株式会社 ユニリタ www.unirita.co.jp

本社 〒108-6029 東京都港区港南2-15-1 品川インターシティA棟
名古屋営業所 〒451-0045 名古屋市西区名駅3-9-37 合人社名駅3ビル

ユニリタグループ

株式会社ヒューアップテクノロジ / 株式会社ビーティス /
株式会社データ総研 / 備実必(上海)軟件科技有限公司 /
株式会社ビーエスピーソリューションズ / 株式会社ユニ・ランド /
株式会社ユニリタプラス / 株式会社無限 / 株式会社ユニリタエスアール

アンケートご協力をお願い

ユニリタでは、今後もユニリタマガジンの見直しや改善を実施し、皆様のお役に立てる情報をお届けするために、アンケートを実施します。ぜひ、皆様の率直なご意見、ご感想をお聞かせください。

アンケートはこちら

<https://cl.unirita.co.jp/mg64-qu>

※ 本誌掲載の会社名、製品名は各社の登録商標または商標です。

※ 掲載されている内容については、改善などのため予告なく変更する場合がありますので、ご了承ください。

© 2022 UNIRITA Inc. MG-2206-0000-1