

UNIRITA

vol.50

Magazine ユニリタマガジン

特集

プロセス マネジメント

ユニリタ
イメージタレント
朝倉あき

特集

ユニリタの3つの強み プロセスマネジメント編

ユニリタの新製品&サービス紹介

- カスタマーサクセス管理サービス
Growwwing(グロウウィング)
- コミュニティクラウドまるっとサービス

コラム紹介

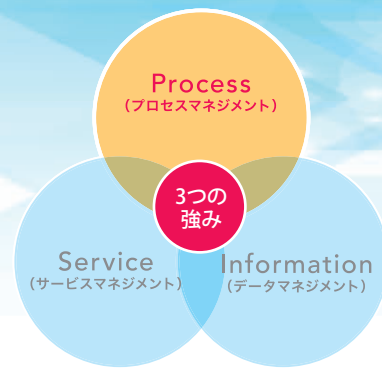
ユニリタコロナ奮闘記、掲載中!

UNIRITAユーザ会

2020年度UNIRITAユーザ会研究部会の
研究メンバーを募集しています



ユニリタの3つの強み プロセスマネジメント編



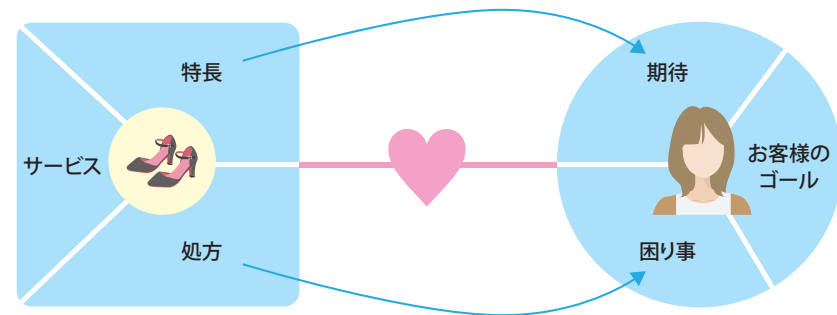
新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の流行により生活様式が変わり、ちまたでは人と人、人と物との直接的な接触が最小限となるようなサービスが次々と展開され始めています。物や事のデジタル化を進め、コロナ禍以前からDXに取り組んできた企業が想定よりも早く脚光を浴び、DXによるビジネスモデルの変革に二の足を踏んできた企業は、もはや攻めの戦略ではなく、生き残りのために追従を余儀なくされています。自社のプロセスやシステムの現状を可視化・分析して、デジタル化や自動化の余地を検討し始める企業が増えてきているのも、このような背景によるものと推測されています。

さて、前号から連載で特集しているお客様のDX実現を支援するユニリタグループの3つの強み、すなわちデータマネジメント、プロセスマネジメント、サービスマネジメントですが、今号では特にプロセスの視点からこれら三者の関係性と重要性について説明します。

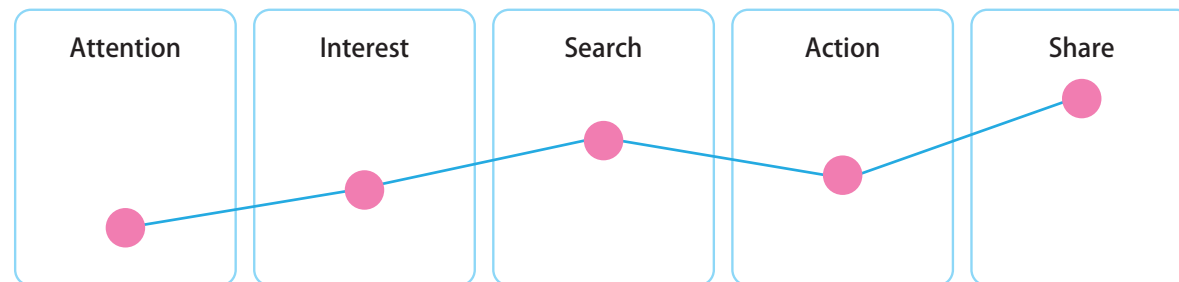
サービスデザインとビジネスアーキテクチャー

まずは、サービスと言われるものはどのように設計され、どのようにプロセスに落とし込まれるかについて説明します。

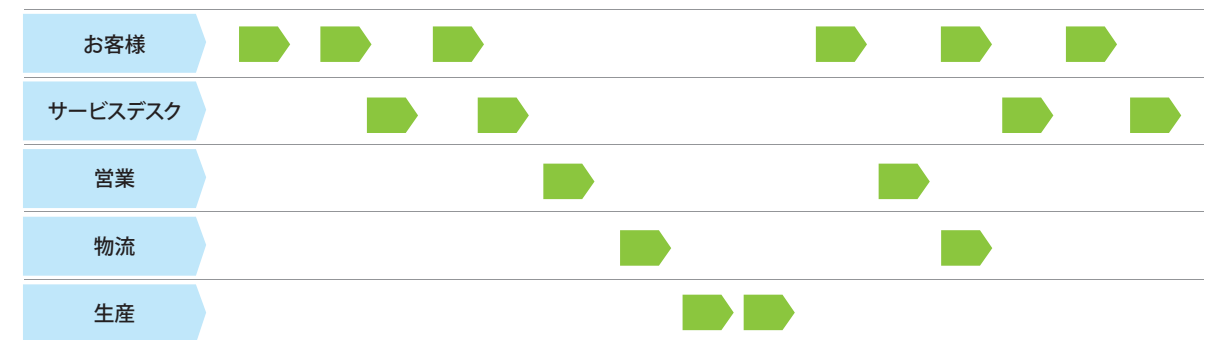
バリュープロポジションキャンパス：自社の製品やサービスと顧客のニーズとのすれを解消するためのフレームワーク



カスタマージャーニーマップ：製品や事業などを企画する際、設定したペルソナの動きをステージごとに可視化したもの



サービスブループリント：ユーザーエクスペリエンスの提供方法を最適化するために、組織内のプロセスを視覚化するもの



データモデル：ビジネスモデルで作成・管理されるデータの構造と関係性を明確に可視化したもの

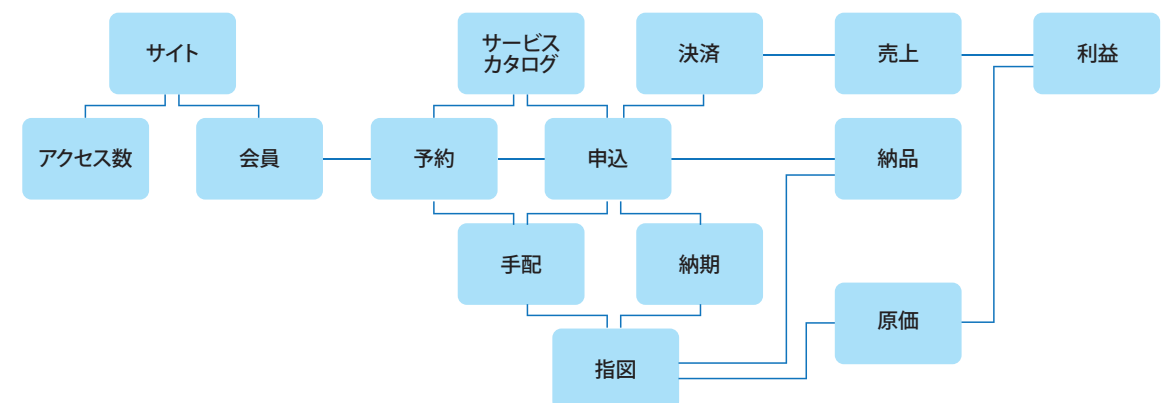


図1: サービスデザインとプロセス/データとの接点

サービスデザインとデータアーキテクチャー

次に、描かれたサービスブループリントと同じスコープでデータの構造や関係性を図示してみることに、データ視点での変更点を洗い出します。(図1のデータモデルに該当)例えば、会員制Webサイトでお客様の囲い込み、商品の予約・申し込みができるようにするには、そのためのWebシステムが必要になることはもとより、Webシステムと従来の社内基幹システムとの連携が必要です。お客様の行動をデータとして蓄積し、市場の変化と自社の売上・利益を検証しながら、よりニーズの高い商品をそろえ、サービスカタログや価格設定を柔軟に変化させていく。データ分析に基づく意思決定はこのようなビジネスモデルに

おけるキーとなります。どんなデータを蓄積し、どう分析して、どんなアクションをとるか、ビジネスモデルの設計段階で、データモデルに織り込んでおくなくてはなりません。

一方、現実問題としては新しいビジネスモデルを考える以前に、現状のビジネスモデルにおいてでさえ、データが散在し一元化されていない、必要な時に必要なデータが手に入らないという悩みを抱えている企業が多いと思います。DXによる速い変化に対応する力を手にするには、普段からデータアーキテクチャーを美しく保ち、データの価値と鮮度を守る体制を整えておくことが前提条件であると言えるでしょう。

サービスデザインとアプリケーションアーキテクチャー

サービスデザインに基づきプロセスとデータの青写真ができたなら、このビジネスモデルを運営するためのシステム仕様(本稿の例では、

Webシステムと基幹システムの連携仕様)に落とし込んでいく段階に入ります。

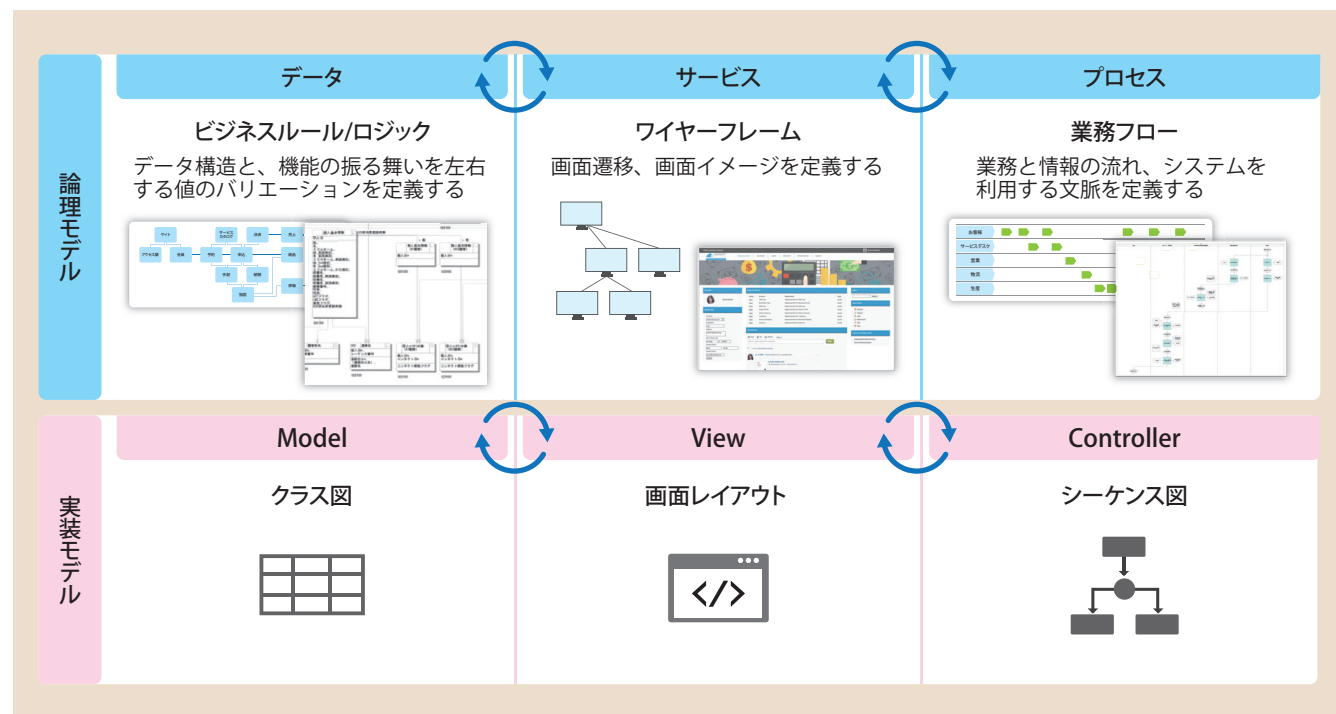


図2: アプリケーション開発に対するインプットのイメージ

外部のITベンダーにシステム開発を委託するのであれば要求仕様書(兼 RFP)を書き起こすことになりますが、自社開発であれば、ワイヤーフレームを描き、論理モデルを検証しながら、アジャイル開発のプランニングを行います。新たなビジネスモデルを立ち上げるような場合、Webサイトを立ち上げるけれども、Webシステムと基幹システムとの連携については初期段階ではマニュアルで行い、徐々に自動化とデータ分析基盤を整えていくというフェーズドアプローチをとることが一般的です。昔のように「今後10年間耐えられるシステムにしない」というのはもはや無理な話です。これからのシステム開発は状況変化に合わせて短いサイクルで仕様をどんどん変えていけることが必要です。したがって、機能間の連携を疎結合とし、部分的に組み替えられるような作りが重要となります。

プログラマの方はMVCモデルというデザインパターンをご存じのことと思います。ビジネスルールやロジックを記述するModel、ユーザーインターフェースを担当するView、ユーザーからのリクエストに基づきModelとViewを制御するControllerに機能を分割し、変更・修正があった時に互いに影響を受けにくくするという考え方です。90年代から存在する考え方ですが、きちんとできているアプリケーションは少ないかもしれません。サービスデザインを短いサイクルで実現し、検証して、どんどん改善サイクルを回していきたいというビジネス側からの要求が強まってきた近年、やっと実感を持ってその重要性が見直されているような気がします。ちなみに、サービスはViewに、データはModelに、プロセスはControllerに対応し、ビジネス要件はプログラムレベルに落とされていきます。

X(クロス)Ranabaseソリューション続々

サービスデザインをプロセス、データ、サービスやアプリケーションに落とし込んでいく工程について説明してきました。前述のように、サービスマネジメント(お客様視点)、データマネジメント(データ視点)、プロセスマネジメント(プロセス視点)の三者は切っても切れない関係性があり、どれが一番重要かという議論はナンセンスです。ビジネスモデルを成り立たせるためにはすべての視点が必要となります。一方で、それぞれの分野はコンサルタントがその人生を捧げられるほど深く広い世界でもあります。ユニリタグループでは、3つの分野に専門のコンサルティング会社と部門を配置しており(図3参照)、お客様のニーズに応じ必要な人材を組み合わせることで支援することができます。

ユニリタではプロセスマネジメントの分野においては、「Ranabase(ラーナベース)」という業務改善ツールをSaaS形式で提供しています。業務プロセスを階層立てて可視化し、プロセスに潜む問題を「気づき」→「課題」→「施策」という順に分析・検討し、プロセスの改善サイクルをお客様自ら回し続けることができるように各種機能と活用ノウハウをサービスとして提供しています。本稿で紹介したようなサービスデザイン起点のプロセス設計から、試行運用、定着化のフェーズでご利用いただくため、継続的に機能追加していく予定です。

Ranabaseの詳細はこちらをご参照ください。
<https://lp.ranabase.com/>



この「Ranabase」とユニリタグループのその他のサービスや製品を組み合わせたソリューションを続々と企画しています。「サービスマネジメントショーケース」はユニリタのサービスマネジメントツールである「LMIS」の導入事例から抽出されたシステム運用の標準プロセスと、そこに一般的に発生する課題や対応策を雛形として提供します。「LMIS」の導入時の参考となることはもとより、導入後においてもお客様の継続的な業務改善を後押しします。「営業DXショーケース」は、商談・見積・受注・請求という一般的な販売業務フローの雛形と、業務のデジタル化・自動化への取り組みや、商材のサブスクリプションシフトへの対応などに伴う課題と対応策集です。ユニリタ自身をショーケースとしており、そこで利用できるユニリタ製品の活用方法もご紹介することができます。

ご興味のある方は、ぜひ当社担当者までご連絡ください。

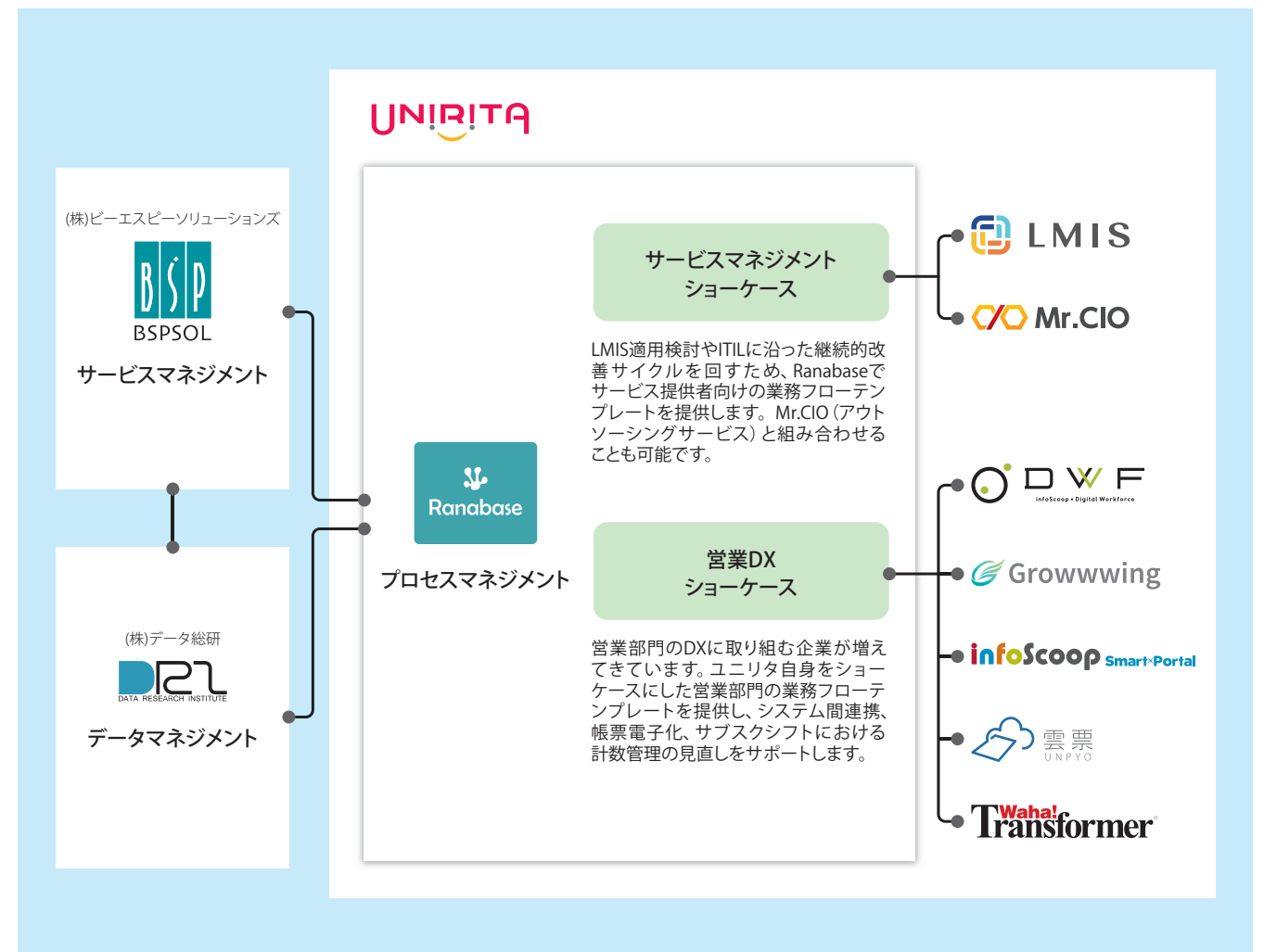


図3: X Ranabaseソリューション

ユニリタの新製品 & サービス紹介



カスタマーサクセス管理サービス Growwwing (グロウウィング)

カスタマーサクセス業務におけるデータ活用を実現し、収益最大化に貢献!

ユニリタでは2020年7月15日に新サービスとして、カスタマーサクセス管理のクラウドサービス「Growwwing(グロウウィング)」をSalesforceプラットフォーム上のアプリケーションとしてリリースしました。本稿では、サブスクリプションビジネスにおけるカスタマーサクセスの重要性、および「Growwwing」を利用した企業のカスタマーサクセスを加速させる方法について紹介します。

サブスクリプションビジネスにおけるカスタマーサクセスの重要性

カスタマーサクセスとは、顧客の成功を通して自社の利益を得る考え方や活動です。継続的な課金により利益を得るサブスクリプションビジネスにおいて、カスタマーサクセスは非常に重要で、切っても切り離せない関係です。

カスタマーサクセスの活動は、LTV (Life Time Value) 向上につながります。LTVとは、1人の顧客から将来的にどのくらいの利益を得られ

るのかを計測する指標です。新規顧客の獲得に成功しても、継続率が低ければ利益は上がらないため、LTVの向上は利益を創出する要の施策となります。

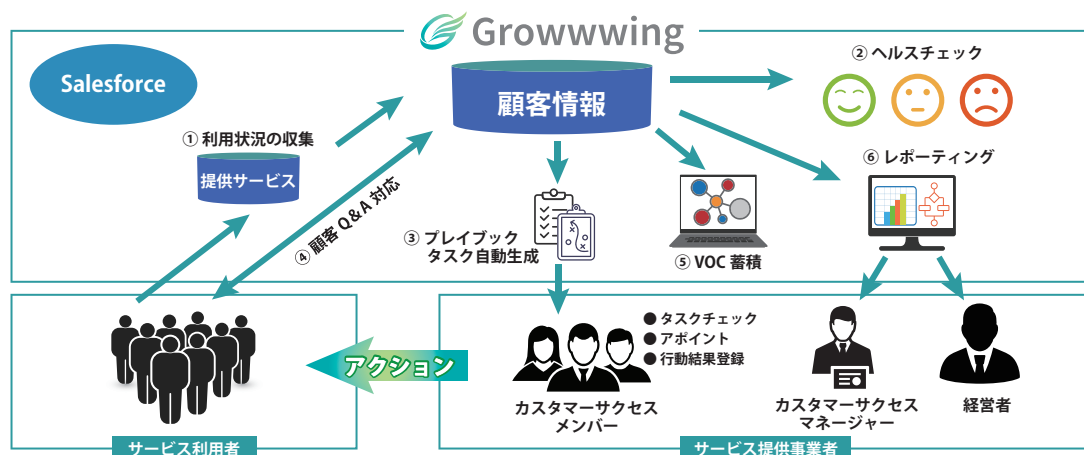
まとめると、カスタマーサクセスは、顧客に価値を継続的に提供することでLTVを高め、自社の収益を最大化するためのものといえます。



「Growwwing」はユニリタが提供するカスタマーサクセス管理のクラウドサービスです。企業のクラウドサービス利用が拡大傾向にある中、多くのクラウドサービス事業者は『利用者がサービスを使いこなして、継続的に価値を感じてもらえる』ように、情報発信やサービス価値向上の活動を常に実施し利用者数を増やそうと努力しています。当然、利用者数に比例して活動量も増えていくため、全利用者を対象に網羅的なアプローチをするのではなく、利用者から取得したデータ(Webサイトの行動履歴、SFA/CRM、サービス利用ログ、サポートインシデント履歴など)をもとに利用者の状況を推測し、仮説検証を繰り返して適切な価値の提供方法を模索する活動が重要です。

進め方は簡単です。Growwwingに利用者から取得したデータを取り込みます。取り込んだデータをプレイブック(異常値を検知するルール)と突合させ、検知された場合、カスタマーサクセスメンバーに必要なタスク(活動指示)が自動生成されます。カスタマーサクセスメンバーはタスクに基づいて利用者へアクションを実施し、結果を登録します。カスタマーサクセスマネージャーはレポートによって可視化された結果から気づきを得て、課題に優先度を付け、対策を打ちます。解約防止、アップセル増加、顧客満足度向上などの目的に応じて、プレイブックを更新することで、カスタマーサクセス活動の最適化を実現します。

Growwwing
概念図



「カスタマーサクセス」の第一歩はデータ収集／蓄積から

カスタマーサクセス活動を開始していても、収集したデータが個人で管理されているのであれば、全体の傾向や気づきを得ることはできません。また、カスタマーサクセスマネージャーが、メンバーの活動状況がわからないようでは、適切なフォローはできません。

「Growwwing」プラットフォーム上でデータを収集し、顧客情報を一元管理することで、正確かつ客観的なカスタマーサクセス管理ができます。Salesforceが持つCRMやレポート機能も活用できるため、

データの見える化や分析も簡単に実現できます。

「Growwwing」を利用して適切なカスタマーサクセス管理とデータ活用を推進し、収益最大化を目指していきましょう。

ご興味のある方は、ぜひ当社担当者までご連絡ください。

詳しくはこちら

<https://www.unirita.co.jp/products/growwwing.html>



コミュニティクラウドまるっとサービス

ユニリタが新たに提供する「コミュニティクラウドまるっとサービス」は、さまざまな顧客にまつわる情報を一元化し、Oneコミュニティでお客様により価値の高いカスタマーエクスペリエンスを提供できるクラウドサービスです。社内のコミュニケーションを促進するだけでなく、取引先や代理店、さらにその先につながっている他の取引先や利用ユーザーを含めてコミュニティを構築することで、企業と企業、企業と顧客との関係性を深めることができます。

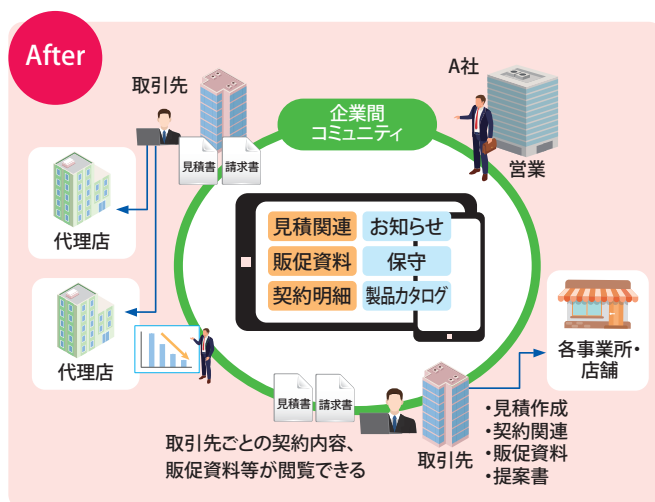
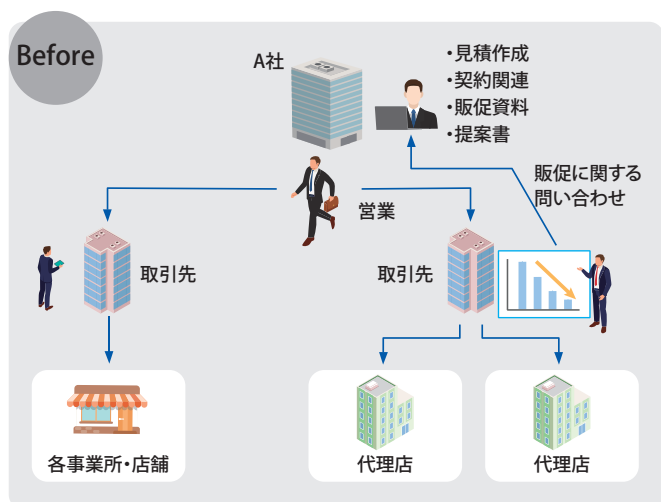
今回、A社様が「コミュニティクラウドまるっとサービス」を利用し、中期経営計画(以下:中計)に掲げられている「成長戦略」をもとに新たな販売網と新規領域の拡大を実現された例を紹介します。

「成長戦略」実現に向けての課題

A社様では、中計の中で「成長戦略」を掲げ、自社の成長事業と強みである技術力、ブランド力を活かした価値追求により、継続的に売り上げを確保できるビジネスモデルの確立とさらなる成長のための販路拡大を目指していました。安定した市場では、従来の営業活動や、販売方法での成長拡大は難しく、また担当者による情報提供や対応のスピード差、一定レベルでのノウハウ提供ができておらず、属人化という課題もありました。

IT部門の課題

IT部門としては、販売網の拡大、属人化からなる情報提供や対応のスピード差を解決するためには「強みを活かしたWebアプリケーションの開発」や「コミュニティ基盤の提供」が重要と考えました。これまでは各担当者が取引先や代理店に出向き必要な書類（見積もりや契約関連）や利用シーン、使い方などの情報提供をしていましたが、それでは担当者の能力や対応時間の差は解決することができません。そこで、担当者とお客様という個人がつながるのではなく、企業と企業、企業と顧客をつなぎ必要な情報を必要な時にやり取りできるコミュニティ基盤を提供することによって解決できると考えました。



「コミュニティクラウドまるっとサービス」で「成長戦略」を実現へ！

A社様のように「成長戦略」を実現するには販路と新規領域の拡大のために「コミュニティ基盤の提供」が重要と考えている多くの企業にとって、「コミュニティクラウドまるっとサービス」を利用することで迅速なコミュニティ基盤の構築を実現できます。例えば、自社システムを変更、再構築することなく、顧客のIDを統合し、さらに配付することができます。それにより、顧客にひもづく最適かつ必要な情報（契約管理、顧客ごとに必要な教材、サポート情報、利用者の声、お知らせ情報）を迅速に提供し、企業、顧客とのつながりを支援することが可能となります。

このように「コミュニティクラウドまるっとサービス」は企業と顧

客だけではなく、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することができます。またクラウドサービスの利用により、時間と場所に縛られることなく業務を遂行することができるため、企業のテレワーク推進を支援します。

こんな
企業・担当者に
オススメ！

- ・テレワークの効果的な推進を考えている企業
- ・企業間取引（BtoB）を考えている企業
- ・非対面コンサルティング、教育を考えている企業
- ・代理店営業の販促促進の担当者

詳細は当社ホームページを
ご覧ください。

<https://www.unirita.co.jp/solution/btob-engagement.html>



ユニリタコロナ奮闘記、掲載中!



東京をはじめ各地で新型コロナウイルスの感染者数が増加し、まだまだ終息の兆しが見えません。当社もビジネス環境や社員の生活においても強く影響を受けていますが、各自でできる感染防止の対策を実施しつつ、早期の終息を願っています。

そんななか、前号のUNIRITAマガジン Vol.49でもご紹介した当社の情報システム部長 戊亥による「ユニリタ情報システム部のコロナ奮闘記」ですが、現在Vol.3まで連載が進み、内容も徐々に業務改革の核心に近づいています。東京に新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言が出されたことで、労働環境が一変し、外出自粛となり在宅勤務を余儀なくされるなか、情報システム部の責任者の立場から当社で発生したさまざまな事象をざくばらんにお伝えするコラムになります。

ぜひ、ご覧ください。

Vol.1 コロナウイルスで世界が一変した…

Vol.2 リモートワークはタスクの可視化から始めてみた

Vol.3 採用と新人研修もWeb会議ツールで

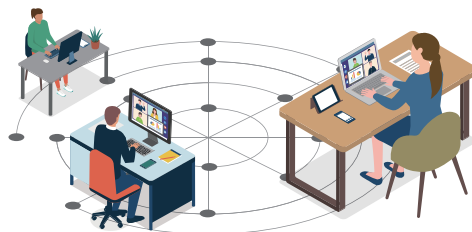
<https://www.sysadmingroup.jp/col/p21011/>



また、新型コロナウイルスの影響は情報システム部門だけにとどまりません。特に、当たり前のように毎日お客様にお会いしてお話をうかがっていた営業部門は、自粛期間中は訪問もできず、リモート環境への移行、各種書類のチェックやワークフローの変更など、急ピッチで新たな体制を構築する必要がありました。会社をあげてコロナウイルス対策で奮闘していたということです。

そこで、新たに部門別のコロナ奮闘記を当社Webサイトにて随時掲載し、現場の「生の声」をなるべくリアルタイムにお伝えしていきます。

掲載時には当マガジンでもお知らせします。



UNIRITA
ユーザ会

2020年度UNIRITAユーザ会研究部会の 研究メンバーを募集しています

今年度はリモートによる研究部会活動を行います



UNIRITAユーザ会では、1年を通じてテーマごとに研究部会活動を行っています。

多くのお客様において、この研究部会活動をIT部門の人材育成・人脈形成の場として、ご活用いただいています。

今年度は新型コロナウイルス感染症の影響により集まってしまう活動が行えない可能性があることから、例年とは形式を変え、新たな試みとしてリモートによる研究部会活動を行うこととしました。

現在、研究部会の研究メンバーを募集しています！ご興味のある方は、ぜひ、ご参加ください。

応募方法と募集期間

お申し込み・詳細はユーザ会ホームページをご覧ください。

2020年度の各地域における研究テーマの詳細を公開しています。

<https://www.uniritauser.jp/research-activities/>



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 名古屋市中区名駅3-9-37 合人社名駅3ビル

TEL 03-5463-6383
TEL 052-561-6808

ユニリタグループ

株式会社アスペックス / 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・トランド / 株式会社ユニリタプラス / 株式会社無限