

コマースシャルバンクが  
飛躍するために  
カギとなるのはエクスペリエンス



sales cloud

# はじめに

お客様に世界水準のサービスをお届けしたい——これは、すべての銀行の願いでしょう。

銀行業界は今、これまでに経験したことのない大きな、破壊的ともいえる変化のうねりに飲み込まれようとしています。預金、融資、為替の3大業務を担う商業銀行、いわゆるコマーシャルバンクも例外ではありません。

新しいテクノロジーが次から次へと生まれ、あらゆるヒト、モノ、コトがつながるようになった現代。顧客は取引先銀行が、自社のビジネスや業界について「よく知っていて当たり前」と考えています。しかし、行内のさまざまな問題やテクノロジーの障壁に阻まれ、その期待とは程遠い状況にあることがほとんどです。

- ・ 複数の古いシステムにデータが分断されている
- ・ 紙の書類で業務が進められている
- ・ コラボレーションが十分できていない
- ・ 顧客情報を1つの場所で把握できない
- ・ 信頼性、セキュリティの要件が厳しくなっている

大きく飛躍するためには、適切なテクノロジーを取り入れて顧客の新たな要求に応えられる体制を整える必要があります。この eBook では、Salesforce の顧客管理 (CRM) システムを活用して、コマーシャルバンクが顧客を成功へと導く方法をご紹介します。

顧客の成功を後押しするうえで妨げとなる3つの問題について取り上げ、こうした問題をテクノロジーでどのように解決できるのかをご説明します。テクノロジーの力を借りることで、顧客と行員のエクスペリエンスに変化がもたらされ、未来のさらなる成長へとつながることでしょう。

## 目次

- 3 **問題その1**  
顧客情報を把握しきれない
- 5 **問題その2**  
コラボレーションができていない
- 6 **お客様事例**  
United Federal Credit Union
- 7 **問題その3**  
ファネル全体を見渡せない
- 9 **ソリューション**  
顧客と行員の  
エクスペリエンスを刷新
- 11 **お客様事例**  
Live Oak 銀行
- 12 **まとめ**

## 問題その1

# 顧客情報を把握しきれない

現在、コマーシャルバンクは岐路に立たされています。行内のさまざまな変革に加え、顧客との関係にも大きな変化が生じているなか、レガシーシステムに依存し続けるのか、あるいは思い切ったイノベーションに踏み出すのかという、二者択一を迫られているのです。

レガシーテクノロジーの問題点として、顧客情報をトータルに把握できないということが挙げられます。昨今求められているのは、顧客のことをきちんと理解したうえで、専門知識にもとづいて顧客を導き、アドバイスしてくれる金融機関です。顧客は銀行に対し、現在はもちろん、将来のニーズにも配慮しながら今後の方針を提案してくれることを期待しています。ところが銀行の業務プロセスは、こうした要求に応えられるほど進化していないのが現状です。顧客の全体像を把握したくても、複雑なプロセスと紙ベースのコミュニケーションが行く手をさえぎります。その結果、ビジネスの成長にも悪影響を及ぼしているのです。

具体的には、次のような状況が考えられます。

- 取扱商品や顧客の種別ごとに構築された複数のレガシーシステムを使用している
- 顧客の財務状況を確認するにも、一度に一部の情報しか参照できない
- 複数のレガシーシステムに顧客データが分散され、システムが連携していない
- 紙の書類や担当者の頭の中だけにある顧客情報が多すぎる



ここでは、顧客のみならず行員の不満も募るばかりです。顧客としては、自社の資金計画や課題が取引先の金融機関に十分に理解されていないことに失望するでしょう。担当者が変わるたびに、これまでのやりとりが引き継がれておらず、何度も同じ問題について説明したり、同じ質問を繰り返したりしなければならないからです。

また、各顧客の情報を1か所で把握できないために、適切なアップセルやカスタマーサービスの提供ができない行員も歯がゆい思いをすることになります。顧客のことを総合的に把握できていないと、個々の顧客の状況に合わせた適切なアドバイスもできなければ、商品をご提案することもできません。

トランザクションのためではなく、顧客を中心に考えられたシステムであれば、顧客データの管理はどれだけ楽になるでしょうか。業務をスピードアップするテクノロジープラットフォームは、それぞれの顧客について情報を一元的に確認しながら、高まる顧客の期待に応え続けることを可能にします。これを実現するのが、Sales CloudとData.comの組み合わせによる360度の顧客プロフィールです。顧客とそのビジネスについて全方位から、リアルタイムで把握できるようにします。Sales Cloudでいつでも最新の顧客情報を入手するとともに、Data.comで新たな潜在顧客に効率よくリーチして見込み客を獲得できます。

360度の顧客プロフィールは信頼性の高いSalesforceのクラウド上に構築されるため、顧客情報が悪意のある第三者の手に渡る心配はありません。さらに、モバイルにも完全に対応しているので、アドバイザーや行員は外出中に各自のモバイルデバイスを使用して、顧客に関するあらゆる情報をリアルタイムで確認できます。

1つ目の問題について答えが見えてきたところで、次のセクションでは今日の商業銀行が直面している2つ目の問題について見ていきましょう。



トランザクションのためではなく、顧客を中心に考えられたシステムであれば、顧客データの管理はどれだけ楽になるでしょうか。

## 問題その2

# コラボレーションが できていない

それぞれの顧客に最適なサービスや商品を提供するのが銀行の最終的な目標であることは言うまでもありません。この目標を達成し、これまでにないカスタマーエクスペリエンスを実現するには、全員が連携しチームワークを発揮することが不可欠です。連携が上手くいっていないとしたら、それは行員やスペシャリストが連携を拒んでいるということではなく、役割どうしをつなぐ適切なテクノロジーがないということがほとんどです。

現在、チームが一丸となって業務に取り組むことができますか？成約までの業務を効率化できていますか？また、主なチームメンバーの間で重要な情報が共有できていないために、成約を逃しているということはありませんか？

次のような点に思い当たることがあれば、コラボレーションの改善が必要かもしれません。

### 場当たりの連携しかできていない

取引先の規模が大きくなると、複数の営業担当者が付いたり、別の部署からクロスセルを行っていたりすることがあります。それぞれの担当者が最新の情報を持っているとは限らず、また、横のつながりが見えにくいいため誰の助けを得たらよいかもわかりにくくなりがちです。2人の担当者が同じ大手の取引先に営業活動を行い、そのことをお互いがまったく知らなかったために、チャンスを逃し

てしまったという例は枚挙に暇がありません。エレベーターですれ違いになり、同じ顧客にアプローチしていることにまったく気付かなかったという笑えない例もあります。お互いの活動状況がつかめていれば、情報を交換し、協力して営業活動が行えたはずです。

## フロントオフィスとバックオフィスが情報共有できていない

フロントオフィスとバックオフィスがそれぞれに異なるシステムを使用している場合、部門間連携や顧客とのやりとりの最新情報の共有が十分にできていなくても無理はありません。しかし、こうしたリアルタイム情報こそが、営業活動を効率的に進め、ウォレットシェアを拡大するうえで極めて重要になります。フロントオフィスとバックオフィスでは同じテクノロジーを使用し、事後ではなく、情報に価値があるうちに共有することが大切です。

## タッチポイントが共有されていない

価値ある情報を共有するには、その情報に価値があるという共通認識がなければ始まりません。顧客はさまざまなチャネルを通じて銀行とやりとりしますが、タッチポイントを的確に把握できていないと、やりとりの内容に応じた対応が難しくなります。見込み客のジャーニーにおいて重要なイベントが起こったとしても、適時に把握することができません。このように情報が分断していると、見込み客の対応に必要な情報を得られず、パイプラインを通じてフォローアップできなくなります。

コラボレーションができないチームは、ビジネスの成長を失速させます。財務上の意思決定にこれまで以上のスピードが求められる現状を見れば、その理由は明らかでしょう。こうした問題の解決策となるのが、Sales Cloudの活用による強力なチームセリングの実現です。Sales Cloudにより、単なるデータやダッシュボード以上の情報をチームで共有できます。見込み客のナーチャリングプログラムの状況を全体的に確認できるほか、クロスセルやアップセルの状況もわかるため、顧客ライフサイクルのあらゆる段階で、最適な対応が可能になります。

コラボレーションの強化は、そのまま成約率の向上につながります。Sales Cloudを活用することで、これまでウォレットシェアの拡大や契約数増加の妨げとなっていた情報の分断が解消されます。つまり、Sales Cloudがあれば、1つのプラットフォームに情報をすべて集約し、行員どうしが最適なタイミングで情報を共有できるようになり、顧客の求めるスピーディな進化を実現できるのです。

## お客様事例

# United Federal Credit Union

United Federal Credit Unionは米国ミシガン州のセントジョセフに本店を置く、連邦政府公認の信用組合です。6つの州に23の支店を構え、組合員数は12万人を超えています。資産総額は16億ドルで、すべての連邦信用組合の上位2%にランクインする資産規模を誇ります。

United Federal Credit Unionでは、Sales CloudとSalesforce Platformで360度の顧客ビューを実現するとともに、Salesforce AppExchangeで提供されているnCino社の銀行業務向けアプリケーションを活用し、ローンのオリジネーションのプロセスを迅速化しています。2012年にSalesforceを導入して以来、同信用組合では組合員へのサービス提供の大幅な改善を図ると同時に、組織全体でイノベーションを推進し、リードの獲得や、紹介された見込み客の案件化の促進に努めています。

“United Federal Credit Unionでは、Sales CloudとSalesforce Platformで360度の顧客ビューを実現し、組合員へのサービス提供の大幅な改善を図っています。”

## 問題その3

# ファネル全体を見渡せない

ここまで、売上を増やしてビジネスを成功へと導くうえで、顧客の情報をひと目で見渡せるようにし、コラボレーションを強化することがいかに大切であるかを説明してきました。ただし、より良い成果を望むコマーシャルバンクの前には、さらにもう1つの重要な問題が立ちはだかっています。セールスファネル全体を通じた可視性を強化することです。

現在、コマーシャルバンクの管理職の多くは、案件がどの段階まで進んでいるか、各行員の売上目標がどの程度達成されているかといったことを、1か所でまとめて確認することができません。また、現在進行中の案件の詳細が、チームのメンバー全員にきちんと浸透していないという現状もあります。確かに、案件によっては内容が複雑で、過去の経緯をすべて把握したうえで今後の経過を追っていかなくてはなりません。企業の財務状況はさまざまな要素で構成され、各要素は常に変化しています。それだからこそ、セールスファネルを完全に視覚化することが、コマーシャルバンクでは一層重要になるのです。

営業活動に欠かせない、こうした可視性が欠けていると、さまざまな問題に直面する可能性があります。



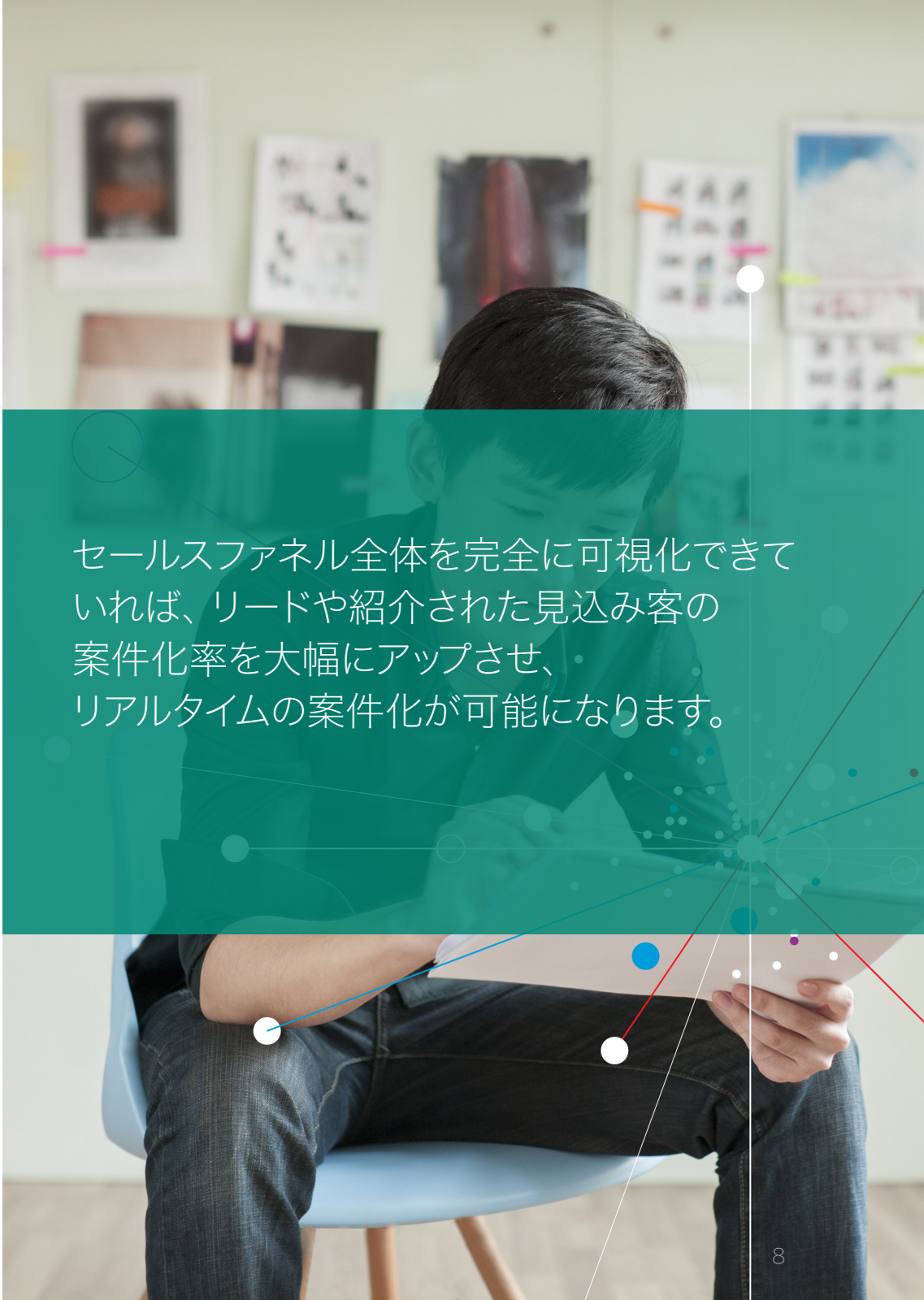
- ・ 営業への問い合わせや紹介された見込み客の情報が、適切な担当者に渡され、対応が取られるまでに時間がかかる
- ・ 優先度に応じたスコアをリードに設定できない
- ・ 案件がなかなか進まない
- ・ 営業担当、スペシャリスト、管理職、顧客がとるべき重要なアクションがわかりづらい、またはそうしたアクションが遅れる
- ・ 顧客の状況に応じ、新しい商品や次のステップを提案するのが難しくなる
- ・ 顧客のニーズや目標に沿った最適な対策がとれない
- ・ クロスセルの機会を逃してしまう

一方、セールスファネル全体を完全に可視化できていれば、リードや紹介された見込み客の案件化率を大幅にアップさせ、リアルタイムの案件化が可能になります。たとえば、ファネルの初期段階のリードに商業用不動産ローンを紹介する場合から、ファネルの中間段階に進んだ案件で資金管理サービスを提案する場合まで、Sales Cloudを活用すれば、コマーシャルバンクに欠かせない、ビジネスの全体像を常につかむことができます。

Sales Cloudでは、すべての意志決定者が自分専用のダッシュボードを使用して、対応中の案件やリードをひと目ですばやく把握できます。実際のデータを手元のデバイスからいつでも確認できるため、何通もフォローアップのメールを出し、四半期の売上目標の達成状況を確認する必要はなく、妥当性のある売上予測値を割り出す必要もありません。

Sales Cloudを使用すると、目標達成のためにどこに注力すべきかが正確にわかるようになり、行員が各自で目標の達成状況を管理できます。また、全体の営業成績を、管理職が経営幹部に報告するのも容易です。営業活動を効率的に進める手段を、関係者すべてが手に入られます。さらに、Salesforce1を通じてモバイルデバイスからも利用できるため、ビジネスエコシステムのモバイル化のきっかけとしても効果的です。

セールスファネルを完全に可視化すれば、もっとも高い成果を期待できる活動に集中できるようになります。行員は見込みがないかもしれない案件に無駄な時間を割くことなく、有望な顧客の資金運用プランの作成に力を注げます。



セールスファネル全体を完全に可視化できて  
いれば、リードや紹介された見込み客の  
案件化率を大幅にアップさせ、  
リアルタイムの案件化が可能になります。



# ソリューション

## 顧客と行員の エクスペリエンスを刷新

これまでの内容をまとめてみましょう。コマーシャルバンクの業務エクスペリエンスの刷新は、顧客と行員の両方のメリットになります。業界を取り巻く環境の変化に適応し、銀行の成長と競争力を維持するには、顧客と行員との1対1のエンゲージメントを実現することが、各銀行の今後の最優先事項だと言えます。

以降では、顧客と行員に対し、コマーシャルバンクが新たにどのようなエクスペリエンスを提供していくべきかについて検討します。

### 顧客と見込み客向け - あらゆるタッチポイントの エクペリエンスを向上させ、もっとも信頼できる 金融パートナーとしての地位を確立する

銀行が顧客情報をトータルに把握できることは、顧客にとっては大して重要ではありません。顧客が重視するのは、あらゆるタッチポイントで一貫したエクペリエンスが得られるかどうかにあります。銀行が、初回のセールスコールから取引開始後の数年にわたるカスタマーエクスペリエンスを効率化することで、顧客との取引関係を維持できる可能性が高まり、次のような効果も得られます。

- ・ システムの統合が進む
- ・ 情報共有が簡単にできるようになる
- ・ モバイルデバイスで取引先情報にアクセスできるようになる
- ・ ワークフローの合理化が進む
- ・ デジタル化されたドキュメントやフォームが利用できるようになる
- ・ 俊敏性にすぐれたテクノロジープラットフォームにより、オリジネーションや引受業務、オンボーディングの時間が短縮される
- ・ 手続きとサービスのエクスペリエンスが高まり、取引拡大のチャンスが生まれる



銀行とのやりとりの手間を抑えたいと思う顧客は、増加する一方です。あらゆる顧客情報を簡単に連携させられるシステムを導入し、顧客が望むシンプルなエクスペリエンスを実現しましょう。そのシステムとは、もちろん Sales Cloud です。

## 行員向け - 行員のエクスペリエンスを高めることで、業務への意欲と成果の向上を実現

業務に必要な情報を提供し、スピーディな業務対応を可能にすることで、営業チームの生産性と成約率を高めましょう。リアルタイムデータの利用や、モバイルデバイスを通じたセールスダッシュボードへのアクセスを可能にすれば、コマーシャルバンキングチームは、適切なタイミングで適切な案件に集中できるようになります。具体的には、行員が以下のようなことを達成できるようになります。

- ・ リアルタイムで営業活動をパーソナライズできる
- ・ 俊敏性とイノベーションを企業文化として推進できる
- ・ チームでの営業活動が可能になる
- ・ 顧客の期待を上回るスピードでイノベーションを実現できる
- ・ オフィス内だけでなく、外出先でもワークフローを管理できる
- ・ 記録のためのシステムを、インテリジェンスを実現するシステムへと移行できる
- ・ 生産性と効率を高め、エンゲージメントを強化できる

リードの獲得件数の増加、適切なインサイトにもとづく意思決定、カスタマージャーニー全体を通じたアップセル。これらをはじめ、Sales Cloud は営業チームの活動の効果を高める、数多くのメリットをもたらします。



お客様事例

## Live Oak 銀行

2008年、Live Oak 銀行は、米国ノースカロライナ州の風光明媚なウィルミントンという土地で、獣医師のみに融資する銀行として設立されました。当初は、既存の獣医事業の拡大と再編のほか、資金の借り換えや買収を計画している独立系小規模ビジネスへの融資を扱っていました。同行では創業時から、人間味のある銀行業務をモットーとし、顧客を数字だけで判断するのではなく、実際に直面しているチャンスや課題を含めた生身の人間として向き合うことを大切にしてきました。

現在、Live Oak 銀行は全米各地の顧客と取引がありますが、起業家個人に目を向け、親身にサポートを提供する姿勢は依然として変わりません。Salesforce を基盤に事業を展開する同行は、小規模ビジネス向けの融資で全米第2位の実績を持つオリジネーターであり、米国中小企業庁（SBA）の推奨融資機関として、全米有数の優良ローンポートフォリオを誇ります。

“Salesforceのおかげで、融資の手続きに要する期間を3か月から6週間に短縮できました。また、これまで40件だったひとり当たりの年間成約数が60件に増えました。”

- Live Oak 銀行 CEO、Neil Underwood 氏

## まとめ

ビジネスが顧客中心へと変化し、従来のプロセスの再構築が進むなか、金融業界は大きな転換点を迎えています。現在、コマースバンキングの世界で起きている大変革は、さまざまな課題とビジネスチャンスの両方を生み出しています。ただし、カスタマーエクスペリエンスの刷新を最優先に考えることで、銀行は最終的に多くのビジネスチャンスを手にできるのです。

顧客はシームレスなエクスペリエンスを求めるようになり、行員はセールスファネルの完全な可視化を必要としています。今後、銀行業で大きな成功を収めるには、顧客とつながるための新たな方法を確立しなければなりません。Sales Cloudを活用すれば、法人顧客へのリーチを強化し、場所の制約なくいつでも適切なやりとりを行えるため、顧客と銀行の双方の成長が実現されます。

# 生産性をさらに高める 営業ソリューション

売上を拡大し、透明性の高いセールスプロセスを構築するには、使いやすい CRM システムが不可欠。Salesforce は、顧客や見込み客の情報や連絡先、企業情報、案件の進捗、営業履歴といったデータを一元管理できます。

[詳細はこちら \(英語\)](#)

**32%** 成約率の  
向上

**40%** 営業部門の生産性の  
向上

**32%** 売上の  
拡大



本 eBook に記載されている情報は、セールスフォース・ドットコムのお客様に利便性を提供すること、ならびに一般的な情報提供のみを目的に提供されます。セールスフォース・ドットコムによる発行物は、いかなる支持の表明でもありません。セールスフォース・ドットコムは、本 eBook に含まれるあらゆる情報、文章、画像、リンクその他の項目の正確性および完全性を保証せず、本 eBook が推奨する内容に従うことがいかなる具体的な結果につながることも保証しません。読者固有の状況に該当する具体的な助言については、弁護士、会計士、建築士、ビジネスアドバイザー、プロフェッショナルエンジニアなどの専門家にご相談いただくことを推奨します。

© 2014 Salesforce.com. All rights reserved.

# その他のおすすめリソース



ウェルスマネジメントで顧客の期待を上回る方法 (英語)

ダウンロード



3ステップで実現できる銀行業務のセールスサイクルの自動化 (英語)

ダウンロード



ビジネスの成長に役立つCRM活用術 (英語)

ダウンロード



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM