

# Community Cloud が ビジネスを変革する 10 の理由

salesforce®

SELL. SERVICE. MARKET. SUCCEED.



# 目次

## Community Cloud が ビジネスを変革する 10 の理由

- 03 | はじめに
- 04 | **第1章**  
Customer Community – 顧客向けコミュニティ
- 07 | **第2章**  
Employee Community – 社員向けコミュニティ
- 09 | **第3章**  
Partner Community – パートナー向けコミュニティ
- 11 | まとめ



# 変化するコミュニケーション

人々の働き方は変化しています。それと同時に顧客と企業、企業とパートナーのコミュニケーションの方法も変化しています。こうした大きな変化に対処するには、新たなエンゲージメントプラットフォームが必要です。それが、Community Cloud です。ビジネスを成功させるうえで、コミュニティの重要性はますます高まっており、企業内で果たす役割も多岐にわたります。

オンラインコミュニティを活用すれば、顧客や社員、パートナーは、企業の活動状況をいつでも把握することができ、相互関係を緊密に育み、問題を早期に解決できるようになります。この eBook では、コミュニティを導入する効果について10のポイントに絞ってご紹介しています。コミュニティの有効性に疑問をお持ちのお客様にも、ビジネスを変革するうえで、コミュニティがいかに役立つかをご理解いただけることでしょう。

## 第1章

# Customer Community

[ミシガン大学の調査 \(英語\)](#)によると、コミュニティに参加している顧客は、そうでない顧客に比べて、製品やサービスに対する支出額が19%多いという結果が出ています。コミュニティを運営していない企業にとっては、これだけでも、顧客向けのオンラインコミュニティを構築するうえで十分に説得力のある理由になるでしょう。Community Cloudは、アイデアの創出から、新規顧客の獲得や緊密な信頼関係の構築に至るまで、ビジネスのさまざまな場面で変革をもたらします。それでは、Community Cloudがビジネスの変革をもたらす10の理由について、詳しく見ていくことにしましょう。

## 1. 長期的な信頼関係を通じて顧客ロイヤリティを高める

従来の方で信頼関係を築くのは、特に個人顧客の場合、時間がかかるものです。しかし、コミュニティを利用すれば、信頼を損なうことなく、より幅広い顧客との関係構築が可能になります。顧客同士だけでなく、顧客とブランドをつなぐインフラストラクチャを構築することで、顧客との距離が近くなり、自社のブランドや製品をさらに好意的に支持してもらえるようになります。

また、顧客の声を一元化することで、フィードバックを効果的に利用できるようになります。顧客同士で日々共有されているアイデアやベストプラクティス、不満といった情報を社内にコンスタントに取り込んで、製品の改善や向上に活用することができます。顧客の声に耳を傾けている姿勢を示せば、顧客のロイヤリティはさらに高まるでしょう。



## 2. 顧客同士をつなぐ

Community Cloud は、企業と顧客の関係構築に役立つだけでなく、顧客同士のコミュニケーションにも大いに役立ちます。Community Cloud では顧客同士がつながり、価値観や目標、当事者意識が共有されたコラボレーションが生まれます。他の顧客と直接交流できるようにすることで、顧客と企業側の双方にメリットが生まれます。たとえば、コミュニティで知識を有機的に共有することによって、他では得られない新たなアイデアがひらめいたり、製品の改善につながったりする場合は少なくありません。また、顧客同士で不明な点を質問したり、アドバイスやツールの情報を交換したりできるようにすれば、カスタマーサポートの1次対応のような役割を果たすことも可能です。顧客にこうした付加価値をもたらすことで、今、理想とされる真の「カスタマーカンパニー」を実現することができるのです。しかも、セールスフォース・ドットCOMの調査によれば、コミュニティに参加している顧客は製品を購入する確率が2倍に上るといった結果が出ています。

## 3. カスタマーサービスのコストを削減する

セルフサービス型のコミュニティを利用して、顧客が他の顧客からアドバイスを受けることができれば、費用のかさむチャネルを介した企業への問い合わせが減ることになります。[call-center.netの調査 \(英語\)](#)によると、一般的なコールセンターの顧客対応には1分あたり1ドルのコストがかかっています。また、セールスフォース・ドットCOMの顧客調査によれば、Community Cloudを導入することで問題解決までの時間は37%短縮されます。

さらに、コミュニティをモニタリングすることで、さまざまな製品やプロセスに共通する疑問点やわかりにくい点、問題点を把握できます。そしてFAQを充実させ、こうしたポイントを（画像を用いるなどして）事前に詳しく解説しておくこともできます。こうしたツールが用意されていれば、仲間にアドバイスを求める必要もなくなります。コミュニティの資料を利用して、自分で対処できるようになるのです。



" 競争の激しいエコシステムにおいて、  
競合他社に差をつけるためには、ブランドを  
認識してもらうことが重要なポイントです "

#### 4. 人とビジネスプロセスがつながる

今あるソーシャルプラットフォームの多くは、ビジネスでの利用を目的に作られたものではないため、ビジネス面で価値をもたらすことが難しいのが現状です。しかし、Community Cloudなら、営業、カスタマーサービス、マーケティングといったビジネスプロセスを支援する各種機能が組み込まれています。あらゆる業務データを一元的に管理し、利用者の連携も深まるので、分析機能やダッシュボードを用いてビジネスの全体像を把握したり、レポート機能を用いて経営状況を詳細に分析したりすることが容易になります。活動管理の機能では、アクセス権をコントロールしながら、業務の進捗を管理できます。Community Cloudは、コラボレーションとビジネスプロセスを連携させることで、顧客中心の新しいサービスモデルを実現します。

#### 5. 広範囲のユーザーをブランドに取り込む

Community Cloudでは、顧客と直接やり取りすることで、コンバージョン（潜在客から見込み客へ、見込み客から顧客への転換）が促進されるとともに、幅広いユーザーにブランドをより深く理解してもらうことができます。マーケティング担当者は、顧客の動向を把握することで、セグメントごとのニーズに合わせて的を絞ったキャンペーンを企画し、そのうえで代理店や制作会社と連携しながら効率的に制作物を作ることができます。また、プロダクトチームは、Community Cloudを利用してチーム内の連携を図りながら、製品発表に向けて業務を進めたり、新製品のアイデアを検討したり、顧客との信頼関係を維持したりできます。連携の取れた柔軟なエコシステムを構築することで、市場投入までの期間を41%短縮することも可能です。

## 第2章

# Employee Community

セールスフォース・ドットコム の調査によると、オンラインコミュニティに参加している社員は、そうでない社員に比べて43%も早く情報を入手しているという結果が出ています。これは驚くべき数字ですが、それだけではありません。コミュニティを構築すると、数字には表れにくい社員の生産性と満足度の面でもプラスの効果があります。

### 6. 日々の業務を成果につなげる

Community Cloud は、ソーシャルコミュニケーションを促進するとともに、社員が成果を達成するうえで必要なコンテンツや人材、アプリケーションにいつでもどこでも、どんなデバイスからでもアクセスできるようにします。また、経費に関する規定や業績データの確認、出張の予約、社内のエキスパートを見つけるといった作業が簡単にできるようになります。

さらに、Community Cloud では、社員が販売店、リセラー、サプライヤーと瞬時につながることで、売上の拡大が促進されます。担当者はモバイルデバイスからリアルタイムで重要データにアクセスしたり、関係者に連絡したりできます。ビジネスプロセスを合理化し、必要な情報に迅速かつ簡単にアクセスできるため、時間を節約し、製品の営業やビジネスの拡大といった、より重要な業務に注力できるようになります。





" 社員の関心や担当業務と関連性の高い情報をタイムリーに提供できれば、生産性や満足度が高まります "

## 7. 社員の生産性と満足度を向上させる

アメリカン・エンタープライズ研究所所長の Arthur C. Brooks 氏は、2013 年 12 月にニューヨーク・タイムズ紙で次のように論じています。「仕事を通じて幸福になるための秘訣は、成果を上げることである。これは単なる推測ではなく、データによって裏付けられている。仕事で成果を上げていると感じるアメリカ人は、そう感じていない人々と比べて『総合的に見て自分は非常に幸せだ』と答える割合が 2 倍に上る。収入のレンジなど調査対象層を変えても、この差は変わらない。」

Community Cloud では、ユーザーの行動や興味の対象を分析して、関連性のある他のユーザーやファイル、情報を特定、提示するので、社員やマネージャーはそうした情報をフォローする

ことで、重要な進展があった場合に漏らさずキャッチできます。さらに、関心のあるトピックの検索やフォローに関する設定を適宜変更できるので、情報収集やエキスパートを簡単に見つけ出せます。

Community Cloud を利用すれば、社員同士がつながり、さまざまな部門間で効果的に業務を進め、商談やキャンペーン、プロジェクトやサービスに、連携しながら取り組みます。また、ユーザーが自分の関心と業務に関連性の高い情報をタイムリーに入手できるようになれば、生産性や満足度が高まります。そして、社員の満足度が高まれば、その上司や顧客の満足度も高まるのです。

## 第3章

# Partner Community

セールスフォース・ドットコム<sup>®</sup>のデータによれば、コミュニティを活用してパートナーと直接つながり、売上拡大を図ることで、パートナービジネスでの成約率が29%向上します。Partner Communityでは、パートナーとのオンラインコラボレーションが可能になるほか、パートナーと緊密に連携したセールスプロセスを構築できます。安全性と柔軟性にすぐれたSalesforce Platformを基盤としているので、カスタムアクションや統合機能、アプリを活用することでパートナーの生産性が向上します。もちろん、あらゆるモバイルデバイスから効率的に作業できるよう設計されています。

### 8. パートナーのネットワークを最適化する

Community Cloudを活用することで、パートナーの採用や各種手続き、トレーニングおよびサポートの効率化を図り、パートナーネットワークを強化することができます。さらに、共同のマーケティングキャンペーンや協賛金の管理などの面で、パートナーの関与を高めることが可能です。自社のビジネスに最適化されたツールを使えば、チャンネルカバレッジを評価し、戦略目標に沿ったチャンネルの構成と展開が可能になります。





"Community Cloud は、  
パートナーが必要とする情報や支援を  
確実に届けます"

### 9. より多くの成約をより短期間に

Community Cloud では、パートナーによる見込み客の管理や商談登録、共同セールスといった業務を効率化できるので、効果的な販売活動が可能になります。パートナーは、製品の技術情報が必要な場合でも、見積上のアドバイスや商談に関する支援が必要な場合でも、適切なエキスパートやリソースを活用して、商談を迅速に成立させることができます。営業活動を効果的に実施するために最適なパートナーを見極めて、必要な支援を確実に行うようにしたり、顧客の要件に見合った適切なパートナーを紹介したり、パートナー同士が連携して、顧客が必要とするソリューションを包括的に提供できるようになります。

### 10. パートナーがモバイルを活用できるようになる

Community Cloud は、パートナーがどこにいても、製品やサービスの販売に必要な情報や支援を確実に届けます。Partner Community では、商談の登録や更新、販促費用やサポートのリクエストといったことを、あらゆるモバイルデバイスから行うことができます。さらに、コミュニティを開設している企業のブランドが適用された、安全で使いやすいモバイルアプリケーションを利用して、どこからでも質問を投稿し、重要なリソースにアクセスできます。また、Salesforce Platform と連携しているので、コミュニティに追加されたカスタムアクションは、ただちに、あらゆるモバイルデバイスで利用できるようになります。

# Community Cloudが未来をつくる

ビジネスにとって重要な信頼関係を強化したいなら、Community Cloud が不可欠です。モバイルに対応したクラウドベースのオンラインコミュニティを構築することで、企業と顧客、社員と社員、パートナーとパートナーが簡単にやり取りできるようになり、生産性の高いコミュニケーションが可能になります。Community Cloud なら、積極的な行動を生み出すコミュニティが実現できます。

Community Cloud を導入する方法については、セールスフォース・ドットコムの新しい [Community Cloud の Web サイト](#) をご覧ください。



SELL. SERVICE. MARKET. SUCCEED.





The information provided in this e-book is strictly for the convenience of our customers and is for general informational purposes only. Publication by salesforce.com does not constitute an endorsement. Salesforce.com does not warrant the accuracy or completeness of any information, text, graphics, links or other items contained within this e-book. Salesforce.com does not guarantee you will achieve any specific results if you follow any advice in the e-book. It may be advisable for you to consult with a professional such as a lawyer, accountant, architect, business advisor or professional engineer to get specific advice that applies to your specific situation.  
© 2014 Salesforce.com. All rights reserved.