

クラウド、モバイルで実現する 顧客管理

～ファイナンシャルアドバイザーの業務革新～

インターネットによってビジネスのスピードが加速する今、投資家の購買行動もよりシビアになってきているため、ファイナンシャルアドバイザーや資産マネージャの市場競争は激化しています。市場で勝ち抜くためにはテクノロジーの活用こそが、他社との差別化を推し進め、競争力を高めるための唯一の手段と言えるでしょう。そして適切なテクノロジーを選択した企業こそが、迅速な成長を促し、コスト効率の優れた顧客サービスを提供することで、結果的に競合他社や他の RIA (投資アドバイザー) を排除し、成功できるでしょう。

しかし、顧客は、アドバイザーをしのぐ早さでオンラインを活用し情報収集しているため、アドバイザー側にもより多く早く、また安く対応を要求してきます。時には、アドバイザーからの助言に反論したり、支払い価値に対して疑問を抱いたりします。

RIA は CRM (顧客関係管理) ソリューションを活用することで、見識が豊かでテクノロジーに精通した投資家にも通用する信頼を得られるようになります。また、顧客がオンラインで検索、発掘する情報より遥かに意味のある情報を顧客に提供できます。つまり、CRM は RIA のビジネスを強化すると同時に、顧客に新たな価値を提供するソリューションなのです。

多くのコンサルティング企業が、スプレッドシートや中途半端なソフトウェアの利用を中断し、機能の充実した CRM を採用している理由は、そこにあります。しかし、CRM 製品はどれも同じではないため、システムの選択には幾つかポイントを押さえる必要があります。

CRM の選定の上で、ボタンやクリックのしやすさ等ユーザーインターフェイスも確かに考慮すべき要素ではありますが、より重視すべき点があります。最適な CRM とは、顧客や

見込み客の一步先に行くアドバイスを提供するために必要なものを備えたサービスです。自社の新たな成長に合わせて拡張でき、アプリケーション開発者やサードパーティベンダーのコミュニティが介在して、CRM の価値を継続的に高められることも重要です。また、既存システムとの連携、統合も重要な要素と言えるでしょう。他ソースのデータも取り込むことで、入力プロセスが効率化されます。

さらに、クラウドベースのソリューションを選択することで、ハードウェアとソフトウェアにかかる費用、運用保守費用を削減し、IT 部門の関連費用も削減することが可能です。コスト意識が厳しさを増す今日、こうした費用の削減は、とりわけ、クラウドによって生産性やサービスの質を下げずに費用を削減できるなら、ビジネスにおいて非常に合理的と言えるでしょう。実際、クラウドによって生産性は向上するのです。

利点はコストの削減だけではありません。クラウドベースの CRM を使用すれば、いつでもどこからでも、どのデバイスからでもアクセスが可能になり、アドバイザーは場所を問わず、より多くの時間を顧客との打ち合わせに割くことが可能になります。



クラウドベースの CRM は顧客訪問の際にも活用可能です。アドバイザーは、ゴルフ場でも会食の席でも、顧客の目の前で即座にデータにアクセスすることが可能です。このインタラクティブで顧客に合わせてカスタマイズされた関係こそが、企業が成功するための秘訣なのです。

今日では、投資家たちもモバイルを活用しており、出先で情報にアクセスしたり、自らも情報発信したりしています。モバイルデータやモバイルデバイスに慣れているため、アドバイザーにも、取引先や市場動向に関する最新データを文字通り手元に用意して、その場での意見交換を期待しています。帰社後の回答では機会損失にも成りかねません。顧客の期待に応えるためには、出先でもあらゆるモバイルデバイスを駆使しての情報収集は必須と言えるでしょう。クラウドベースでモバイルからアクセス可能な CRM はアドバイザーにとって必需品であり、無駄な投資ではありません。

企業が顧客とモバイルでつながる方法として選択するのが、モバイルサイト、モバイルアプリケーション、またはその両方ですが、CRM のみに限定せず、モバイル、ソーシャル、Web、メール、インスタントメッセージ、携帯メール、電話などのすべてのチャンネルにわたって、同様且つ手軽に、シームレスに機能しなければなりません。つまり、CRM はクラウドを基盤とし、モバイルと強力に連動している必要があるのです。したがって、CRM を選ぶ際に何よりも重視すべき点は、クラウドとモバイルであると言えるでしょう。

投資家はすでに活発にソーシャルを利用しています。CRM を自社や顧客にとって真に活用を希望するのであれば、ソーシャルにも対応すべきです。ただ、アドバイザー個人あるいは全社を挙げて、直ぐにソーシャルメディアを通じて顧客に働きかけ始めればよいというわけではないのです。それよりも、ソーシャルメディア上での顧客や見込み客の行動、発言をモニタリングする手段が必要となります。つまり、電話や Web やメールといった他のタッチポイントと同じように、ソーシャルの情報収集を助けてくれる CRM ソリューションが求められているのです。

パソコンは消滅の一途を辿っています。CRM 製品はその変化にも、コンピューティング環境やコミュニケーションチャンネルの変化にも、適応できなければなりません。そのためには、モバイルに対応したクラウドベースの CRM 製品の使用が、現時点では最適です。コンピューティング環境の変化に後れを取れば、CRM への投資は無駄になりますし、都度追従するシステムの追加では IT 投資費用に影響します。そのため、簡単に拡張可能なクラウドベースの CRM に投資するのが目下の賢明な戦略であり、アドバイザーは流行に乗り遅れることなく、最先端に立ち続けられるでしょう。

加えて、クラウドのソフトウェアを使えば、ハードウェアやソフトウェアを購入する必要がなくなり、保守費用や運用を担当する IT 関連費も不要になります。

以上の背景から、Charles Schwab 社のような大手 RIA カストディアン企業が Salesforce を採用したのは、単なる偶然ではないとおわかりいただけたと思います。多くの企業が、カストディアンのブランドを適用したソリューションを Salesforce から提供しています。また、Salesforce は United Capital Financial Advisor 社をはじめ、多くの中小規模の金融サービス企業に採用されていますが、これはコストパフォーマンスがよく、企業規模を問わず威力を発揮できるためです。さらに、緊急のニーズや将来の事業拡大に合わせて、機能の拡張や縮小も可能です。

セールスフォース・ドットコム社はクラウド型 CRM におけるリーダーであり、SaaS を最初に提唱し、現在広く普及しているクラウドの先駆的存在です。以来、セールスフォース・ドットコムは、CRM 分野を牽引しながら、常に進化を続けています。このイノベーションと実績から、多くのサードパーティのアプリケーション開発者やシステムインテグレータ、そして活発な CRM コミュニティおよびエコシステムが生まれました。セールスフォース・ドットコム社とそ

のエコシステムは、クラウドやモバイルの豊富な知識を備えているだけでなく、実際の運用にも精通しています。セールスフォース・ドットコム社は、進化するチャンネルや CRM への先進的視点を持つことで、今後も市場の変化に対応して、最適な製品を提供していきます。これにより、RIA は顧客のニーズにこたえることができるでしょう。

Salesforce Wealth Management を活用することで、アドバイザーは顧客データを一目で把握したり、カストディアンと安全に連絡を取ったりできるほか、顧客関係の管理、アップセル、新規レコードの作成、会議やタスクの管理、出先での積極的な営業が可能になります。加えて Salesforce は多数のシステムと連携できるため、顧客や企業データの活用の幅をさらに広げることが可能です。

Salesforce のクラウドおよびモバイルの機能やエクスペリエンスは、作業効率を高め、日々雑務時間を短縮することで、ファイナンシャルアドバイザー業界を刷新します。



詳細については www.salesforce.com/jp をご覧ください。

株式会社セールスフォース・ドットコム
〒100-7012 東京都千代田区丸の内 2-7-2 JP タワー 12 階
0120-733-257 info@jp.salesforce.com
www.salesforce.com/jp