

クラウド連携によりCRMを刷新。 正確な売上予測も可能に。

アイ・エム・エス・ジャパン株式会社様(以下、IMSジャパン)は、100カ国以上に拠点を展開するグローバル企業IMS Health社の日本法人として、医薬品・ヘルスケア業界に医薬品市場の情報提供とコンサルティング&サービスを展開。医薬を取り巻く環境変化が激しい昨今、IMSジャパンはさらなるサービス向上のために、SkyOnDemandでのデータ連携によるCRMシステムの刷新を図りました。

PHASE 1 課題へのアプローチ

製薬業界の市場変化に対応し、 より高品位なサービスを展開するために

IMSジャパンは日本の医療用医薬品市場のほとんどをカバーし、製薬会社をはじめ保険調剤薬局、病院、医薬品卸、処方医など20万カ所以上からさまざまな市場データを収集しています。それらの統計の作成から市場分析までを一貫的に行い、医薬品市場情報だけでなくソリューションサービスをご提供し、お客様のビジネスをサポートしています。製薬会社はその情報をもとに、自社の薬剤開発ポートフォリオの最適化やブランド管理・新製品の上市管理、MR^{*1}の効率化などを行います。

医薬品業界はいま、国内外で企業再編によるメガファーマ化が加速しており、また、2012年には日本国内で医療制度改革

● SaaS連携による利用イメージ



革を控えるなど、業界を取り巻く環境に大きな変化が訪れようとしています。IMSジャパンでは、6年前に新たにコンサルティング&サービス部門を設立し、サービスの拡充を図ってきました。そして、営業活動のさらなる効率化に向けて、サーバ構築が不要なSaaS^{*2}型アプリケーションのSalesforce CRMの導入を行いました。

Salesforce CRMは当初、ソリューション営業を担当する部署を中心に約30名に導入され、まずは営業日報をSalesforceへ移管し、その後全社に採用しながら本格的な案件管理へと活用範囲を広げてきました。しかし、実際に活用してみた結果、いくつかの課題も散見されました。「CRMはKPI^{*3}の設定には効果的であるものの、実際の営業活動が計画に対してきちんと行われているか、その判断材料を得るには至らなかった」と、加藤氏。営業担当が顧客訪問活動などを履歴として残し、進捗の変化を週次で可視化できないか、という検討も始まりました。もし可視化が可能なら、四半期ごとの目標に対して、営業プロセス上でどこまで進行しているのかを判断する先行指標となり、目標と乖離があれば早めの軌道修正も可能になるはずだからです。

PHASE 2 ソリューション選定と導入

営業の進捗変化を可視化するためには SkyOnDemandによるクラウド連携が必要と判断

加藤氏はさっそく、営業の進捗変化を可視化する方策をブリッジインターナショナル株式会社様(以下、ブリッジ)に依頼しました。ブリッジは、法人向けマーケティングから営業に特化した戦略策定のコンサルティング、営業活動の実行とそれを支援するITシステムの構築までをワンストップで提供できることが強みのサービスベンダーで、IMSジャパンにおける

*1 MR(Medical Representative): 医療情報担当者と呼ばれる、製薬業界における営業職。通常の営業活動のほか、医薬品の適正使用情報などを医師や薬剤師に伝えることを主な業務としている。

*2 SaaS(software as a service): ユーザーが必要とする機能だけをサービスとして配布し利用できるようなソフトウェアの提供形態。クラウド・コンピューティングは、SaaSが提供するアプリケーションに加え、ミドルウェアやハードウェアを含めたサービスの提供を含む。

*3 KPI(Key Performance Indicators): 主要業績評価指標。財務関連データのみならず、ブランド力や顧客ロイヤリティ、社員のナレッジなども含めた、企業の事業収益を構成する主要なパラメータのひとつ。

Salesforce CRMの導入をすべてサポートしてきました。

ブリッジが導いた解決策のポイントはデータ連携で、Salesforceが元々持っていない履歴の蓄積機能とそれらを演算し組み合わせて表示させる機能をSkyOnDemandに担わせるものでした。これにより、営業の四半期売上目標の達成状況の進捗を可視化でき、さらに売上目標と顧客訪問活動との相関、顧客内キーマンのカバレッジ状況の可視化も実現しました。

「このシステム刷新プランには、複雑な演算・集計が必要になります。これを当時のSalesforce内で行うと多大な時間がかかってしまいます。そこで我々はSkyOnDemandで演算・集計を行う解決策を提示しました」と、ブリッジの宮原氏。SkyOnDemandは、この複雑な演算を簡単にできるというデータ処理能力の利点があるほか、連携能力に優れていることから、最善策として選ばれました。

さらに、ユーザ端末に表示される各ダッシュボード(分析表示ページ)のグラフやチャートも、表現方法やデザインのカスタマイズが可能で、視認性に優れたものにするべく、Google codeを採用しました。これにより、奇しくも3つの異なるSaaSを連携させるという、クラウド時代にふさわしいシステム構築が行われました。

PHASE 3 導入成果と今後の展望

CRMのさらなる活用で、 お客様のビジネスの効率化と最大化をめざす

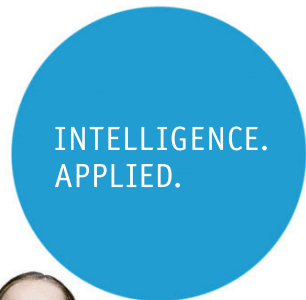
今回のSkyOnDemandを採用したCRMシステムの刷新によって、IMSジャパンは当初の目的を達成し、会社全体で非常に正確な売上予測ができるようになりました。「CRMは元来、その時々情報を提示することに意義があります。つまり履歴などのデータを蓄積するだけでなく、データの蓄積とそれを週次の状況変化とともに表示することが重要です。この新しいやり方を導入した後の5期において1期を除きすべて売上目標を達成することもできました」(加藤氏)。

また、IMSジャパンでは、営業担当者の評価を業績以外の

行動評価も含めて行っています。SkyOnDemandの導入により、営業の行動評価の可視化も実現し、目標達成に向けた営業プロセスの軌道修正に大きく貢献しています。

ここまで十分な導入成果を得られた今回の刷新でしたが、今後はさらに現場で役立つような機能をどんどん付加したいと語る加藤氏。次のステップとして、今年4月からは、顧客企業への提案資料の作成を含めたコンテンツ管理機能を追加する予定です。現場での使いやすさを追求することで、お客様へのサービスの質の向上にもつながると考えています。

IMSジャパンが戦略的に推進するコンサルティング部門に関しても、CRMシステムとの連携が不可欠と認識しており、「IMSは情報の価値を大切にしたいと考えています。弊社のコンサルティング&サービスは、IMSが業界に特化して約半世紀にわたり、グローバルで蓄積されてきた情報とノウハウに基づいたソリューションをご提供しています。製薬会社様のビジネスの効率化や最大化へ向けてより心強いパートナーとなるために、今後CRMの効果的な活用が重要な鍵になってくると思います」と、加藤氏が今後の抱負を語ってくれました。



アイ・エム・エス・ジャパン株式会社 IMS JAPAN K.K.
<http://www.ims-japan.co.jp/>

設立 1964年(昭和39年)
事業概要 ヘルスケア・メディカル業界向けマーケットリサーチおよびコンサルティングを展開している。

● インタビューに答えてくださった方

加藤 修司氏 営業企画部 ディレクター
山口 司郎氏 コーポレート・ストラテジー & マーケティング コミュニケーション マネージャー

