

アカウント セグメンテーション & スコアリング (顧客分析 & 評価)

Anaplan

Anaplan for Account Segmentation and Scoring により、営業部門のリーダーは新しい市場機会を発見し、収益拡大の可能性を特定できます。市場レベル、顧客アカウントレベル、製品レベルのどのレベルでも、アカウントセグメントのプランニングとモデル化が可能です。セグメント内のアカウントをスコアリングしてランク付けすれば、営業部門は最も有望で収益性の高いビジネスチャンスに重点的に取り組むことができます。またお客様の購買行動を分析したうえで、より正確に営業テリトリーを定義し、それに適した営業リソースを割り当てることもできます。設定したノルマの根拠や正当性を営業担当者に容易に示すことができ、また正確かつ公平に割り当てられた機会に基づいたノルマを設定可能です。

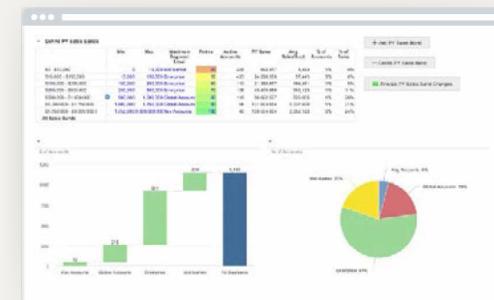
市場機会と収益可能性の発見。市場を把握することはきわめて重要です。機会と顧客アカウントをセグメント化してスコアリングすることにより、これまで他の方法では発見できなかった市場機会と収益可能性が明らかになります。顧客アカウントセグメントはあらゆる顧客アカウント属性に基づいて作成できるため、全社的目標に沿ってそれぞれの価値を評価できます。

最も有望な市場機会への営業要員の割り当てと重点的な取り組み。顧客アカウントはいくつでも自由にセグメント分割して、適切な営業要員を割り当てることができます。また作成したセグメントをスコアリングすれば、適切な優先順位に基づいた営業活動を展開できるようになります。

理解に基づいた営業テリトリーの範囲とノルマの割り当ての改善。顧客アカウントのセグメント化/スコアリングは、営業テリトリープランニングとノルマプランニングを立案するうえで必須です。営業担当重役やリーダーが、製品知識だけでなく、顧客アカウントごとの市場機会や収益可能性を把握できれば、営業テリトリーの的確な定義、ノルマの設定、適切な営業要員の割り当てができるようになります。

主要なメリット

- 顧客アカウントセグメントを分析することで、より的確な営業戦略の策定、全社的目標との整合性の確保、営業業績の最適化をリアルタイムで実現できます。
- 顧客アカウントをセグメント化してスコアリングできるため、営業要員を重点的に投入すべき箇所を把握して情報を得ることができます。
- 営業担当者の処理能力を十分に活用できる適切な数の顧客アカウントを割り当てて、十分なサービスを提供できます。
- 市場機会と収益可能性を鋭敏に察知することにより、営業テリトリーの範囲とノルマの割り当てを適切に定義できます。
- 収益、規模、所在地、顧客内シェア、従業員数、業種など、あらゆる顧客アカウント属性に基づいて顧客アカウントセグメントとスコアリング基準を定義できます。



顧客アカウントのセグメント化は、簡単な作業ではありません。顧客アカウントの属性や市場機会の属性を理解するだけでなく、全社的目標と整合する顧客アカウントのセグメント化手法を把握する必要があります。実践的な決断を下して、計画を立案し、利益を実現するには、正確な理解が不可欠です。

メリット

- 市場機会と収益可能性を鋭敏に察知することにより、営業テリトリーの範囲とノルマの割り当てを適切に定義できます。
- 収益、規模、所在地、顧客内シェア、従業員数、業種など、あらゆる顧客アカウント属性に基づいて顧客アカウントセグメントとスコアリング基準を定義できます。

主な機能

顧客アカウントのセグメント化規則の設定: 顧客アカウントはたとえば、「国際的アカウント」、「重要アカウント」、「大規模企業アカウント」、「中堅企業アカウント」などのセグメントに分類できるだけでなく、「東部地域にある販売収益が10億ドル超の保険業アカウント」や、「建材を販売する従業員数1000人以上の小売アカウント」など、固有の基準に基づいて分類できます。

顧客アカウントのスコアリング規則の設計: 各顧客アカウントセグメント内で、スコアリングしてランク付けすることができます。これにより、各顧客アカウントセグメントでどの顧客アカウントが最も有望な機会であるかを特定し、営業部門に対して顧客アカウントの優先順位を設定できます。

顧客アカウントのスコアリング/セグメント化のための規則を使い慣れた形式で作成: Excel® に似た使いやすい数式ビルダーを適用して、顧客アカウントのセグメント化/スコアリングの規則を構成できます。

「What-if」シナリオのモデリングと分析: 「What-if」シナリオとモデリングを作成して、ビジネスや経済、競争で特定の事態が発生した場合に、それが営業業績予測に与える影響を分析できます。これにより、近い将来、取引で発生しうる問題に備えることができます。

営業テリトリの定義と範囲の最適化: ロケーション/製品ミックス/顧客アカウント種別ごとの市場機会と可能性を明らかにしたうえで、営業テリトリを定義して割り当てることができます。これにより、営業部門に対して、公平かつ公正なテリトリが最適な形で割り当てられます。

現実的なノルマの設定: 市場機会と可能性を理解し、公正かつ公平なテリトリを割り当てることで、営業部門に対して売上ノルマを設定してその正当性を説明できます。

必要な営業要員の算定: 割り当てられたテリトリの市場機会と可能性に基づいて、現時点で必要な営業要員と営業能力を判断できます。

データ統合のサポート(入力/出力): Salesforce への内蔵コネクタやサードパーティコネクタ (Mulesoft、Dell Boomi、SnapLogic、Informatica など)、または Excel とのセルフサービスの入出力機能を使用して、あらゆる上流/下流システムを統合できます。

MS Office 統合への対応: Microsoft Office™ Excel®, Word®, PowerPoint® を統合して、営業会議でのプレゼンテーションや業績/指標の検討を生産的かつ効率的に進めることができます。

データの視覚表現による顧客アカウントのセグメント化/スコアリングの分析: 組み込みのダッシュボード、レポート作成、分析機能とデータの視覚表現 (チャート、グラフ、地図など) を利用できます。ダッシュボードやレポートは瞬時に更新されます。顧客アカウントセグメントとスコアリングの分析によって得た実践的理解に基づいて、よりの確な意思決定を行うことができます。

最高レベルのセキュリティとITコストの削減の両立: Anaplan は単一のマルチテナントクラウドプラットフォームとインフラストラクチャで構成され、常時監視機能によって保護されています。またロールベースのセキュリティ、ユーザー管理、シングルサインオン、ディザスタリカバリと完全なビジネス継続性をサポートしています。

履歴データの参照と分析: 優れた日付管理、バージョン管理、監査追跡機能を使用して、顧客アカウントセグメントとスコアリングの履歴を管理できます。

Anaplan 営業ソリューションの一気通貫の統合: CRM、ERP、サードパーティリスト (Dun & Bradstreet データなど) をはじめとするエンタープライズシステムと上流統合することができます。また Anaplan の営業テリトリアプリケーションやノルマプランニングアプリケーションなど、Anaplan の営業アプリケーションと下流統合すると、包括的な一気通貫のソリューションが完成します。

Anaplan について

Anaplan は、企業が競争を凌駕できるよう、今日の複雑なビジネス環境における意思決定を最適化するために設計された唯一のシナリオプランニングおよび分析プラットフォームです。組織のサイロを超えたつながりとコラボレーションを構築することによって、私たちのプラットフォームは重要なインサイトを賢く浮き彫りにし、企業が今すぐ正しい意思決定を行えるよう支援します。

2,500 以上の世界のトップブランドが Anaplan でプランニングをして意思決定を最適化しています。

詳しくは、こちらをご覧ください。 www.anaplan.com/jp