

商談の質が上がり、 短期間での受注に つながった

リードは従来の
10倍にアップ



左から 株式会社ウィット 渥美 英紀 / 田中 喬 三菱総研DCS株式会社 結城 浩司 様 / 黒澤 怜良 様 / 渡辺 陽子 様 / 木村 庄吾 様

お客様情報

三菱総研DCS株式会社

三菱総研DCS株式会社は、銀行、クレジットカード等金融関連業務で豊富な経験・実績を有する他、千葉情報センターを核としたアウトソーシングやBPO業務なども強み。1970年の創業時からの主力サービスである人事給与サービス「PROSRV(プロサーブ)」は、受託数2,000事業所と、国内トップクラスの実績を有します。



取材日 2018年6月 ※所属・役職は取材当時のものになります。

パートナーをどう選定したか

黒澤： 給与計算のBPOサービス「PROSRV(プロサーブ)」は、これまで三菱UFJ銀行からの新規紹介案件が多く、一般市場への露出はほぼコーポレートサイトに頼っていました。サービス内容や導入事例は掲載していましたが、コンテンツに十分に手をかけられず、ウェブ経由のリードは決して多いとはいえませんでした。しかし、我々自ら引き合い獲得を行い、一般市場からの売上げを伸ばしていく方法を検討する中で、ウェブプロモーションの強化に着手することになりました。

結城： パートナーの選択にあたっては、2～3社とお会いして比較検討しました。ウィットさんに決めたのは、渥美さんのご経験とお人柄が大きかったですね。人事システムに関する理解も深く、最初からかなり踏み込んだ話ができましたし、我々のウェブプロモーションのレベルについても良いところも悪いところも客観的に評価して頂けそうだと感じました。

黒澤： 私はウェブプロモーションを意識し始めた頃、渥美さんのご著書を読んでいましたし、別のメンバーもバックヤードの知識の深さなどからウィットさんを希望し、パートナーとしてプロジェクトを推進することが決定しました。



三菱総研DCS株式会社 HR事業本部
結城 浩司 様



三菱総研DCS株式会社 HR事業本部
黒澤 怜良 様

キャッチコピーが特徴を鮮明に表現できるように



三菱総研DCS株式会社 HR事業本部
渡辺 陽子 様

渡辺： プロジェクトのスタートは2017年5月でしたが、新商品のリリースが2018年4月と決まっていたので、第1弾として8～9月に特設サイトの立ち上げを、第2弾として3～4月にコンテンツの追加をすることにして、すぐに動き始めました。

渥美： 第1弾では主力のPROSRV（プロサーブ）の本質的な魅力や実績をしっかりと紹介することに注力しました。当事者にとっては当たり前となってしまう機能や特徴も新たに検討する人にとってしっかりと伝わるように工夫をする必要があります。特に、「三菱総研DCSでは他社と異なり、提供するBPOサービスを段階的に提供することができ、他の製品やソリューションと比べて柔軟な対応ができる」とお聞きし、ここが重要な

ポイントになると感じました。BPOを検討する場合、今までは大きな初期投資を決断するかあきらめるかの2択になってしまっていた現状を三菱総研DCSならば打破できる点を重点ポイントにしました。

黒澤： 新しいキャッチコピーとして「あらゆる企業にBPOのチャンス」という提案を受けました。いままで訴求ターゲットが幅広いがために、特徴をはっきりと打ち出せていなかった部分を、しっかりと強みとして一言で表現できるようになり、とても納得ができました。

渥美： また、他社では「コストダウン」「人員削減」といった刺激的な言葉で訴求しているケースが多くありますが、三菱総研DCSの魅力はそこだけではありませんでした。導入顧客に実際に取材やヒアリングを行うと、お客様はシステム自体の良さに加えて、対応した営業や技術者のインテリジェンスや誠実さを挙げる人が多いことが分かりました。取材を進めるうちに「人が評価されている」部分を表現する必要があると感じ、人の顔が見えるサイトにしよう方針を決めました。皆さんにご協力頂いたおかげで、短期間でコンセプトに合ったコンテンツができたと思います。

渡辺： 渥美さんはダメなものはダメと正直におっしゃいますし、ダメだった場合もその部分に対するフォローやアドバイスも的確にくださるのがよかったです。単にウェブサイトを作るのではなく、事業としてこのプロジェクトを共に成功させようとしていただいていると感じました。

新サイト開設の効果で商談の質が上がり、迅速な受注がきたケースも

結城： 第1弾のコンテンツを公開後、以前の数倍以上の問い合わせが安定的にきています。大企業からの問い合わせも多いですね。

木村： 当初はコーポレートサイトにリンクを貼り、そこから特設サイトに流入させましたが、閲覧数は大きく増え、その後も上昇傾向が続いています。2～3ヶ月後には狙っていた「人事給与×BPO」で検索すると上位に出てくるようになりました。

結城： リスティング広告は外部に委託することが多いですが、当社ではウィットさんにノウハウを教えて頂きながら、社内で運営しています。その効果も上がっています。

また、リードを増やす点では予想以上の成果がありましたが、現実には問い合わせが増えても受注ができなくては意味がありません。その点が気になっていましたが、通常は受注まで1年以上かかるのに対し、2～3ヶ月で受注できたケースがあり、一定の不安は解消しました。



三菱総研DCS株式会社 総合企画部
木村 庄吾 様

黒澤： 少しでも当社やサービス内容を知った上で声がかかるのと、単に比較の数合わせに入れられるのでは、商談の質は全く違います。それまでは一括資料請求のサイトからの誘導などを活用していたため、ウェブサイトからは質の低い商談がほとんどでした。現在は当社のサービスを知った上で、現実的に導入を検討してもらうところまでウェブサイトできているので、商談の質は確実に向上しました。

プロジェクトの評価と今後の期待



黒澤： この成果は社内でも評価され、社長表彰を受けました。新しいチャレンジが評価されて嬉しいです。

木村： これまではどうしても自前主義から脱却できない部分がありましたが、今回、外部のノウハウを取り入れ、ドラスチックな戦略の変更にチャレンジすることができました。自分たちだけでは出てこなかった視点、発想が形になり、素晴らしい評価が得られて感謝しています。今後、このサイトが陳腐化しないようにするために、どう維持・更新していくかしっかりと考えていきたいです。

黒澤： MA ツールの導入も支援いただき、ウェブサイトの刷新に合わせて MA ツールの活用も始まりました。営業活動の流れを受注までの流れをよりの確に把握できるようになり、ウェブサイトの一体となった活動になればと思います。今後は、BPO ベンダーとしてさらに当社のブランドをどう高めていくかが課題です。次の目標に向かってご支援いただければと思います。

結城： 現在、当社とエイチアールワンとの業務提携により、人事給与 BPO 市場でのシェアは圧倒的な存在になっています。今後は、直近にリリースした新サービスに注力しながら、銀行とのコラボレーションを強化していく予定です。協業やグループ連携を強化して製品の基盤を固めつつ、ウェブサイトを活用した営業モデルでさらにビジネスを加速させていきたいと思っています。その部分でお力添えいただけると大変ありがたいです。



株式会社ウィット

東京都渋谷区神南一丁目13-4 | DOビル3F

TEL : 03-6416-4463

FAX : 03-6416-4469

URL : <http://www.wit-inc.jp/>

E-mail : info@wit-inc.jp