

B2B EC ソリューション ご紹介資料

SCSK株式会社
ビジネスデザイングループ CXセンター



営業効率 の課題

既製品・リピート品のモノ売りよりもソリューション型営業で新規開拓や既存拡大を狙うべきだが、販促・受注業務や問合せ対応に追われて、限られた営業リソースでは業務が回らず、小口顧客の取りこぼしも多い。働き方改革と売上拡大の両面を実現するためのデジタル活用が不十分。

営業がすべて直接対応する場合

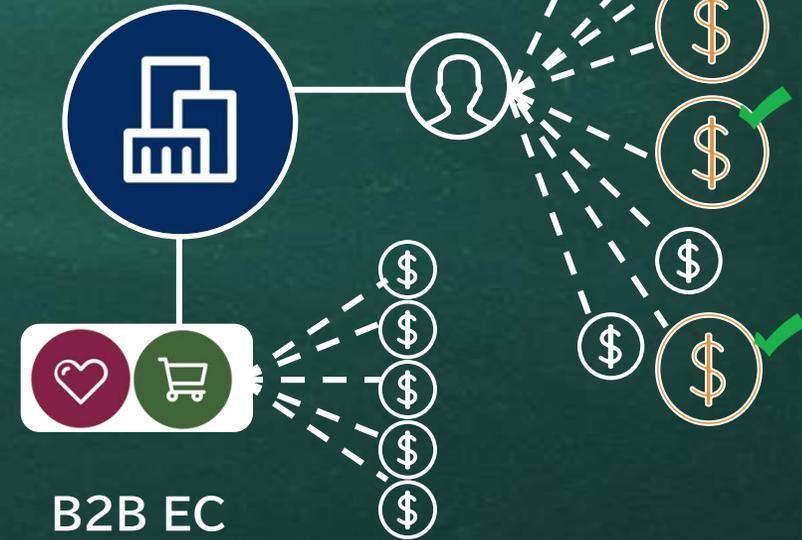
小口注文の伝票処理に営業が追われる
大口案件や大事な顧客の
対応が後手になってしまう



営業がすべて直接対応

B2B ECで対応する場合

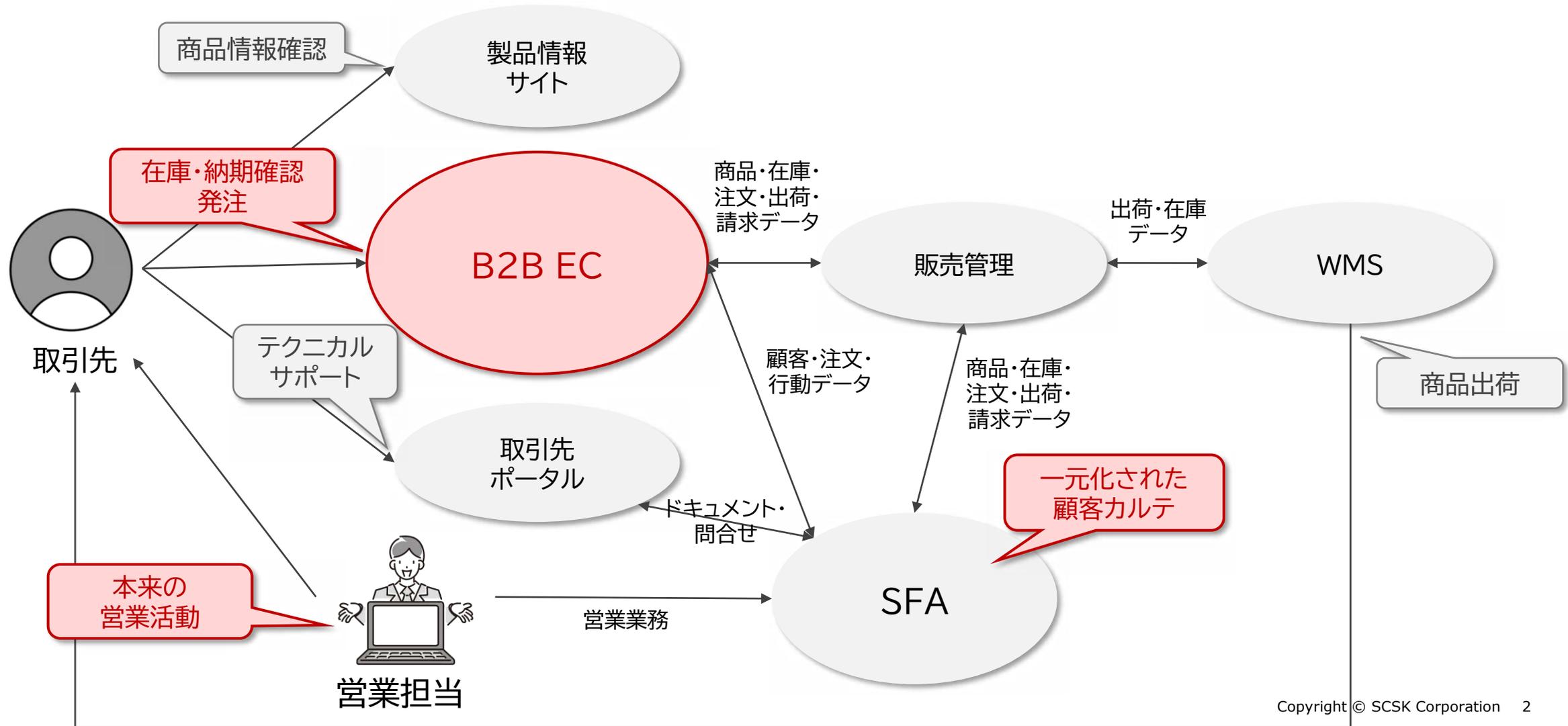
小口注文の伝票処理はデジタルに任せる
大口案件や大事な顧客の対応に
時間を使えるようになる



B2B EC

業務効率化に向けたB2B EC システム全体像

取引先にとって便利に注文できる仕組みづくりにより、営業担当は本来の業務へ注力



B2B ECサイト導入当初の目的は業務効率化がメイン。
売上拡大に向けた営業のデジタル活用定着、B2Bマーケなどの取り組みへと展開。

【導入時の目的】

【導入後の売上拡大】

①業務効率化
-小口顧客向け
業務効率化-

営業が対応しきれない小口顧客・小口取引をデジタルでへ誘導し、新規顧客・重点顧客へ注力するための導入。

次ステップ

デジタルチャンネルでの
B2B マーケティング

- ・販売商品拡大
- ・OneToOneコミュニケーション (MA・レコメンド等)

②業務効率化
- 業務プロセス改善 -

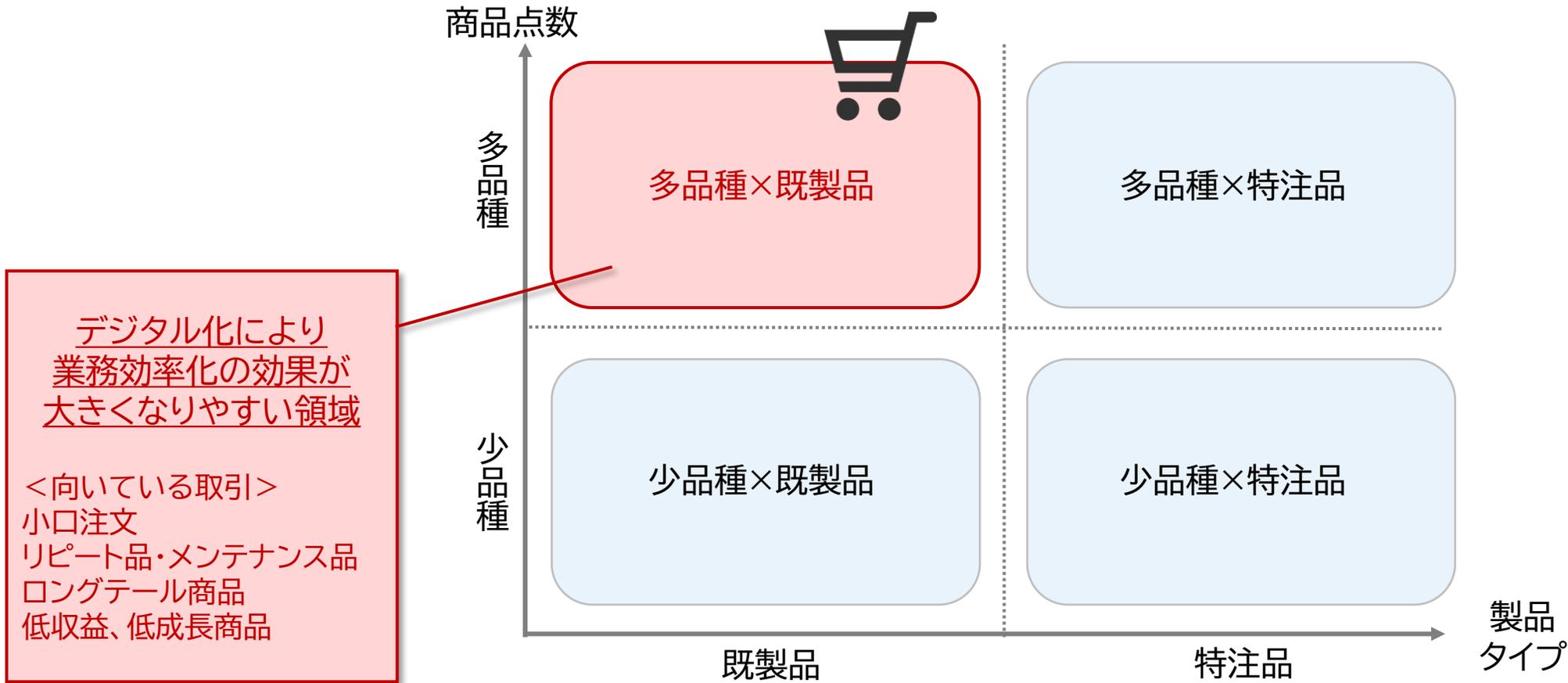
営業全体の業務効率化を目指し、受注業務や各種問い合わせ業務を効率化させるための導入。

次ステップ

デジタルを活用した営業

- ・販売商品拡大
- ・デジタル上の行動データを営業活動へFBして活用
- ・製品をより活用いただくためのアフターサポート業務強化やコミュニティ構築

TEL・メール・FAXで受けている多品種・既製品に関する大量注文があるならば、デジタル化で業務効率化につながります。



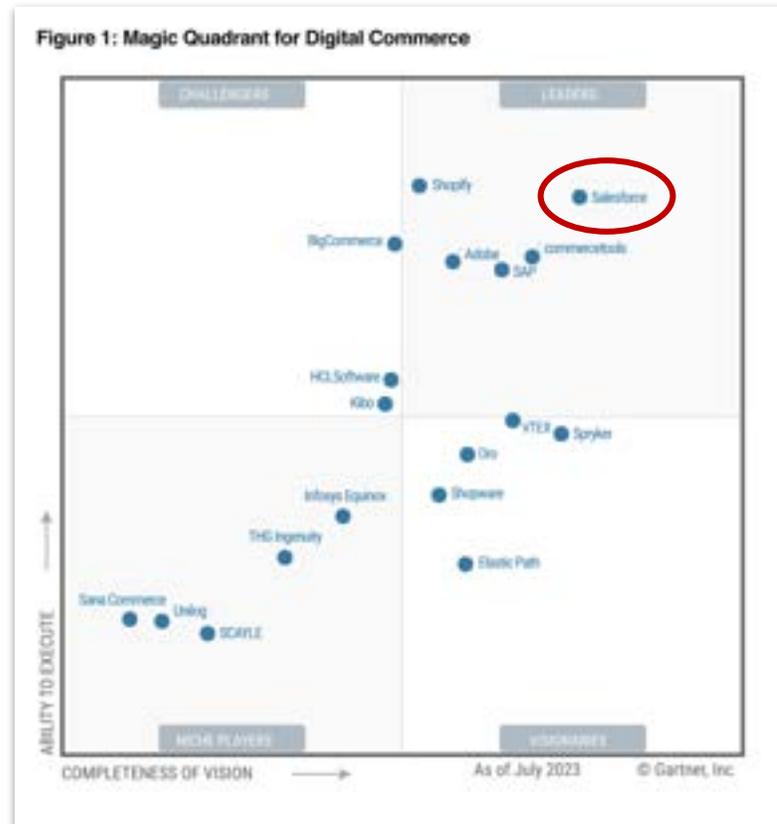


Salesforce B2B Commerce ご紹介

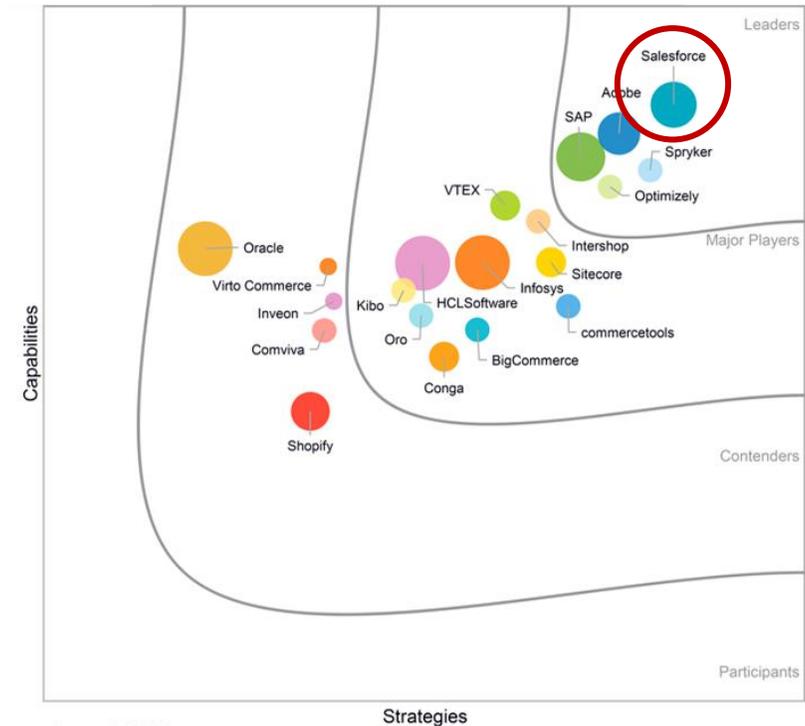
Salesforceは B2B Commerceのリーダーポジション



Gartner® Magic Quadrant™ for Digital Commerce



IDC MarketScape: Worldwide Enterprise B2B Digital Commerce Applications 2023–2024 Vendor Assessment



Source: IDC, 2023

特徴① 再注文や小口注文を行うテンプレート

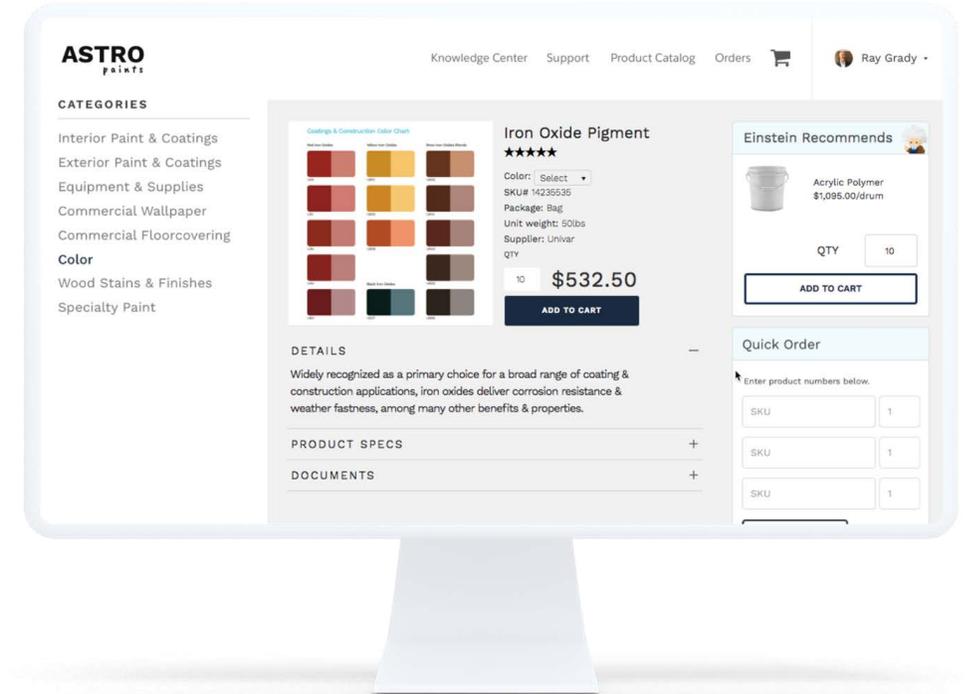
再注文や小口注文をシステム化および自動化連携することで、従業員の生産性と収益を向上しコストを削減

特徴② データの活用による効果的な営業活動

Sales Cloud上で顧客の注文や過去の問い合わせ、ウェブのアクセス履歴などを可視化することで、的確なタイミングで重要顧客や離反しそうな顧客を効果的にフォロー

特徴③ B2B向けECサイトに最適化された機能を実装

アップデートされ続けるB2B取引の機能群。Einstein CommerceのAIを活用した高度なおすすめ・検索による利便性の向上

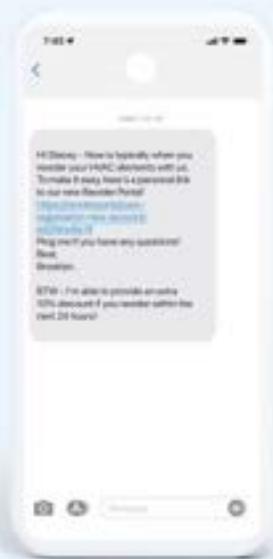


特徴①:再注文や小口注文を行うテンプレート

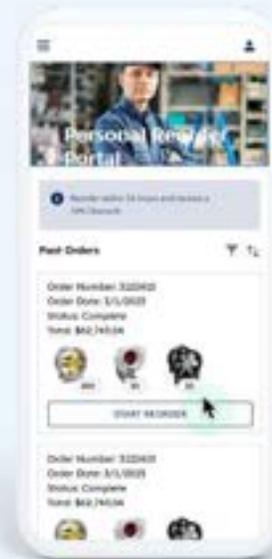
B2B ECで業務効率化に大きく寄与できる再注文の仕組みをスピーディに提供

再注文ポータル仕組み

Amazonのようにモバイル端末から数クリックで発注を完了させる事が可能



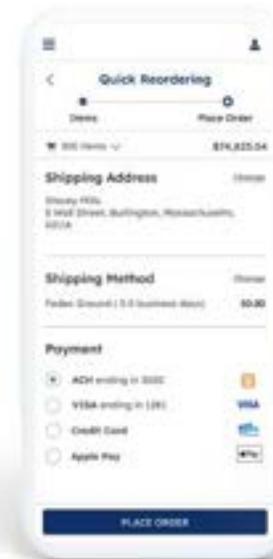
様々なチャネルから
開始
SMSあるいは
他のチャネル通じて
送られたリンクをクリック



再注文ポータルを開く
モバイルフレンドリーな再注文ポータルは、過去の注文履歴やカートの中身が表示され、簡単に再注文が可能



シームレスな再注文
過去の注文にから再注文
数量を調整して
簡単にチェックアウト



支払い
請求書払いを選択



チェックアウト
クリックだけで注文完了

特徴②: データの活用による効果的な営業活動で売り上げを向上

Salesforce製品とシームレスに連携することでデータを活用した営業活動へ

顧客カルテ

顧客にまつわる様々な情報



B2B Commerce注文情報



EC注文履歴



営業が気づきを得て次のアクションを決定



- ・お客様からの注文は来てる?
- ・定期的な注文は途絶えてない?
- ・注文履歴からアタックリストを作成

営業&注文分析ダッシュボード



分析→営業活動へのシームレスな連携が可能



- ・ダッシュボードに注文情報の分析も追加
- ・注文が減っている顧客へのフォロー含め、注文情報も活かした営業マネジメントが可能に

特徴③: B2B向けECサイトに最適化された機能を実装

アップデートされ続けるB2B ECに必要な機能群

B2B規模の大量注文を想定した設計

認証ログインとゲスト閲覧

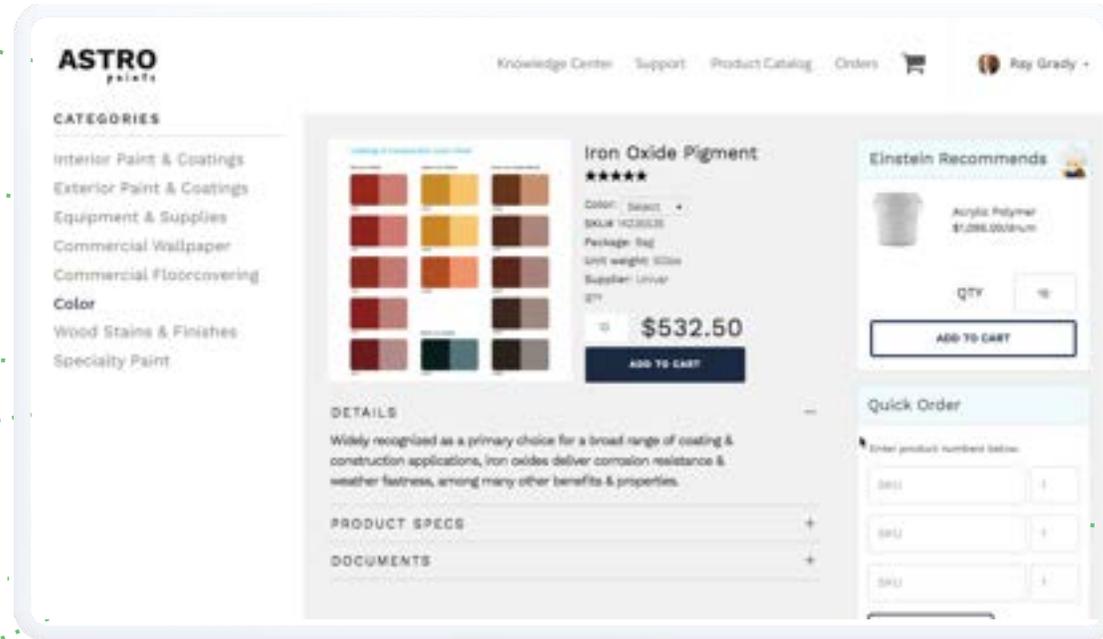
プロモーション機能

取引先ごとの権限管理

事前合意済みの価格設定

数量や顧客ランクに基づく価格設定

複数の支払いタイプ (PO, 小口決済)



Einstein Commerce

(エンタイトルメントによる)
商品おすすめ、セマンティック検索

Salesforce Order Management 連携

Experience Cloudの
コンポーネント

Mobile Publisher対応

再注文とクイックオーダー機能

Salesforce B2B Commerce 事例

Consumer Goods



Manufacturing



Healthcare



Tech



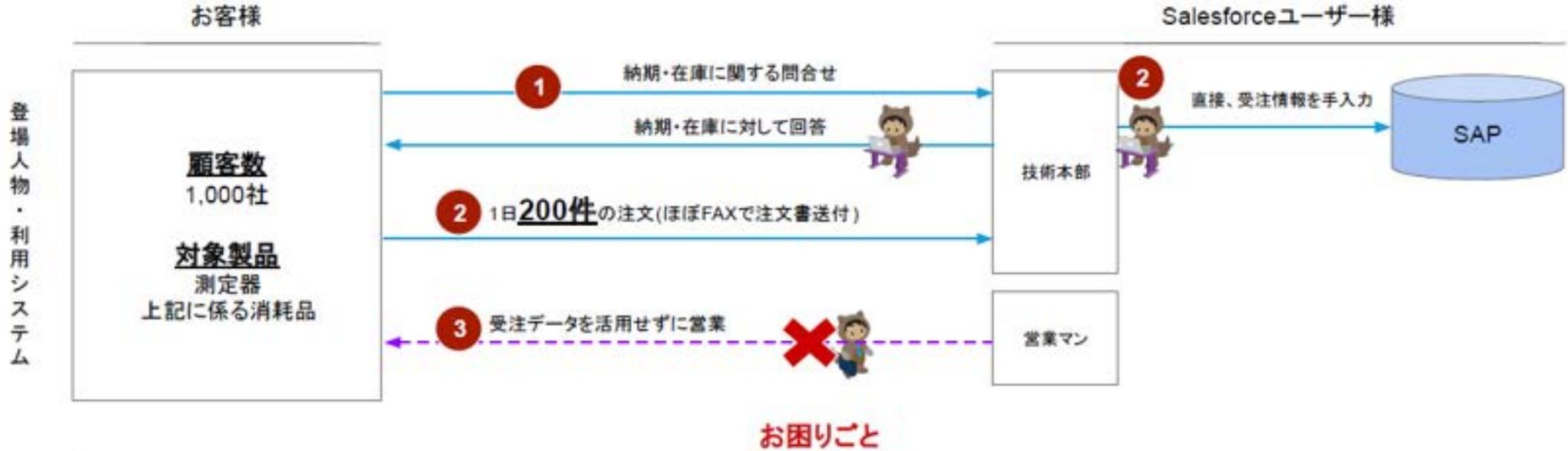
And More





B2B Commerceの導入前

1日200件近い、消耗品に関するFAXでの発注・基幹システムへの手入力で現場は疲弊していた。



お困りごと

1 注文を受ける前に
納期・在庫を回答する必要があり
営業の方々の工数が取られている

2 お客様からの注文を
1日200件をFAXで受領しており
注文内容の不備を確認してあげて
基幹システムに手入力している

3 営業マンがお客様に
納品機器の注文データを見ないで
営業しており、機会損失が発生している

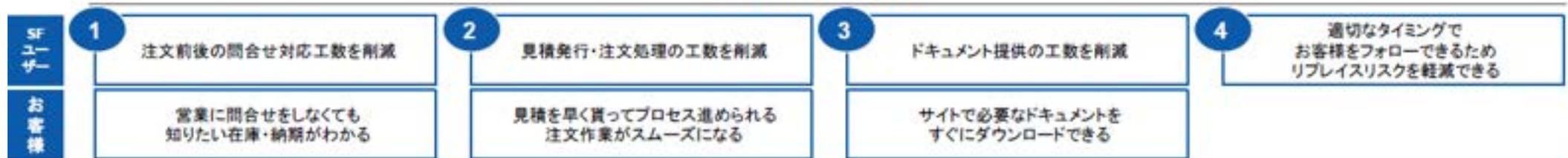


B2B Commerceの導入後

顧客体験向上を実現するECを構築し、従業員の生産性、ならびにお客様の満足度まで向上させた。



導入によるメリット



お客様にとって便利なECを構築することで、顧客体験を向上し、競合他社に対する差別化を実現

SCSK

夢ある未来を、共に創る。