

全ての企業に必要な「名刺」。その応用システムだからこそターゲットの絞り込みが難しかったが、ハンズオン支援により営業戦略の方向性が明確になったと話す千葉さん。

## 確かなデジタル技術と マーケティング戦略の「見える化」で 営業DXを加速

Web名刺発注・制作システム『BizCard』シリーズなどのプリンティングソリューションを提供する株式会社エイシス。創業30周年を迎え、高い自動組版技術で印刷業界のみならず、一般企業にもシェア拡大を続ける。2022年度から継続してハンズオン支援に取り組み、直販力の強化を目指して営業DXを推進している。

### 本事業に申し込んだ背景

#### 成長を続ける自社ソフト開発会社

当社は、オンライン上で名刺受発注を効率化するWeb名刺作成システム『BizCard Web』をはじめ、ソフトウェアの開発・販売・運用・保守をトータルで行う事業を展開しています。パッケージ製品のほか、お客様のソリューションニーズに合わせたカスタマイズやシステム開発も手がけ、売上は順調に伸びていますが、製品に関しては直販での販路強化の必要性も感じていました。

#### 営業DXで受身から攻めの経営へ

競争ひしめくソフトウェア業界での存在感を高めるべく、今後は直販力を強化し、「攻めの営業活動」への転換を図る方針です。しかしながら、当社はシステム開発の経験は豊富

ですが、販路開拓の手法やPR媒体の選択など、営業戦略については専門家の知見を必要としていました。そこで、営業DXを進めるパートナーを求めてハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）に申請しました。

### アドバイザーによるハンズオン支援の内容

#### ターゲットと施策の方向性を明確化

アドバイザーとのミーティングで、まずはターゲット選定と併せ、当社の強みを改めて深掘りし、具体的なデジタル施策やアプローチの方向性を明確にしていきました。我々のようなシステム開発の会社は、日々お客様からの案件対応やサポートに集中しているため、自社のプロモーションは後手に回っている傾向があります。そこで、デジタルマーケティングを専門とする識者の視点から、当社の事業内容や既存Web

サイトなどを俯瞰で見ていただき、ターゲットや訴求ポイントの「見える化」に取り組みました。

## 支援初年度はサイト改修と動画に着手

直販のターゲットを中小印刷会社の制作部門と大企業の特例子会社に据え、支援の1年目は主にWebサイト改修と動画制作に取り組みました。サイトは、ぱっと見ただけで「名刺作成システムの開発会社」と分かるよう、トップページから設計を変更しました。目的に合わせ項目をページ分けし、必要とする情報にアクセスしやすくするとともに、当社の名刺ソフトのメリットや使い勝手が分かる紹介動画も埋め込んでリッチコンテンツを構築しました。また、すでに当社が導入実績No.1である特例子会社についても「まだ多くのニーズがある」との助言をいただき、専用ページを作成してプロモーションを強化しました。



動画は離脱率の少ない1分程度で作成。YouTubeマーケティングやWeb解析の専門家派遣も効果の最大化に役立ったと語る。

## 具体的な販路開拓への取り組み

### 支援2年目はアクセス解析などに注力

各施策の方向性が決まり、施策を実行していくと新たな課題に気づく機会も多く、継続支援を申請しました。2023年度は、Googleアナリティクスを使ったアクセス解析を行い、新たに動画を追加するなどしてWebコンテンツの充実化に取り組みました。並行して既存・新規顧客600件ほどにメルマガを配信し、ダイレクトな情報発信とサイトへの誘導を図り、さらに知名度向上を狙ったWeb広告にも挑戦しました。今後の効果が期待できるとともに、トライアンドエラーで得られたノウハウを、次の顧客接点やビジネスチャンスにつなげていくサイクルができつつあると実感しています。

## CRMツールの導入でDX化を加速

新たな取り組みとしてCRMツールを導入し、コンタクトのあったお客様の顧客情報を管理しながら、引き合いから見積り・受注に進めていく営業プロセスの効率化にも着手しています。CRMツールはアドバイザーのサポートにより、当社



営業DXは、自社製品の技術や強みへの理解を深め、新たなアイデアが生まれる社風作りにも役立つ効果があったという。

の業態や商流に合致しているものを選ぶことができました。すでに社内の運用体制を整備し、軌道に乗せる段階まで進んでいます。

## デジタルマーケティングの効果

### プロの視点が営業DXの推進力に

当社にとって、アドバイザーは戦略と方向性を定める重要なパートナーです。支援を受けてみて感じたのは、当社の顧客も同じような課題を抱えている可能性があるということです。営業DXの推進において、「ハンズオン支援で得た着眼点、戦略の立て方などを自社製品にもフィードバックできるではないか」と、製品開発における気づきになった点でも大きな価値がありました。今後も販路開拓に必要なタスクを「見える化」し、サイトコンテンツの充実化や顧客情報の分析などに継続して取り組んでいきます。(2023年12月時点の情報です)

■事業内容：自社オリジナルソフトの企画、開発、販売、保守など  
■設立：1994年2月 ■資本金：1,500万円 ■住所：東京都豊島区東池袋3-22-7

HP：<https://www.asys.co.jp/>



### 卓越したデジタル技術を持つ企業だからそのスピード感

エイシスさんはデジタル技術のプロ集団です。マーケティングにて戦略や方向性を明確化できれば、翌月にはサイト改修や動画コンテンツが完成しているなど、施策の実行は非常にスピーディーでした。ハンズオン支援が2年目に入ると、積極的な提案もあるなど、サポートしていて非常に手応えのある企業です。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム  
アドバイザー **岩岡 博徳**

