



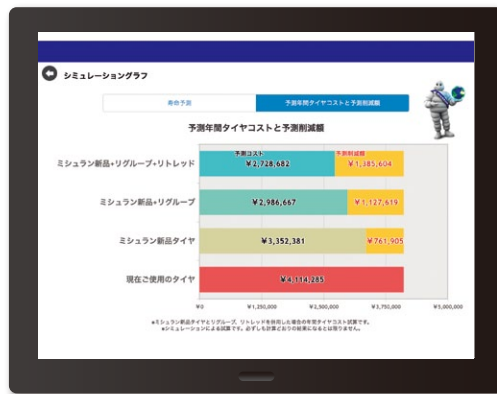
日本ミシュランタイヤ株式会社

取扱店向けの営業支援ツールをHandbookで提供 HTMLコンテンツで「ビジュアル」かつ「インパクト」ある提案を実現

フランスの大手タイヤメーカー、ミシュラン。その日本法人が日本ミシュランタイヤ株式会社だ。同社のトラック/バスタイヤ事業部では、タイヤ取扱店の営業活動をサポートするため、製品情報や営業ノウハウを積極的に提供。その際、情報を共有するためのプラットフォームに「Handbook」を活用している。これにより、タイヤ取扱店の営業担当者が、カタログやHTMLで制作した費用対効果の試算ツールなどをタブレットで随時閲覧・使用できる環境を構築。営業力強化を支援することで、訴求力向上につなげている。

POINT

- ☑ 営業支援ツールをタイヤ取扱店のタブレットに配信し、取扱店の営業力を強化
- ☑ 費用対効果の試算ツールを配信し、コスト削減効果をその場で算出
- ☑ 製品情報や営業ノウハウを効果的にタイヤ取扱店と共有し、営業スキルを均質化



同社が富士通エフ・オー・エムに依頼し、Handbook用コンテンツとして開発した費用対効果の試算ツールでは、顧客が使用中のタイヤとミシュランタイヤを導入した場合のコスト削減額を、グラフで比較可能。顧客への効果的な提案を支援する。

User Profile



日本ミシュランタイヤ株式会社
トラック/バスタイヤ事業部
TBセールスマーケティング部
カスタマービジネス デベロップメント マネージャー
夏目 善章氏
なつめ よしあき

日本ミシュランタイヤ株式会社

所在地：〒163-1073 東京都新宿区西新宿3-7-1

会社概要：「自由、安全性、効率性、旅行の喜びを促進しながらモビリティの継続的な発展に貢献する」をミッションに、乗用車やトラック/バスなどの各種車両用タイヤを市場に提供する。また、仏ミシュラン社は、レストランやホテルなどの評価・案内を行う「ミシュランガイド」の発行元としても知られる。

従業員数：約750名

導入時期：2015年1月

URL：http://www.michelin.co.jp/



タブレットに、伝えるチカラを

Handbook



営業ツールをタイヤ取扱店と共有する方法が課題に

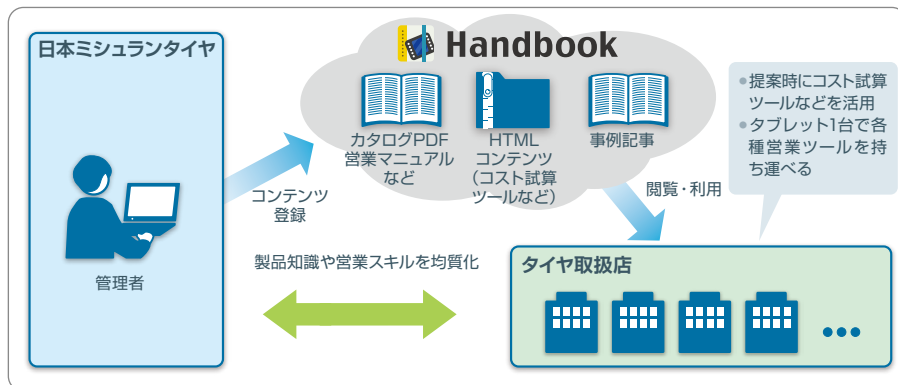
乗用車、トラック/バスから建設機械まで、様々な車両用のタイヤ製品を提供する世界的メーカー、ミシュラン。1975年の日本法人設立以来、日本市場においてもその存在感を着実に高めてきた。「トラック/バスタイヤ事業部のビジネスモデルは、製品はパートナーであるタイヤ取扱店様を通じて提供する方式。そのため、パートナー様の営業活動を多方面から支援することは、当社の重要なミッションです」と日本ミシュランタイヤの夏目 善章氏は説明する。

特に、企業が主な顧客となるトラック/バス用タイヤは、店舗販売が中心の乗用車向けタイヤと異なり、運送会社への訪問営業がメイン。「燃費」「寿命」「安全性」といった詳細な要望を満たす製品を提案する必要があるため、営業担当者の知識やスキルが、そのまま顧客満足度に直結するという。「そこで当社は、有力タイヤ取扱店様への支援策として『ミシュラン パートナースHIPプログラム』を展開。カタログや販促に直結するサポートプログラムの提供、各種トレーニングの実施などを通じて、営業力強化をご支援しています」と夏目氏は言う。

しかし、このプログラムを提供しても、課題は残った。それは、セールスツールの共有に関するものだ。

同社のタイヤは耐久性が高く、長期間利用できるためコストメリットが高い。これを正しく訴求するには、顧客が現在使っているタイヤとミシュランタイヤを比較し、数年後のコスト削減効果を提示するのが最も良い方法だ。しかし、このシミュレーションを実施するには、タイヤ、車両、その他仕様などの詳細な情報を入力した試算ツールが必要。従来、そうしたツールは、タイヤ取扱店に十分に提供できていなかった。

「そこで当社は、この問題を解決するためITソリューションの活用を検討。資料を電子化し、タイムリーにタイヤ取扱店様と共有する方法を探



し始めました」と夏目氏は述べる。

誰でも直感的に使いこなせる 使い勝手の良さを高く評価

同社は、SIパートナーの富士通エフ・オー・エムに提案を依頼。そこで出会い、採用したのが、インフォテリアのコンテンツ配信ツール「Handbook」によって、タブレット端末向けにセールスツールを配信する方法である。選定理由について、夏目氏は次のように話す。

「コンテンツをアップロードすれば、タイヤ取扱店様が所有するタブレット端末へ一斉に情報を配信可能。スムーズなセールスツールの共有が実現できると判断しました」。また、コンテンツ登録・閲覧時の操作が直感的で使いやすい点も、採用の後押しとなったという。

Handbookは、PDFやテキストデータをはじめとする多彩なコンテンツが扱える。特に同社は、紙では不可能な、動的な支援ツールを開発して提供できる「HTMLコンテンツ」を扱える点を高く評価したという。「例えば、タイヤの走行距離や寿命を基にコスト削減効果をグラフ表示するツールを用意すれば、強みである「長寿命」についてより分かりやすくお伝えできると考えました」と夏目氏は言う。

そこで同社は、HTMLを用いた費用対効果の試算ツールをHandbook導入と並行して開発することを決定。「これにより、コストシミュレーシ

ョンに基づく商談を、誰もが簡単に行えるようになります。営業スキルの均質化という点でも効果が期待できると感じました」(夏目氏)。

単なる情報提供にとどまらない 現場で使える支援策を提供

こうして同社は、Handbookによる営業支援の仕組みを実現。現在は、カタログや営業マニュアル、試算ツールから過去の事例記事まで、約20個のブックに120以上のファイルを登録し配信している。

取扱店の営業担当者は、訪問先や店舗で必要なカタログを表示して顧客に説明したり、迅速な費用対効果の試算によってミシュランタイヤのメリットを訴求することが可能になった。「情報提供にとどまらない、“使える”営業支援環境をご提供できたことは大きな成果です」と語る夏目氏。事実、タイヤ取扱店からも「お客様の反応が良くなった」「ご質問に対し、資料をすぐに提示できる」などの声が届いているという。

また、紙ベースでは難しい、コンテンツ利用状況の確認も可能。「状況を見ながら、動画コンテンツや商品知識習得用の練習問題の配信もしていきたい」と夏目氏は期待を込める。

パートナーとの情報共有を高度化し、顧客に製品の特長を正しく伝える仕組みづくりに成功した日本ミシュランタイヤ。同社は、さらなる取り組みに意欲を示している。



インフォテリア株式会社

〒140-0014 東京都品川区大井 1-47-1 NTビル10F
Tel 03-5718-1250 <http://www.infoteria.com/>
E-Mail: handbook@infoteria.com