



ユースケース

営業テリトリ及びノルマ計画

課題

- パラバラで繋がっていないExcelベースのプランニング・プロセス
- 178カ国30,000人の営業計画
- 4,000人のセールスマネージャと380以上の営業計画が効率よくコラボレーションできない
- 全世界の営業ノルマの割当てが可視見える化されていない
- トップダウンの目標設定から営業テリトリ・ノルマ計画までに10カ月を要した

ソリューション

- 営業テリトリ・ノルマ計画のための単一でクラウドベースのデータモデル
- リアルタイム性、グローバルなコラボレーション及び監査やロールバック機能を備えたガバナンス
- データドリブンで営業アカウントやテリトリにおけるオポチュニティ精査を実現する高度な販売実績分析
- 計画に対する一貫性のあるボトムアップでのデータ入力
- リアルタイムのKPIモニタリングで、実行中の計画を最適化
- ロールベースで閲覧・管理権限を付与

導入効果

- ノルマが記載された営業レターの発送を数週間から数日に短縮
- 全世界の営業が年度初日から与えられたノルマに対する実績を閲覧可能
- 売上データ集計にかかる時間を1カ月から3日に短縮



Anaplanの活用で全世界的に営業テリトリ及びノルマ計画を変革したHewlett-Packard

Hewlett-Packard概要

ヒューレット・パッカー（HP）は、パロ・アルトに本拠を持つ、プリンティング、消費者向けシステム、ソフトウェア、サービス、ITインフラストラクチャ等の幅広いテクノロジー・ポートフォリオを有するグローバル企業である。HPは自社を変革し、長期的な利益ある成長を達成するための、数年に渡る取り組みに近頃着手した。この変革を推進する重要な施策の1つはアプリケーション、サービス、およびインフラストラクチャを変革することである。

世界中の顧客に150以上の製品ラインを販売する3万人の営業担当者を擁する営業組織におけるHPの変革プランの重要な要素は、販売実績を劇的に増加させることであった。HPは営業テリトリ及びノルマ計画プロセスを可視化・効率化することでこの実現を目指し、その結果Anaplanを活用するに至った。



HPに努めて8年になりますが、今年のような年初は見たことがありませんでした。Anaplanのおかげです。



Anaplan導入前の課題

Anaplan導入前には、同社の年間の営業テリトリ及びノルマ割当ての設計と実行の間にギャップがあった。同社は市場戦略や投資方法に対する最適なデザインを決定するために、グローバルレベルで多大な時間を費やしているが、表計算シートベースのプロセスではトップダウンの計画の展開状況が予測不可能で、且つ現場で決定された計画値を把握することが困難であった。これが原因で、営業幹部たちは実際のノルマの割当状況、各顧客に対する営業のアサインメント状況について確信を持つことができなかった。

「Anaplan導入以前には、私たちは常にバックミラーを通して物事を見ていました。」と、同社HPエンタープライズグループ、ワールドワイド・インダイレクト・セールス担当シニア・バイスプレジデントのスー・バーサミアン氏は述べている。「これは表計算シートの実習でした。すべてのシートが戻って来て、細かなエラーを修正した頃には大体、第二四半期の初めになっていました。」

ソリューション選定プロセス

HPはこのギャップが同社のアグレッシブな成長目標の達成に対する大きな制約であることを直ぐに突き止めたが、その解決は難題であることも分かった。営業組織は当初、彼らのニーズを満たすソリューションを見つけることができず自社開発を検討していた。Anaplanを見つけたのはそんな時だった。

「この課題に取り組むために、私たちは自社開発を始めていました、なにしろAnaplanに出会う前には、マーケットには本当に何もありませんでしたから」と、同社のIT担当シニアディレクターであるロブ・フィカローラ氏は述べている。「率直に言って、Anaplanは私たちの期待や自社開発のための独自要件以上のものを実現できました。私たちが営業ノルマ割当てのために持っていたアイデアを超えて可能性を広げる機会を与えてくれたのです。」

Anaplanが他に抜きん出て素晴らしい点はリアルタイムでのモデリングと、1秒未満の応答時間で相当量のデータを処理する能力であった。これにより営業末端のパイプライン管理をノルマ計画プロセスに直接連携させることが可能となった。パイプライン情報に変更されるとリアルタイムでその変更がノルマ計画に与える影響を可視化できるようになったのである。また、正しいテリトリのカバレッジを割り当てられるよう、幾つものシナリオをシミュレーションできるようになった。

ソリューションの実装と展開

会計年度を跨ぐ長期間のプロジェクトが多い他のエンタープライズ・ソフトウェア導入とは異なり、Anaplanはわずか8ヶ月でHPに実装され50カ国以上の数百人のユーザーによって使用されるようになった。

「私たちはAnaplanを全事業横断で同時に展開することを決定しましたが、これは実に大変な挑戦でした」と、同社のセールスオペレーション担当バイスプレジデントであるボブ・スラビー氏は述べている。「しかしソリューション導入を素早く完了し、トレーニングを素早く実施し、HP、Anaplan、及びサービスプロバイダーのリソースを活用することができたおかげで、数週間という短期間で50カ国以上の数百人のユーザーに展開することができたのです。」



導入のメリット

「Anaplan導入後、私たちはバックミラーを見てのやり取りから完全に解放されました。」と、バーサミアン氏は語る。「期待どおりに私たちの成長戦略が展開され、営業ノルマが実際にロールアウトされたことを確認して初めて、我々は営業活動を開始します。HPに努めて8年になりますが、今年のような年初は見たことがありませんでした。Anaplanのおかげです。」

世界中のデータがバラバラの表計算シートに保存されていた時には決して目にすることができなかったHPの営業テリトリモデルと営業ノルマ設計に関する洞察をAnaplanは与えている。

更に、バーサミアン氏は営業レター発行までの時間に関して確かなROIを見ていると述べている。年明け直ぐに営業レターを手にするので、ノルマ達成に影響が出ているのである。つまり営業レターをより早く受け取れば、レターに書かれたノルマの達成に向けて、より早く動き始めるのだ。「それが営業レターというものなのです。これが君のノルマだから、行ってやって来い、と書かれているのですから。」とバーサミアン氏は言う。「営業レターを手にするまでに8週間も待っていた頃は、新年度になっても、自分の目標が何なのか分かりませんでした。」

今後の展望

HPは仕事の取り組み方を正しく変えていく上でAnaplanに期待している。仕事のやり方をより良く、より早く、より安くするためだけでなく、有意義なプロセス変革を可能とする洞察を得るために。

「Anaplanを活用することで営業テリトリのカバレッジと営業ノルマの割当てを、透明性を保ちつつ容易化しました。その結果営業ターゲティングとパフォーマンスを向上させました」とスラビー氏は言う。「Anaplanにはあらゆる機会があると思っています。私たちはAnaplan上で計画と実績を比較し、ベストプラクティスに基づいてモデルを構築し、事業上の仮説を裏付けるシミュレーションを構築し、最適なプランを選択することができますでしょう。Anaplanは当社の営業計画プロセスをアートからサイエンスの域に昇華させるのに役立つでしょう。」

Anaplanについて

Anaplanは、エンタープライズ・プランニング・クラウドカンパニーです。Anaplanは、比類のないプランニングとモデリングエンジン、クラウドでのコラボレーション、およびビジネスユーザーのための簡単なインターフェイスを提供します。Anaplanの顧客はAnaplan App Hubから100以上の事前に構築されたプランニング・アプリケーションを選択するか、あるいは簡単に自分のアプリケーションを構築することができます。Anaplanは、4大陸にグローバルオフィスを持ち、カリフォルニア州サンフランシスコに本社を置く株式非公開企業です。詳細については、anaplan.comをご覧ください。Twitterでフォロー：@anaplan