

収益パフォーマンス管理 バリューインデックス

2022 ベンダーおよび製品評価



 VENTANA RESEARCH

Licensed by:

Xactly[®]
Inspire Performance™



オレゴン州、ベンド

2022年3月

Ventana Researchは、独自に本調査・分析を実施しました。この調査の目標は、ベンダーおよび製品を Ventana Research の手法とブループリントに従って評価することで、収益パフォーマンス管理バリュー インデックスを決定することです。本調査の費用は無料であり、対象となる収益パフォーマンス管理アプリケーションを提供するすべてのベンダーに参加を呼び掛けました。本報告書には、2021年12月31日現在市販されている製品が含まれています。

本調査は、ソフトウェア ベンダーおよび製品の成熟度や、収益パフォーマンス管理の点での製品の法人向け利用価値を評価することを目的としています。この調査報告書のいかなる内容も、特定のベンダーまたは製品が特定の組織にとって適切な選択肢であることを示唆するものではありません。そうではなく、組織がベンダーおよび製品を評価して、収益パフォーマンス管理プロセスを管理また改善するために利用できる知識の基礎を定めるものです。主観的要素を使用してベンダーを評価する IT アナリスト企業の報告書とは異なり、本調査結果は、組織がテクノロジー サプライヤーを評価する方法を最もよく表す顧客保証カテゴリーおよび製品カテゴリーを、調査に基づき詳細に分析することで導き出されたものです。

詳細な分析を含む完全なバリュー インデックス報告書を購入可能です。当社は本バリュー インデックスに関する付加的な分析情報や、組織に対するバリュー インデックスの関連度に関する助言を、Ventana On-Demand 調査および顧問サービスを通して提供しています。本調査に基づく評価サービスもご利用いただけます。

Ventana Researchは、当社の能力を最大限に発揮して調査を実施し、分析がベンダーおよび製品に関する知識を忠実に表わしており、分析と採点が当社独自のものであることを保証します。

Ventana Research



VENTANA RESEARCH

Bend, Oregon, USA

541-940-1010



収益パフォーマンス管理

多くの組織では、営業部は新規顧客の獲得に関する業務だけではなく、既存の顧客を対象とした顧客維持、拡大、およびクロスセルの強化を含む、幅広い従来の営業業務を、組織内でサポートする収益チームに取って代わられています。さらに組織は、パートナーを介した典型的な間接販売や、電子商取引などの新たなデジタル販売チャネルなど、新たな販売ルートを採用するにあたって、収益管理でより高度な連携や調整を必要としています。マルチチャネル販売や新しいビジネス モデルの経済では、新規事業を超えて労力やリソースを拡大する必要があります。これは、営業チームだけではなくマーケティング、パートナー管理、カスタマー サービスにも影響を与えます。

こうした目標を達成するには、リーダーシップと計画立案が鍵になります。組織が新たな組織的アプローチやプロセスに移行する際には、抵抗、失敗、混乱がつきものです。戦略的リーダーシップのアプローチの変更、および営業チームまたはレベニュー・オペレーション チームによる計画立案、モニタリングやリアルタイムの調整の変更が不可欠です。収益主導型の組織は、実績に対する要求を念頭に業務を管理し、各四半期あるいは毎月一貫した結果を確保する必要があります。収益責任者は、戦略全体や成長をサポートするプロセスを導入し、さらに期待される結果を達成するために必要な営業人材と営業経験の両方を最適化する必要があります。

次世代の収益および営業責任者は、予測可能な収益を生み出し、予測するプロセスの作成に重点的に取り組む必要性を理解しています。収益パフォーマンス管理 (RPM) とは、組織が顧客、製品、収益目標を達成するために、リアルタイムの計画立案、実行、監視、調整を可能にする、収益創出とそれに関連する活動、プロセス、およびシステムを組み合わせたものです。あらゆる組織で、すべてのチャネルや収益部門から得られる成果を最大化するという責務に多くの課題が生じています。新たに取引関係やクライアントとの関係を築き、契約更新やアップセルによって既存の顧客を維持し、既存の顧客との関係を拡大するすべての部門における収益獲得に関する主要業務は、効果的な方法で収益を得る仕組みを作ることです。バランスの取れた担当地域、会社の目標と合致したクォータ（目標）や報酬、信頼性の高い予測は、全体的な目標や成果を実現する鍵となります。

さらに、過去のデータに適用される人工知能 (AI) や機械学習 (ML) を使用するテクノロジーベンダーが提供する新たな取り組みは、管理担当者と収益重視の担当者双方に対して新たなインサイトを生み出すことができます。AI の使用は、個々の取引のスコアリングからパイプライン全体の健全性、顧客離れリスクの予測、既存の顧客に対するアップセルとクロスセルの機会特定に加えて、次を取るべき最善の行動の提言など多岐にわたる方法で応用することができます。こうした情報はすべて、従来のボトムアップ型の判断予測よりも、精度や予測性の高い収益予測を行うための情報として使用できます。収益を生む人材を維持する圧力の高まりに



受けて、個人とチームの目標達成能力を高め、さらに離職のリスクがある人材を特定するためにもこの情報を使用できます。

すべての購入・販売チャネルや部門が、組織の成功、つまり顧客維持、成長、収益性、全体的なカスタマー エクスペリエンスの成功に最大限貢献できるようにするには、努力だけでなく、効果的な戦略や計画立案が必要です。最大限のパフォーマンスを発揮するには、売上や収益増大のために現在と将来の人材を活用するためのよく練られた戦略と計画が不可欠です。このミッションを達成するために、組織では経営管理部門から管理職、販売担当者、カスタマーサクセスにいたるまでの営業組織全体が、連携し、協力して業務を行うことを可能にする、連携された収益関連の活動、プロセス、およびシステムが必要です。RPMの進化によって、購入チャネルまたは販売チャネル全体で成果を最大化することができます。

“

収益パフォーマンス管理の進化によって、購入チャネルまたは販売チャネル全体で成果を最大化することができますようになります。

営業チームおよび収益チームは、さまざまな顧客や消費者で組織の製品やサービスに対する利益率を最大化することを目指しており、効率的かつインテリジェントに販売する必要があります。営業および収益チャネルと部門は一般に複雑で、意図せず業績を低下させかねない文化や従来からのアプローチをとっていることがよくあります。経営陣の多くは、ベストプラクティスを模索したり使用しなくても、営業活動を調整し、行動を変化させることができると信じています。

当社の意見では、営業および収益事業全体を効果的に管理するには、適切に策定され、継続的に最適化されたテリトリーと、組織が可能な最大限の収益を達成できるよう設定されたクォータに沿ったアカウントが必要

です。テリトリーは、地理だけではなく、現在のニーズにより適した仮想テリトリーを生成するさまざまなその他の推進要因によっても決定されます。クォータは、組織全体の目標と、製品およびサービスカテゴリーの目標両方と結び付いている必要があります。セルフサービスチャネルやデジタルチャネルが誕生し、顧客が複数のチャネルを使用して1つの購入を行えるようになったため、クォータとテリトリーのいずれも、個人にペナルティーを課したり、やる気を失わせたりするものであってはなりません。収益責任者や担当者到来月、次四半期、来年およびそれ以降についての指針を与えるための分析や指標を提供するモデルや計画を通じて、そのための基盤を確立する必要があります。市場の状況に対して柔軟かつ迅速に対応できるようにするために、組織は単なる思い付きや直感ではなく、データ主導のインサイトや予測に基づいて継続的な収益パフォーマンスモニタリングや調整を行うという概念を採用する必要があります。

“

市場の状況に対して柔軟かつ迅速に対応できるようにするために、組織は継続的な収益パフォーマンス モニタリングを行うという概念を採用する必要があります。

運営および計画からの分析やデータを使用すると、行動や優先順位を適切に変化させる歩合や報奨金を利用する収益関連の報酬計画に役立ちます。収益パフォーマンスを最適化するため、組織は収益創出に貢献する従業員の目標達成に対する動機付けとなる報奨を計画し、適用できます。報酬制度や報奨が効果的かどうかを評価するため、収益責任者には計画、目標、実績間の関係性を評価できるツールが必要です。すべての収益担当者間で、また組織の他の部門と報酬制度や報奨制度を比較することは、例えば管理職が報酬や報奨が適切かどうかを判断する助けになります。報酬によって収益パフォーマンスを高めるには、目標と目的を定義して決定し、追跡した後、報奨や褒賞と結び付ける必要があります。さらに、組織は報酬が自分の市場で魅力的なものかどうかを知る必要があります。ベンチマークを使用して報酬を同業他社のものと比較すると、

この情報を知ることができます。

スプレッドシートを使用した収益事業や実績の管理は非効率的で、最適な成果を実現する上で問題となりかねません。スプレッドシートは、目標やターゲットに対して測定する必要がある、複数の収益チャンネルやさまざまなタイプの購入チャンネルと販売チャンネルに必要なデータを管理するには作られていません。スプレッドシートは、会社の成長にあわせて拡張することもできません。しばしばユーザーのローカルドライブに保存される、複数のスプレッドシートを使用すると、情報が分散する原因となります。多くの組織が、これを収益パフォーマンス管理の大きな障害に挙げています。RPM に特化したアプローチを採用することで、組織の目標をより効果的に達成できます。

“

スプレッドシートを使用した収益事業や実績の管理は非効率的で、最適な成果を実現する上で問題となりかねません。

セールスフォースオートメーション (SFA) やカスタマーリレーションシップ マネジメント (CRM) など、アカウント、連絡先、機会に関するデータを取得することを目的とした収益関連アプリケーションであっても、専用 RPM システムのように収益パフォーマンス全体を的確に把握することはできません。SFA システムのダッシュボードとレポートは、一般に過去の実績のみを対象としています。このような過去のデータを対象としたレポートでは、営業担当者に対するクォータや報奨の現在の状態をタイムリーに伝えることはできず、情報を提供したり、取引に関与した他の従業員を示すのに十分な柔軟性もありません。



Ventana Research は、収益や販売実績管理を含む幅広い関連分野に加えて、SFA および CRM から、収益インテリジェンスや事業をサポートする販売・収益分析や計画立案までの広範な分野で、20 年近くにわたり市場調査を行ってきました。

収益パフォーマンス管理バリュー インデックスは、アプリケーションのベンダーとその製品を 7 つの要件カテゴリーで評価する枠組みである Ventana Research 手法を使用しています。要件カテゴリーのうち 5 つは、使いやすさ、管理のしやすさ、信頼性、機能性、適応性の評価という製品に関連するものであり、残りの 2 つは、ベンダーの妥当性と総所有コストおよび投資利益率 (TCO/ROI) という顧客保証の問題を定量化するものです。

このバリュー インデックス報告書では、Ventana Research が収益パフォーマンス管理と定義する製品を提供している以下のベンダーを評価しています。Anaplan、beqom、Board International、Clari、Gong.io、InsightSquared (acquired by MediaFly)、Salesforce、SAP、Oracle、SugarCRM、Varicent Software Inc. および Xactly。

Ventana Research では、RPM をサポートするベンダーを入念に評価することを組織にお勧めしており、このバリュー インデックスは、そのようなベンダーの詳細な分析の結果と評価手法の両方として利用できます。バリュー インデックスは、既存のサプライヤーを評価するために使用でき、新しいプロジェクトの評価基準となります。バリュー インデックスを適用すれば、RFP のサイクル時間を短縮できます。

“

**Ventana Research
では、収益パフォーマンス管理をサポートしているベンダーを入念に評価することをお勧めしています。**

製品の機能の観点からベンダーを評価したり、現在製品で利用可能な機能に基づいて将来や今後の展開を考える多くの IT アナリスト企業とは異なり、Ventana Research は、製品を調べて評価し、選択する方法、さまざまな役割における製品の利用方法、ビジネス要件を満たすような製品の調整および管理方法に関する理解に基づく、ベンダーと製品に関するバランスの取れた見解を提供するためにバリュー インデックスを作成しました。このアプローチでは、時間と費用を削減できるだけでなく、組織にとって不利な意思決定を行うリスクを最小限に抑えます。バリュー インデックスを使用すれば、組織は RPM をサポートするのに必要なレベルの効率性と有効性を達成できます。



バリュー インデックスの概要

約 20 年にわたり、Ventana Research はビジネスとテクノロジー分野のポートフォリオで市場調査を行ってきました。さらに、営業パフォーマンス管理 (SPM) の後継として、RPM を制定しました。このような調査の結果が、当社の包括的なアプローチを形作っています。

本市場調査報告書「Ventana Research 収益パフォーマンス管理バリュー インデックス」は、Ventana Research が 1 年かけて行った市場調査と製品調査の取り組みをまとめたものです。この報告書は、ベンダーの提供する内容が、RPM ソフトウェアに対する購入者の要件にどの程度対応しているかを評価しています。指標は、テクノロジーを評価、選択、利用、および維持し、さらにベンダーとの関係を維持するのに必要なすべての基準を取り込むことで、RFI/RFP プロセスを再現するように構成されています。

“

Ventana Research は、ビジネス推進要因およびニーズの理解に根差したベンダーや製品に関するバランスの取れた視点を提供するために、バリューインデックスを作成しました。

Ventana Research は本バリュー インデックスの中で、専門知識と調査に基づいて購入者のニーズを反映するように重み付けされた、7 つの主要カテゴリーでソフトウェアを評価しています。そのうち 5 つは製品エクスペリエンスに関するもので、適応性、機能性、管理のしやすさ、信頼性、使いやすさです。さらに、2 つのカスタマー エクスペリエンス カテゴリーもあります。これは、ベンダーの妥当性と総所有コストおよび投資利益率 (TCO/ROI) です。機能性の構成要素の 1 つである機能を評価するために、RPM のペルソナとプロセスを組織の要因に紐づける、Ventana Research バリューインデックス手法とブループリントを適用しました。

IT の観点のみからベンダーを評価したり、現在製品で利用可能な機能に基づいて将来や今後の展開を考える多くの IT アナリスト企業とは異なり、Ventana Research は、ビジネス推進要因およびニーズの理解に根差したベンダーや製品に関するバランスの取れた

視点を提供するために、バリュー インデックスを作成しました。このアプローチでは、時間と費用を削減できるだけでなく、組織にとって不利な意思決定を行うリスクを最小限に抑えます。組織はバリュー インデックスを使用することで、購入者、消費者、顧客、およびパートナーのニーズを満たすデジタル エクスペリエンスを実現するために必要なレベルの効率性と有効性を獲得できます。



調査に基づく手法により、バリュー インデックス評価を生成しました。続けて、この評価を一連の指標に組み込みました。指標は分析形式と視覚的形式の両方で表示され、各ベンダーが RPM で提供するものの価値を表します。

“

バリュー インデックスは抽象的な概念ではありません。Ventana Research では、入念に作成されたベスト プラクティスベースの手法を使用して、組織がベンダーと製品を評価する方法を示します。

バリュー インデックスは抽象的な概念ではありません。Ventana Research では、入念に作成されたベスト プラクティスベースの手法を使用して、組織がベンダーと製品を評価する方法を示します。バリュー インデックスは、ビジネスや IT のニーズに関してアプリケーションを評価しようとする組織に、客観的な調査や指針を提供するために作成されています。

バリュー インデックスの構造は、ベンダーや製品を効果的に評価するには、単に機能、創出される収益、顧客数を調べるだけでは十分でないという当社の見解を反映したものです。選択を間違うと、総所有コストが高まり、投資利益率が低下し、組織が潜在能力を十分に発揮できなくなる可能性があるため、当社はこの調査に基づく包括的アプローチを取ることが重要であると考えています。加えて、このアプローチではプロジェクトの開発時間と展開時間を短縮し、組織にとって最適ではない少数のベンダーに頼ることのリスクを取り除くことができます。

収集した情報の精度を確保するため、参加ベンダーには 7 つのカテゴリに関して製品および企業に関する情報を提供するように依頼しました。これらのカテゴリは入念に計画された RFP の検討事項を表します。Ventana Research は、まず当社の製品情報データベースと広範なウェブ調査を利用して独自に情報を検証し、次にベンダーへの聞き取り調査を行いました。選ばれたベンダーの大半は個別の聞き取りにも参加しました。聞き取り後、新たに得られた情報を裏付ける追加資料を提供するように依頼しました。

Ventana Research は、ベンダーおよび製品の客観的なレビューは、RPM ソフトウェアやアプリケーションの採用と導入にとって不可欠なビジネス戦略であると考えています。組織のレビューには、何が可能なのか、そして何が組織に適しているのかの両方に関する徹底的な分析が含まれている必要があります。当社は、RPM システムとツールを入念に評価することを組織にお勧めしており、このバリュー インデックスは、そのようなベンダーの詳細な分析の結果と評価手法の両方として利用できます。



本バリュー インデックスの使用法

ベンダーの評価: プロセス

当社は、ビジネスを改善するための取り組みは、迅速に価値を提供できることが調査によって示されたベスト プラクティスに基づいている必要があると考えています。バリュー インデックスでは、RPM ビジネス システムやツールをこの考え方に従って評価しています。

当社は、貴社の取り組みやプロジェクトの概要と詳細の両方が記載されたプログラム ドキュメントにこれらの手順を組み込むことから始まる、構造化されたアプローチの一部としてバリュー インデックスを使用することを推奨しています。続けて、バリュー インデックスを参照して、必要な結果を生み出す選択を行います。

以下に示す手順は、テクノロジー主導型のビジネス改善プロジェクトの枠組みを提供します。

1. ビジネス ケースと目標を定義する。

投資のためにビジネス ケースを策定します。ビジネス プロジェクトのミッションを定義します。目的は何か、なぜ重要か、達成すべき成果は何か、プロジェクトの成功をどのように測るかなどです。目標は、組織の戦略や計画に基づくもので、必要な成果を明確に示している必要があります。

2. プロジェクトのビジネス要件を指定する。

その目標を達成するために何を行う必要があるか。ビジネス要件を定義すると、人材、プロセス、情報、テクノロジーに関して必要な能力や機能を具体的に特定できます。

3. 必要な役割や責任を評価する。

経営陣から現場の社員まで組織のすべての階層でプロジェクトに必要とされる人物を特定し、各人がどのように貢献するかを決定します。

4. プロジェクトのクリティカル パスの概要をまとめる。

何をどのような順序で行う必要があるか、誰が行うか。この概要では、プロジェクト計画の各ステップで、前のステップに対する依存関係を明確にする必要があります。

5. テクノロジー アプローチを策定する。

組織の要件に最も合ったテクノロジー アプローチを決定します。次に、ニーズに最適なベンダーおよび製品の候補すべてのリストを作成します。

6. テクノロジー評価基準を定める。

ベンダーを評価するために使用するビジネスおよびテクノロジーの基準を定義します。ベンチマーク調査に基づいて Ventana Research が設定した基準を使用して、バリュー インデックスを構築することをお勧めします。これは、適応性、機能性、管理のしやすさ、信頼性、TCO/ROI、使いやすさ、妥当性です。このステップでは、ベンダーや製品を選抜し、最終候補を評価するために必要なツールを提供します。



7. テクノロジーを適切に評価および選択する。

組織の優先順位を反映するように、テクノロジー評価基準の7つのカテゴリに重み付けします。次に、自社のビジネス ケース、要件、およびプロジェクトのテクノロジー評価基準に基づいてベンダーと製品の最終候補を評価します。

8. ビジネス イニシアティブ チームを立ち上げてプロジェクトを開始する。

プロジェクトのリーダーと、計画立案や実行に必要なチームのメンバーを決定します。まずスケジュールを決定し、リソースを割り当てます。

バリュー インデックスを使用すれば、既存のサプライヤーを評価するだけでなく、新しいプロジェクトに評価基準が得られます。当社の調査を利用することで、RFP を作成する際のサイクル時間を短縮できます。



評価する製品

ベンダー	製品名	バージョン	発売月	発売年
Anaplan	The Anaplan Platform		11月	2021
beqom	Beqom Sales Performance Management			2021
Board International	Board	夏季リリース		2021年
Clari	Clari Revenue Operations Platform			2021年
Gong.io	Gong			2021年
InsightSquared	InsightSquared Revenue Intelligence Platform			2021年
Oracle	Oracle Sales、Oracle Sales Planning Cloud	21C	8月	2021年
Salesforce	Sales Cloud、Revenue Cloud、Customer 360	2022年冬	10月	2021年
SAP	SAP Sales Cloud、SAP SuccessFactors			2021年
SugarCRM	Sugar Sell			2021年
Varicent	Varicent Incentive Compensation Management、Varicent Territory and Quota Planning、Varicent Lift、Symon.AI、Varicent Revenue Intelligence Workbench	バージョン 10		2021年
Xactly	Xactly Platform、Xactly Incent			2021年

調査結果

評価した製品はいずれも機能が豊富でしたが、提供される機能すべてが組織に等しく価値を与えるわけではなく、使用ライフサイクル全体で必要な機能すべてに対応しているわけでもありませんでした。それどころか、機能が多すぎて不必要に複雑になり、組織に悪影響を与える可能性があります。それでも、機能が多いことは利点であると考えられるかもしれません。一部の機能が組織の確立された手法と合っているか、新しいソフトウェア購入の動機となっている取り組みをサポートする場合は特にそうです。

その場合、機能やベンダー評価以外の要因が決定要因となる場合があります。例えば、組織に予算の制約がある場合、TCO の評価によってベンダーの順位が変わるかもしれません。このような場合に、バリュー インデックス手法と適切なカテゴリーの重み付けを利用して、自社の具体的なニーズに最適なベンダーや製品を決定できます。

全カテゴリーにおけるベンダーの総合評価

2022 年の収益パフォーマンス管理バリュー インデックスでは、総合評価で Oracle が第 1 位、Salesforce が第 2 位、Xactly が第 3 位となりました。各カテゴリーの上位 3 社は、バリュー インデックス リーダーに選ばれます。Oracle は、7 つのカテゴリーのうち 6 つでバリュー インデックス リーダーとなりました。Salesforce は 5 つ、Anaplan および Xactly は 3 つ、Board International は 2 つ、SAP および Varicent は 1 つのカテゴリーでバリュー インデックス リーダーと評価されました。

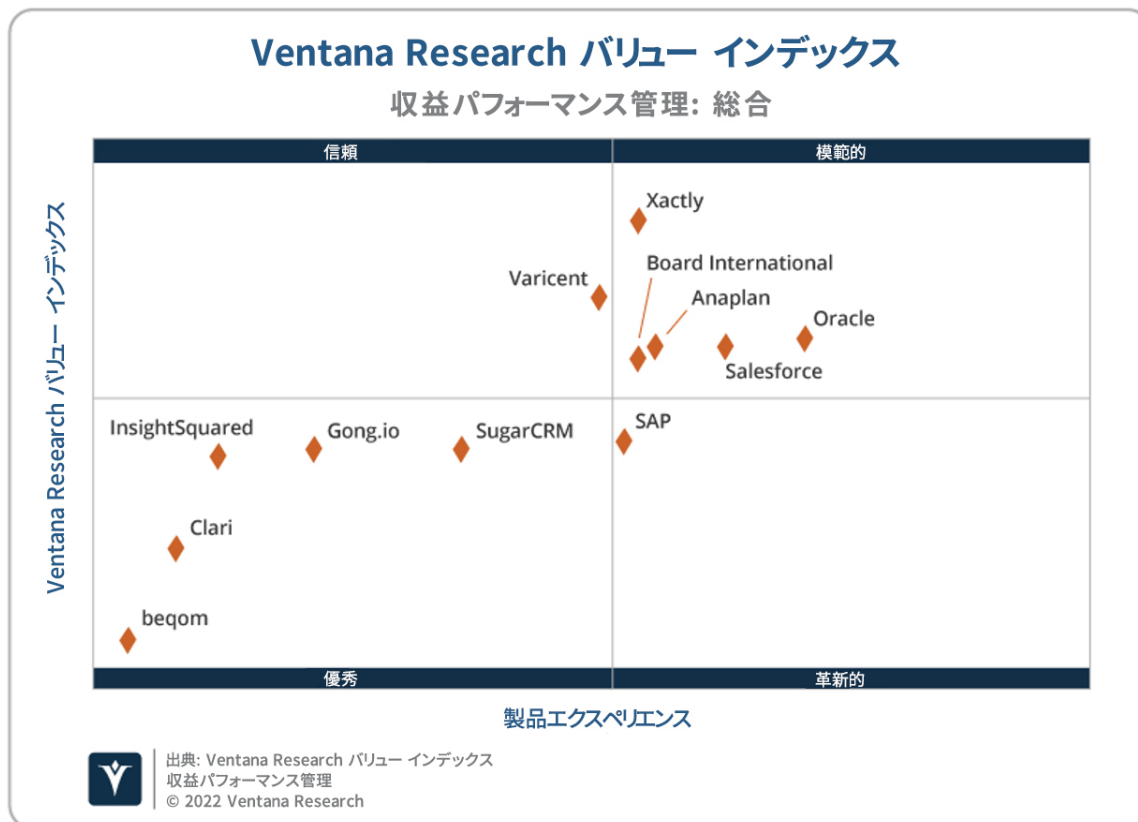
次に示すバリュー インデックス全体を表すグラフでは、製品エクスペリエンスの評価を x 軸、カスタマー エクスペリエンスの評価を y 軸に示し、ベンダーの評価と分類が視覚的に理解できるようになっています。5 つの製品カテゴリーの合計を表す軸で、製品エクスペリエンスの加重成績が大きいベンダーほど右側に配置され、2 つのカスタマーエクスペリエンス カテゴリーの成績と重みが縦軸での位置を決定します。簡単に言うと、このグラフで右上に位置しているベンダーのほうが、左下に位置しているベンダーよりも優れているということです。

Ventana Research バリュー インデックス		
収益パフォーマンス管理: 総合		
ベンダー	順位	実績
Oracle	1	85.1%
Salesforce	2	82.4%
Xactly	3	80.7%
Anaplan	4	80.2%
Board International	5	79.8%
Varicent	6	79.0%
SAP	7	78.6%
SugarCRM	8	73.4%
Gong.io	9	68.8%
InsightSquared	10	65.6%
Clari	11	63.7%
beqom	12	61.2%

出典: Ventana Research バリュー インデックス
収益パフォーマンス管理
© 2022 Ventana Research



この調査では、ベンダーを次の 4 つの総合カテゴリーのいずれかに分類しています。これは、信頼、模範的、優秀、革新的です。このグラフでは、製品エクスペリエンスとカスタマー エクスペリエンスの全カテゴリーにおける加重成績によってベンダー进行分类しています。



模範的: 「模範的 (右上)」に分類されたベンダーは、製品エクスペリエンスとカスタマー エクスペリエンスの要件を総合的に最もよく満たしているベンダーです。模範的と評価されたベンダーは、Anaplan、Board International、Oracle、Salesforce、Xactly です。

革新的: 「革新的 (右下)」に分類されたベンダーは、製品エクスペリエンス要件を総合的に最もよく満たしたが、カスタマー エクスペリエンスの要件に関しては最高水準に達しなかったベンダーです。革新的と評価されたベンダーは SAP です。

信頼: 「信頼 (左上)」に分類されたベンダーは、カスタマー エクスペリエンス要件に関しては総合的に最もよく満たしているが、製品エクスペリエンスの要件に関しては最高水準に達しなかったベンダーです。信頼と評価されたベンダーは Varicent です。

優秀: 「優秀 (左下)」に分類されたベンダーは、カスタマー エクスペリエンスまたは製品エクスペリエンスの成績が中央値以下であるか、他の 3 つのカテゴリーの閾値以下のベンダーです。優秀と評価されたベンダーは、beqom、Clari、Gong.io、InsightSquared および SugarCRM です。



ベンダーの位置に近いことは、評価対象のパッケージが機能的に同一であることや、すべての組織または特定のプロセスでの使用に同等に適していることを示しているわけではないため、注意してください。各組織におけるRPMの実施方法には共通する点が多くありますが、特定の組織のニーズに関してベンダーの適合性を左右する機能をどのように提供しているかについては多くの独自性や違いがあります。

参加基準を満たしており、バリュー インデックスの評価基準に合わせて自社製品を積極的にマーケティングしているにも関わらず、バリュー インデックス評価に参加しないことを選択するベンダーもいます。Ventana Researchは、公表されている情報、ベンダーから受け取った情報、および当社の直接的な体験やベンダーの製品を利用するクライアントの体験に基づいてベンダーと製品を評価しています。

情報不足は評価に悪影響を及ぼし、ひいてはベンダーのバリュー インデックス評価と分類にも悪影響を及ぼすため、当社はベンダーが調査に参加した場合はそれを明示しています。完全な評価を行うための公表されている情報の妥当性に関しては、ウェブサイトなどの容易にアクセス可能な方法によって得られる情報をベンダーが制限している場合、積極的な参加によって得られるような詳細な評価を行えません。不参加のベンダーがいる場合、組織が独自の評価を十分に行えなくなります。

組織は独自の要件に基づいてベンダーを評価し、本調査をベンダーおよび製品を評価する際の参照として使用することをお勧めします。



製品エクスペリエンス

組織のニーズに対応できる製品を調査するプロセスは、包括的である必要があります。バリューインデックス手法では、製品エクスペリエンスと、それが組織のオンボーディング、構成、運用、使用、保守管理のライフサイクルに合ったものであるかを調査します。多くの場合、ベンダーはその製品について完全な評価を受けません。むしろ、市場での行動や将来の展望について評価されます。これは組織の要件ではなく、ベンダーの運営状況を表すものであるため、問題があります。最高製品責任者の役職を設けるベンダーが増えているため、最高製品責任者が製品が体現するエクスペリエンスに積極的に関与することが不可欠です。

専門知識や調査の手法に基づく RPM バリュー インデックスでは、製品エクスペリエンスの重みを 80% あるいは総合評価の 5 分の 4 と規定しています。各カテゴリーに割り当てられた重要度は、使いやすさ (20%)、機能性 (20%)、信頼性 (15%)、適応性 (10%)、管理のしやすさ (15%) です。この重みは、バリューインデックスでの製品エクスペリエンスにおけるベンダーの順位と、その結果得られる総合順位に影響を与えます。バリューインデックスリーダーとなった Oracle、Salesforce、Anaplan のベンダー順位は、各社の RPM テクノロジーに対する積極的な取り組みの結果です。Board、Xactly、SAP のベンダー順位では、広範な企業向け RPM 要件を満たすことが明らかになりました。構成の容易さ、サードパーティデータとの幅広い連携、およびサポート能力と拡張性から、Oracle と Salesforce は適応性、管理のしやすさと信頼性の点で高い評価を得ました。

多くの組織は IT または管理に関する機能のみを評価しますが、バリュー インデックスでは、RPM に関与する必要があるさまざまな使用ペルソナにおける使いやすさ (20% の重み) の重要性を認識しています。

Ventana Research バリュー インデックス 収益パフォーマンス管理: 製品エクスペリエンス

ベンダー	順位	実績
Oracle	1	67.8%
Salesforce	2	65.4%
Anaplan	3	63.3%
Board International	4	63.1%
Xactly	5	62.9%
SAP	6	62.5%
Varicent	7	61.8%
SugarCRM	8	57.8%
Gong.io	9	53.5%
InsightSquared	10	50.7%
Clari	11	49.5%
beqom	12	48.0%



出典: Ventana Research バリュー インデックス
収益パフォーマンス管理
© 2022 Ventana Research



カスタマー エクスペリエンス

ベンダーとの顧客関係を重視することは、製品とテクノロジーを確実に成功に導くために不可欠です。ベンダーとの協調関係を満足のものにするには、カスタマー エクスペリエンスを向上させ、組織とベンダーとの関係全体を進歩させる必要があります。したがって、ベンダーが提供するサービスは、単にテクノロジーを提供しているのではなく、適切に評価し、ベンダーを選択するための視点を用いて評価される必要があります。最高顧客責任者のいるテクノロジー提供事業者は、顧客関係と顧客の成功への投資を増やす傾向にあります。最高顧客責任者には、ウェブサイトや購入プロセスとカスタマー ジャーニーにおいて、自社の取り組みを明確に知らしめる責任があります。当社のバリュー インデックス手法では、カスタマーエクスペリエンスをバリュー インデックス全体の 20% または 5 分の 1 として評価し、顧客関係への取り組みや価値の枠組みを示します。評価カテゴリーは妥当性 (10%) と TCO/ROI (10%) の 2 つ、製品エクスペリエンスとのバランスにより、バリュー インデックス全体に対する重要性を示すために重み付けされます。

カスタマーエクスペリエンスカテゴリーでの総合加重評価が最も高く、バリューインデックスリーダーに選出されたベンダーは、Xactly、Varicent、Oracle です。カスタマーエクスペリエンスにおけるリーダーは、RPM に対する顧客のニーズへの積極的な取り組みを伝えるために、目を見張るような量の情報を提供しています Anaplan、Salesforce、Board などのベンダーは総合的にはリーダーには選出されませんでした。成績評価に見られるように、高水準のカスタマーエクスペリエンスへの取り組みを示しています。

一部ベンダーは、カスタマーエクスペリエンスを優先事項とせず、ウェブサイト、プレゼンテーション、当社の評価で情報をほとんどまたはまったく提供していません。ベンダーの成功を推進するために顧客のケーススタディを提供するだけでは、組織の RPM 導入に対する働きかけとしては深みに欠けています。深みが欠けていると適切な評価が妨げられますが、だからと言って、ベンダーの製品によって RPM が実現できないわけではありません。ベンダーを使用するという決定は継続的な投資であるため、総合評価にはカスタマーエクスペリエンスのサポートを含めるべきであり、その重要性は過小評価されるべきではありません。

Ventana Research バリュー インデックス

収益パフォーマンス管理: カスタマー エクスペリエンス

ベンダー		実績
Xactly	1	18.8%
Varicent	2	17.9%
Oracle	3	17.4%
Anaplan	4	17.3%
Salesforce	5	17.3%
Board International	6	17.2%
SAP	7	16.2%
SugarCRM	8	16.1%
Gong.io	9	16.1%
InsightSquared	10	16.0%
Clari	11	14.9%
beqom	12	13.7%



出典: Ventana Research バリュー インデックス
収益パフォーマンス管理
© 2022 Ventana Research



製品の信頼性

RPM プロセスが効率的に運用され、従業員がアプリケーションを積極的に活用するためには、企業およびクラウド コンピューティング環境で運用されている既存のアーキテクチャを使用し、このプロセスが実行されるソフトウェアが必要な性能や拡張性を確実に提供できる必要があります。基準には、データ、ユーザー、インスタンス、アクティビティ、タスクが正しく運用され、構成可能であることを示す指標を含め、ベンダーの製品やアーキテクチャの性能や拡張性に関する詳細情報が含まれます。さらに、ベンダーによるリソースや改善への投資も考慮されます。

2022 年の収益パフォーマンス管理バリュー インデックスでは、信頼性の重みを総合評価の 15%としています。Oracle、Salesforce、Xactlyはこのカテゴリーのバリューインデックスリーダーであり、24 時間体制であらゆるレベルの信頼性で運用できるという高い信用度を誇ります。

収益プロセスに関連する信頼性が高いことは、事業継続やレジリエンスに必要とされる継続的な運用をサポートするために不可欠です。ただし、RPM ソフトウェアの性能や拡張性の評価は、サポートされている RPM プロセスの種類や、データ量、同時実行ユーザー数によって左右されるため、常に簡単なわけではありません。ベンダーによっては、信頼できるベンダーを選択するために必要な、十分な量の情報を提供できないことがあります。

Ventana Research バリュー インデックス

収益パフォーマンス管理: 信頼性

ベンダー		実績
Oracle	1	93.0%
Salesforce	2	91.0%
Xactly	3	89.1%
Anaplan	4	87.5%
Board International	5	87.0%
Varicent	6	86.7%
SAP	7	84.9%
InsightSquared	8	81.6%
SugarCRM	9	78.5%
Clari	10	78.5%
Gong.io	11	77.3%
beqom	12	77.1%



出典: Ventana Research バリュー インデックス
収益パフォーマンス管理
© 2022 Ventana Research



ベンダーの TCO/ROI

TCO/ROI カテゴリーでは、製品の戦略的価値、総所有コスト、総所有利益など、ベンダーがどの程度効果的にビジネス ケースを実証しているかを評価するための評価基準が適用されます。基準には、顧客が TCO と ROI を評価できるようにベンダーが提供するツールや文書の評価と、ベンダーが評価を裏付ける投資およびサービスとして挙げているものも含まれます。さらに、ベンダーによるリソースや改善への投資も考慮されます。

2022 年の収益パフォーマンス管理バリュー インデックスでは、TCO/ROI の重みを総合評価の 10% としています。Xactly、Board、Varicent はこのカテゴリーのバリュー インデックス リーダーです。

このカテゴリーで極めて高い評価を受けた少数のベンダーは、購入者や顧客に TCO/ROI 関連のサポートを提供して、ビジネス ケースや RPM への投資資金の確保を効果的に支援しています。しかし、当社の分析によれば、ベンダーの大半は、組織が確実な購入決定を行うために必要な評価をサポートするツールや文書化された情報を提供するのに大きく苦戦しています。また、バリュー インデックスに参加したベンダーの大半が、調査の TCO/ROI に関係する部分の裏付けに必要な情報をウェブサイトで限定的にしか公表していません。

Ventana Research バリュー インデックス

収益パフォーマンス管理: TCO/ROI

ベンダー		実績
Xactly	1	93.8%
Board International	2	90.3%
Varicent	3	90.3%
Anaplan	4	89.6%
Oracle	5	85.6%
Salesforce	6	83.5%
Gong.io	7	80.5%
InsightSquared	8	78.8%
SAP	9	77.1%
Clari	10	76.1%
SugarCRM	11	75.5%
beqom	12	74.5%



出典: Ventana Research バリュー インデックス
収益パフォーマンス管理
© 2022 Ventana Research



Xactly

会社と製品プロフィール

「Xactly は、世界中の数千の会社や、数百万の販売業者の収益目標の達成をサポートしてきました。Xactly のソリューションを利用することで、責任者は現四半期を超えて、長期的な成長のための収益源を生み出すことができます。」

「Xactly Intelligent Revenue Platform は、人工知能と 16 年の独自データを使いやすいアプリケーションに統合したものです。人間の勘、プロセス、トレンド分析を組み合わせ、正確な機械予測を行います。収益計画、クォータ、テリトリーの改善点をいち早く特定し、簡単に実装できます。非常に複雑な報酬制度であっても高速に計算でき、営業担当者のやる気を高め、成功へと導きます。」

Ventana Research による評価

Xactly は、模範的なベンダーと分類され、このバリュー インデックスにおける総合評価で 3 位となりました。製品エクスペリエンスでは 5 位となりました。信頼性ではバリュー インデックスリーダーに選出され、適応性、使いやすさ、管理のしやすさ、機能性では 5 位となりました。カスタマーエクスペリエンスでは 1 位となり、TCO/ROI と妥当性の両方でバリュー インデックスリーダーに選出されました。総合成績では、バリュー インデックス全体での重み付けが 20% である「機能性」での評価が低かったことが影響しました。

当社の評価では、Xactly は、事業の協力関係およびメタデータ、レポート、モデル、定義、アプリケーション固有のサポートを共有するための領域に注力し、製品ポートフォリオ間のつながりを明確に示すことで、機能性の成績を高めることができます。

Xactly を評価している組織は、同社の [RPM をサポートするソリューション プラットフォームとアプリケーション](#) を詳細に検討する必要があります。Xactly は積極的に評価プロセスに参加し、バリュー インデックスへの情報提供要請に対応しました。

Ventana Research バリュー インデックス

収益パフォーマンス管理: Xactly

ベンダー	実績
総合	80.7%
製品	78.6%
顧客	93.8%
使いやすさ	83.8%
管理のしやすさ	89.4%
信頼性	89.1%
機能性	75.0%
適応性	81.9%
妥当性	93.7%
TCO/ROI	93.8%



出典: Ventana Research バリュー インデックス
収益パフォーマンス管理
© 2022 Ventana Research



付録: ベンダーの参加

RPM をサポートしている製品を提供し、参加要件を満たすすべてのベンダーが、無償でバリュー インデックス評価プロセスに積極的に参加するよう招待を受けました。ベンダーからの返答がないか、招待に応じなかった場合、参加基準に基づいて分析に含めるかどうかを決定しました。参加基準は、事業を行う地域、顧客ベース、収益、さらに評価対象となる特定のカテゴリに対する製品の関連機能の適合性がさまざまに異なるベンダーすべてを含めることを目的として設定されています。

2022 年の Ventana Research 収益パフォーマンス管理バリュー インデックスでの参加要件は、ベンダーが財務的および倫理的に健全であり、年間収益または予測収益が 1000 万ドル以上であり、2 개국以上で事業を展開し、50 以上の顧客を有していることです。関連事業部門の主要収益源はソフトウェア関連であり、過去 18 か月で少なくとも 1 回、ソフトウェアのメジャー リリースを行っている必要があります。ベンダーは、収益プロセスで RPM をサポートする製品を提供し、製品が次の機能領域のうち 3 つ以上を備えている必要があります: 取引とパイプライン管理、歩合とインセンティブ報酬、表彰と褒賞、目的と目標、売上と収益の予測、クォータとテリトリー、計画と分析。こうした機能はモバイル チャネルやコラボレーション チャネルで利用可能である必要があります。また、CRM、SFA、財務、人事、および発注システムと統合することで、財務、人事、営業、IT といった役割にある管理職、事業部、アナリスト、管理者をサポートしている必要があります。

ベンダーがバリュー インデックスの対象となる製品を、ウェブサイトに掲載されるとおりに積極的にマーケティング、販売、および開発している場合、自動的に参加対象として評価されます。当社では、ベンダーが参加することを選択したかどうかに関係なく、関連するすべてのベンダーを評価する責任があると考えているため、このアプローチを採用しています。

12 のテクノロジー ベンダーのうち 6 社 (Anaplan、Board、Oracle、Salesforce、Varicent、Xactly) が当社の情報提供要請に積極的に応答し、RPM をサポートしている製品の分析の助けとなるアンケート調査に回答し、実際の情報を提供してくれました。自社、製品、および顧客に対する取り組みを積極的に提供し、更新しているテクノロジー ベンダーの場合、それらの情報がバリュー インデックスにおける分析の入力として使用されました。一般に入手可能なオンライン資料が、ベンダーが提供した説明や情報と共に使用されました。beqom、Clari、Gong.io、InsightSquared、SAP、SugarCRM は調査に積極的に参加しませんでした。

当社の参加基準を満たしているが、バリュー インデックスに参加しなかったベンダーについては、一般公開されている情報に基づいて評価を行いました。これは、バリュー インデックスにおける分類や評価に大きく影響している可能性があります。



Ventana Research について

Ventana Research は、もっとも権威があり、高い評判を得ているベンチマーク ビジネステクノロジーの調査、顧問サービス企業です。当社は、ベンチマーク調査、テクノロジー評価、教育ワークショップ、および当社の調査、顧問サービスである Ventana On-Demand を含む、調査に基づく独自のサービスを通して、主流のテクノロジーや破壊的テクノロジーに関する分析情報および専門的な助言を提供しています。当社の他に類を見ない、ビジネスプロセスとパフォーマンスの最適化に技術が果たす役割についての理解とベスト プラクティスは、各業界のビジネス/IT 機能に渡る人々、プロセス、情報、および技術に対する厳格な調査に基づくベンチマークを基盤にしています。このベンチマーク調査と、対象となる市場の広さおよび数百のテクノロジー プロバイダーに関する詳細な知識によって、お客様がテクノロジーへの投資から多くの価値を引き出しながら、同時に時間、コスト、リスクを低減するための研修や専門知識を提供しています。

Ventana Research が提供する分析および調査の対象範囲は業界で最も広範です。世界中のビジネスや IT の専門家が当社のコミュニティのメンバーとなり、世界中の高い評価を得ているメディアや提携パートナーと共に、Ventana Research の分析情報を活用しています。当社の認識と分析は、[Twitter](#)、[Facebook](#)、および [LinkedIn](#) などのブログやソーシャル メディア チャンネルを通じて毎日配信されています。

Ventana Research がベンチマーク調査、研修、および顧問サービスを通して、組織が情報やテクノロジーをより高度に活用できるようにする方法は、www.ventanaresearch.com をご覧ください。



当社の提供するサービス

Ventana Research では、ワークショップ、評価、および顧問サービスを含め、お客様の特定のニーズを満たす多様でカスタマイズ可能なサービスを提供しています。20 年以上の経験を持つアナリストが指導する研修サービスは、コンプライアンスから、BI、戦略の策定、ベスト プラクティスの採用促進に至るまで、ビジネスやテクノロジーに関する重要なトピックについて学習するための素晴らしい出発点となります。当社は、お客様に合わせたバリュー インデックス評価サービスも提供しており、戦略の定義、ビジネス ケースの構築、およびプロジェクトの事業フェーズとテクノロジー フェーズの関連付けをお手伝いします。また Ventana On-Demand (VOD) では、必要に応じて当社のアナリストのアドバイスや情報を利用できるので、市場動向、テクノロジーやベスト プラクティスに関する最新情報を知ることができます。

Ventana Research のすべてのサービスは、このバリュー インデックスを含む焦点を絞った調査を起点としています。当社は、世界中の何千もの組織と協力して調査を行い、市場動向、ベスト プラクティス、およびテクノロジーを分析して、お客様が組織の効率や有効性を改善できるよう支援しています。また、Ventana Research コミュニティを通して、専門家が課題、ベスト プラクティス、および手法を共有する機会も提供しています。個人会員になるには、<https://www.ventanaresearch.com/> でご登録ください。毎週の分析情報や、オンラインで開催されるウェビナー、会議、および会合など、今後開催される研修や交流イベントにアクセスできます。

ビジネスと IT の専門家向けに以下の会員レベルを提供しています。

個人会員: 個人用に当社ウェブサイトおよびアナリストへのフル アクセスを希望するビジネスと IT の専門家向け。会員になると、数百にのぼるホワイト ペーパーや調査報告のライブラリ、報告書、情報やフィードバックを提供するための電話またはメールでの相談セッションをご利用いただけます。

チーム会員: 5 人のチームメンバー用に当社ウェブサイトおよびアナリストへのフル アクセスを希望するビジネスと IT 専門家向け。会員になると、数百にのぼるホワイト ペーパーや調査報告のライブラリ、報告書、情報やフィードバックを提供するための電話またはメールでの相談セッション、およびビジネス目的で Ventana Research 資料をご利用いただけます。

企業会員: 5 人を超えるチームまたは小さな事業部用に当社のウェブサイトおよびアナリストへのフル アクセスを希望する、ビジネスと IT の専門家向け。会員になると、数百にのぼるホワイト ペーパーや調査報告のライブラリ、報告書、情報やフィードバックを提供するための電話またはメールでの相談セッション、およびビジネス目的で Ventana Research 資料をご利用いただけるほか、アナリストへの相談も可能です。



企業プラス会員: 会社の多数の従業員用に、当社のウェブサイトおよびアナリストへのフルアクセスを希望する、ビジネスと IT の専門家向け。会員になると、数百にのぼるホワイトペーパーや調査報告のライブラリ、報告書、情報やフィードバックを提供するための電話またはメールでの相談セッション、メディア向けの証言や検証、ビジネス目的での Ventana Research 資料の利用、アナリストへの相談をご利用いただけるほか、当社チームとの戦略相談セッションを予約できます。

ソリューションプロバイダー、ソフトウェアベンダー、コンサルタント、システムインテグレーターの方は、[追加サービス](#)をご利用いただけます。

バリュー インデックス報告書は、購入が可能です。幅広いベンチマーク調査報告書のライブラリもご利用いただけます。報告書の購入、ならびにワークショップ、評価、助言を含む Ventana Research サービスの詳細については、sales@ventanaresearch.com をご覧ください。

© 2022 Ventana Research. 書面による事前の許可なしに、本調査をいかなる形でも複製または配布することを禁じます。本調査は、信頼性があると考えられる情報源から取得した情報に基づいており、テクノロジー サプライヤーから聞いた情報や、インターネット上で一般に公開される情報が含まれている場合があります。Ventana Research は提供する情報の不正確性には一切責任を負いません。

すべての製品名および会社名は、各商標所有者の商標™ または登録商標® です。商標の使用は、Ventana Research と提携関係にあること、あるいは Ventana Research による承認を意味するものではありません。