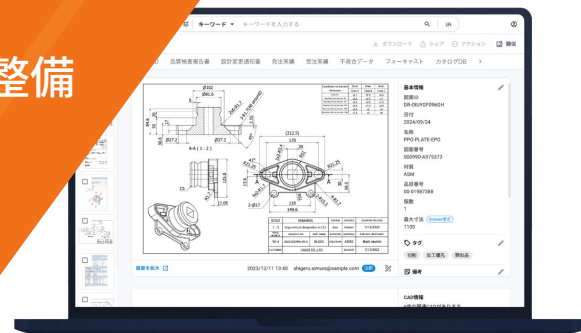


売上予測の精緻化に向けマネジメント基盤を整備
営業活動の延長線上に
フォーキャストが可視化され
『自分たちで数字をつくる』意識が向上



カスタマープロフィール

キャディ株式会社
業 界：IT・SaaS

課題

- 全社・全プロダクト横断でのフォーキャストの迅速化
- フォーキャスト判断の属人化の解消
- パイプラインレビューのための準備作業の負荷軽減
- 売上予測の精緻化による経営の意思決定支援

ソリューション

- Xactly Forecast

導入効果

- 週次のレビュー会議に向けた準備工数が大幅に減少
- Salesforceへの入力率が劇的に改善
- 複数階層の視点でフォーキャストとリスクを可視化
- 営業の「自分で数字をつくる」意識が向上
- 成約時の業務量を見越してバックオフィス部門のリソースを最適化



売上予測の精度が経営判断を左右するような局面が増えつつあるなかで、今のうちにマネジメント基盤を確立しておかなければ手遅れになると判断し、Xactly Forecastの導入を決めました。日々の営業活動の延長戦上にフォーキャストが組み上がる仕組みを構築でき、『自分たちで数字をつくる』という主体性が醸成されています。



部門執行役員 VP of Marketing 山田 雄基 氏

課題

組織の急速な拡大に伴い 売上予測の精度に課題

キャディ株式会社は、2017年に創業したスタートアップで、「モノづくり産業のポテンシャルを解放する」というミッションのもと、産業の常識をアップデートする「新たな仕組み」をつくり、製造業のデジタルトランスフォーメーションを支援しています。

図面やCAD、仕様書、品質データといった点在するデータとナレッジを資産化し、新たな価値を創出する「製造業AIデータプラットフォームCADDi」として展開しています。同プラットフォーム上では、データ基盤としてのCADDiを中心に据え、そのアプリケーションを提供することで、資産化したデータの活用を促進する仕組みを実現しています。

事業展開が日本国内にとどまらず、グローバルにも急速な拡がりを見せるなかで、フォーキャストマネジメントの重要性が高まった背景を、山田氏はこう説明します。



部門執行役員 VP of Marketing
山田 雄基 氏

「事業の成長に伴いセールスチームの人数も急速に増えていきました。個々の営業が非常に優秀でも、この先人数が増え続けていくなるとマネジメントが追い付かず、フォーキャストが属人化したり、ブレが生じたりすることが懸念されました。組織の成長スピードに追従できるように、今のうちにマネジメント基盤をしっかり構築しておかなければ手遅れになると判断したのです」

王氏も、「我々のお客様にはエンタープライズ企業が多く、どうしても商談サイクルが長期化する傾向にあります。それゆえ、1つの案件がスリップするだけで会社経営に大きな影響を与えることになります。実際、売上予測の精度が経営判断を左右するような局面が増えつつありました。そもそもチームごとにフォーキャストの定義が違うから、Salesforce上の管理項目もバラバラです。情報の統制が効かない状態で、意思決定に必要なデータを集めてくるのが大変でしたし、苦労して集めたにも関わらず精度が低いという悩みを抱えていました」と補足します。



マーケティングインサイドセールス事業部 Revops部

王 若岐 氏

解決の
方向性

営業活動の延長線上に フォーキャストを組み上げる

こうした課題の解決策として考えられたのは、「スプレッドシートで統一的に運用する」「BIツールで分析を行う」「フォーキャストマネジメントツールを活用する」の三択でした。

ツール選定における大前提として重視されたのは、営業部門の全員が使っているSalesforceとのシームレスな連携性です。従来のSFA運用に極力変更を加えずに済むようエンジニアを含め徹底的に議論したのも、日々の営業活動の延長戦上にフォーキャストが組み上がる仕組みを構築する狙いがあったからです。

また、組織全体、全プロダクト横断で着地予測を精緻化するために、スナップショットが取れて、常に過去データとの

差分もリアルタイムに捉えられること、営業担当からマネージャー、事業責任者まで複数階層がそれぞれの視点でフォーキャストとリスクを可視化できることが求められました。さらにもう1点、グローバル展開を積極的に進める同社が、グローバル標準のフォーキャストマネジメントを実践していくにふさわしいツールであるかどうか重要な評価ポイントになりました。

ソリュー
ション

グローバルでの成長を加速する ベストプラクティスに期待

これらの要件を踏まえると、おのずと選択肢は絞られました。最終的にXactly Forecastを選択したのは、グローバル市場における強力なリーダーシップへの期待に他なりません。

「フォーキャストマネジメントの概念をどのように捉えているかによって、ツールそのものの設計思想も変わってきます。そういう意味でも、Xactly Forecastは、グローバル標準のベストプラクティスがプロダクトに反映されているツールとして高く評価しました。実際にデモを見せてもらい、必要なものが必要なだけシンプルに装備されていて、初めて触れる人にもインターフェースがわかりやすく、画面を見た瞬間に直感的にインサイトを得られる印象でした」と山田氏。

実際の導入にあたっては、セールスマネージャーを中心に、現状の課題について共通認識を形成し、Xactlyの導入目的や活用メリットについて理解を促す機会を設置。新しいツールへの抵抗感を軽減した状態でスタートしました。

「導入前にXactly社が、フォーキャストマネジメントの概念をはじめ、パイプラインマネジメントの違い、営業部門において理想とされるマネジメントの思想、それを実践していく上でのヒントまでを具体的にレクチャーしてくれました。当社は中途採用者が大半をしめているので、前職でのやり方や言葉の定義もバラバラです。共通言語を持つという意味でも重要な機会だったと思います」（山田氏）

成果

営業の現場を支えるインフラとして あって当たり前への存在へ

導入決定からローンチまでは約3か月。定着化に向けた丁寧な取り組みが功を奏し、導入後は順調に成果を上げています。フォーキャストデータの一元化が実現できただけでなく、予測精度はもちろん、予測ロジックへの信頼性が向上。結果だけでなく、なぜそう予測したかの背景まで見えるようになりました。

「これまでは、『いくら受注できそうです』といった情報が各チームから不規則に発生する状態でしたが、同じ時点、同じ

基準のもとに算出されたフォーキャストを週次で把握できるようになったのは大きな変化です。常に先週のフォーキャストが可視化されているので、週次のパイプラインレビュー会議に向けた準備も簡素化されました。準備にかかる工数は大幅に削減されています。

フォーキャストの提出を求められる営業の現場にも変化が生まれています。『自分たちで数字をつくる』という主体性が醸成され、目標を達成するためになんとなくエネルギーを注ぐのではなく、成約率の高そうな案件に集中し、確実に受注させようという強い意識を持てるようになりました。Xactly Forecastの存在がセールスチームの意識改革に大きく寄与しています。現時点のフォーキャストに基づいて、受注後の事務処理を担当する経理部門も業務量の予測が立てやすくなるなど、バックオフィスにも良い影響をもたらしています」(王氏)

「これまで定期的に振り返りをしていましたが、今の状況が可視化できているので、苦戦しているチームも事前にわかります。そのチームにマーケティング施策で支援を行うなど、実態に合わせた打ち手を打つ事ができるようにもなりました。またコーポレート部門からは投資判断に利用できるという声もありました。これらもXactly Forecastがもたらした重要な変化の一つです。SFAだけではキャッチアップできなかった領域です」(山田氏)



また、フォーキャストの妥当性を高めるために、各商談の進捗に関連するデータの入力率が飛躍的に向上。Salesforce内の関連項目への入力率も劇的に向上しています。エンタープライズ企業へのアプローチは必然的に情報量が多くなりますが、担当変更や他チームとの連携が必要な場面でもナレッジが継承されることになり、属人化の解消につながります。

今後は翌クォーター、翌々クォーターなど将来にあるパイプラインや関連指標も常に専用ダッシュボードで可視化し、営業パイプライン管理を高度化する事で将来の目標達成も着実にするための活動を行なっていくという同社。

「会社のKPIと連携させ、経営判断の重要な指標として位置づけていく動きが必要だと感じています。また、長期的には、生成AIの活用を通じて次の一手を提案できるようになると、手法の標準化から行動の標準化へと、ステップアップできそうです」と王氏。

山田氏も、「導入して終わりではありません。蓄積されたデータに基づいて意思決定ができるようになってくると、PDCAを回せるようになります。我々はXactly Forecastを使い始めてまだ1周目です。2周目は、1周目のデータを活用してより良い顧客体験を提供できるようになっていくでしょう。また、そのためにも、実直にXactly Forecastを使い続けることだと考えています」と語ります。

営業の現場を継続的に改善していくためのインフラとして、Xactly Forecastがあって当たり前存在になっていく。そんな姿を目指して、経営と現場が一体となって収益の最大化に挑戦していく考えです。



Xactly株式会社 〒107-6218 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー18階

Xactly (エグザクトリー) は、企業の営業フォーキャスト(売上予測)やインセンティブ報酬管理を支援するSaaSソリューションを提供するグローバルリーディングカンパニーです。『トップラインの成長』と『適切な報酬の分配』という持続的な事業成長の基盤の構築をXactlyのソリューションが支えます。

Xactlyの詳細は、<https://www.xactly.co.jp/>をご覧ください。

また、Xactly Forecastingの詳細は、<https://xactly.co.jp/lp/forecasting/>をご覧ください。

