

News Release

アクセンチュアとメンバーズが共同開発 eCRM マルチ・ケイパビリティ診断サービ ス開始

企業の CRM 戦略を成功に導く処方箋を提供

アクセンチュア株式会社
株式会社メンバーズ

グローバル・マネジメントとテクノロジーのコンサルティング会社であるアクセンチュア株式会社（東京都港区赤坂、代表取締役社長：森 正勝、以下アクセンチュア）と国内大手の Web インテグレーター*である株式会社メンバーズ（東京都港区東麻布、代表取締役社長：剣持 忠、以下メンバーズ）は本日、本年 5 月 28 日に締結した戦略的パートナーシップに基づき、両社共同開発による CRM ソリューションの第一弾として、eCRM マルチ・ケイパビリティ診断サービスを来る 8 月 6 日から開始することを発表いたしました。

*Web インテグレーター：企業の E ビジネス推進に対し、戦略立案から Web サイトのインフォメーション・デザイン、業務システムの設計・開発、マーケティングに至るサービスを総合的に提供、支援する企業。SIPS (Strategic Internet Professional Services) 企業とも言われる。

インターネットの普及により Web は既存の顧客接点とともに顧客の満足度を高める上での重要な接点となってきています。とりわけ CRM の領域では Web を中心とした総合的な戦略を構築していくことが必要不可欠となっています。今回アクセンチュアとメンバーズ両社の提携により独自に開発した eCRM マルチ・ケイパビリティ診断は、Web を中心に SFA*、コールセンターなどを含めた CRM ケイパビリティを診断範囲としながら e 顧客戦略、e マーケティング、e セールス、e サービス、e パフォーマンスという両社のこれまで培った独自のノウハウをもとに開発された 5 つの診断フレームワークをベースとし、企業の CRM 施策の現状確認、ワールドワイドレベルでのベストプラクティスとの比較による発展ステージのベンチマーキング評価、さらにそこからのギャップ解析による診断を行い、今後必要な CRM 施策に向けた処方箋を提供するサービスです。

*セールス・フォース・オートメーションの略。営業・渉外担当者の生産性向上の為、案件及びその進捗、成績目標の達成状況、商談実績、予定などの情報を管理し、チーム内で共有化することを可能とするコンピュータシステム。

診断コースは(1)標準コース（4 週間）と(2)短縮コース（2 週間）の 2 タイプがあります。

(1)標準コース（4 週間）

標準コース（4 週間）ではセルフアセスメント・シートによる各企業の自己評価とヒアリングによる現状把握を実施、さらにそこから現在おかれているクライアントのポジションを発展ステージ・ベンチマーク・シートにより診断します。さらにこの結果に基づくギャップ解析をおこない、Web、SFA、コールセンターまでのマルチ顧客接点を範囲として CRM 施策の収益インパクト・シートによる診断結果と適切な改革施策案を提示します。

(2)短縮コース（2 週間）

短縮コース（2 週間）では顧客のニーズにあわせてフレームワークのなかからスコープを限定した形で診断を行います。

この診断サービスにより顧客企業は、顧客主義に基づく E ビジネス全体の戦略立案から、その戦略を実践するための各種ケイパビリティの把握までを行うことが可能になります。さらに同サービスを通じ、顧客企業にとってより実効性の高い eCRM ケイパビリティ構築プランの作成を支援します。このため、従来の SIPS 企業が実施している単純な Web のユーザビリティ診断とは異なる、本格的な診断サービスであることが特長となっています。

「eCRM マルチ・ケイパビリティ診断」サービス概要

サービス名称： 「eCRM マルチ・ケイパビリティ診断」

サービス内容： 大手から中小まで Web を顧客接点として導入済み、あるいは更に強化しようとしている幅広い企業を対象に開発された診断サービス

特 長：

- 2 社協業の起点である Web 顧客接点を中心とし、SFA やコールセンターなど他のチャネルを含めた eCRM ケイパビリティを含めてベンチマーク的に診断をおこなう。
- 診断にあたっては、e 顧客戦略、e マーケティング、e セールス、e サービス、e パフォーマンス、という5つの領域からなる診断フレームワークを利用して以下のような診断結果を作成
 - 1. CRM 特性セルフアセスメント・シート
(クライアントが今どの段階にあるかの認識シート)
 - 2. CRM 施策現状確認セルフアセスメント・シート
(CRM 施策の現状把握シート)
 - 3. 発展ステージ・ベンチマーク・シート
(ワールドワイドでのベストプラクティスと比較した発展ステージ段階の識別)
 - 4. CRM 施策収益インパクト・シート
(クライアントに対する適切な改革施策案)

診断コース：

1. 標準コース（4 週間）
2. 短縮コース（2 週間）
(顧客ニーズに応じてスコープを限定したもの)

サービス提供： アクセンチュア株式会社及び株式会社メンバーズ

サービス開始時期： 2001 年 8 月 6 日

サービス価格：

1. 標準コース（4週間）： 900万円
2. 短縮コース（2週間）： 500万円

販売方法： アクセンチュア、及びメンバーズによる直販中心

当サービスに関する読者からのお問い合わせ先：

アクセンチュア株式会社： ビジネス・オペレーションズ 谷崎

Tel. (03) 3796-4099

株式会社メンバーズ： マーケティング 柴田

Tel. (03) 5549-2322

e-mail: contact@members.co.jp

アクセントチュアについて

アクセントチュアは先進的なグローバル・マネジメントとテクノロジーのコンサルティング企業です。全世界 46 カ国において約 75,000 名、日本においては約 2000 名のプロフェッショナルが、あらゆる産業領域において卓越した能力とソリューションを企業顧客に提供しています。アクセントチュアは全世界において統一されたブランドとビジネスモデルによって事業を展開しており、全世界の顧客に一貫したサービスを提供しています。

アクセントチュアは今日の企業の抱えるあらゆる経営課題に対し、コンサルティング、テクノロジー、アウトソーシング、アライアンス、及びベンチャー・キャピタルといった手法により、グローバルな自社ネットワークを活用した解決策を提案しています。

アクセントチュアの 2000 会計年度（2000 年 8 月期）の売上は 97 億 5000 万ドルとなっており、2001 会計年度の第三四半期までの 9 カ月の実績（2001 年 5 月期）は 86 億 7000 万ドルとなっています（2001 年 7 月 19 日 NYSE 上場、略号：ACN）。

アクセントチュアの詳細は

www.accenture.com を、

アクセントチュア株式会社の詳細は

www.accenture.com/jp をご覧ください。

株式会社メンバーズについて

メンバーズは、1995 年というインターネットの黎明期ともいえる時期から、大手企業向けの総合的な E ビジネス支援事業を展開、数多くの構築実績を誇る国内大手の「Web インテグレーター」です。

大手企業の E ビジネス推進で求められる様々な要件について、顧客企業の経営戦略に基く E ビジネス戦略の立案から、マーケティング、インフォメーション・デザイン、大規模アプリケーション開発、顧客コミュニケーションの計画・展開、およびサイトの運用・保守にいたる幅広いサービスを提供しています。これらのサービスは独自の E ビジネス推進方法論に基づいて提供されます。これにより全てのサービスを有機的に統合、戦略の一貫性を保持したプロジェクト・マネジメントを実現可能にしています。

詳細は 以下の Web サイトより御覧頂けます。

<http://www.members.co.jp/>