

# 導入事例 Case Study

## 動画や画像などを用いたスマートカタログで 自社の強みや提供価値を効果的に訴求



医療課題の解決に取り組むヘルスケアカンパニー、GEヘルスケア・ジャパン株式会社(以下、GEヘルスケア・ジャパン)。画像診断装置などの医療機器の開発・製造・販売・サービスにとどまらず、診断用医薬品やライフサイエンス分野、ヘルスケアITなど幅広い製品ポートフォリオを持つ同社は、営業力を強化するために「ホワイトクラウド ビジューアモール スマートカタログ」を導入しました。動画や音声を含んだマルチメディアの提案資料を使って、顧客の興味・関心を引くストーリーを作成。紙の資料以上に効果的に自社の強みや製品の価値を伝えられるようになりました。また、資料を一元管理・共有できることから、すべての営業担当者にスピーディに最新情報を伝えることも可能になり、今後は、閲覧履歴などのログを営業改善や効果的な資料の作成においっそう役立てる予定です。



### 課題と効果



GEヘルスケア・ジャパン株式会社  
マーケティング本部  
マーケティング  
コミュニケーション部長  
小山 博之 氏



GEヘルスケア・ジャパン株式会社  
マーケティング本部  
マーケティング  
コミュニケーション部  
Advertising &  
Digital Marketing Gr.長  
倉橋 繁樹 氏

- |           |   |
|-----------|---|
| <b>課題</b> | 各メーカーとの競争が激しくなり、コモディティ化が進み差別化することが難しくなっていました。   |
| <b>効果</b> | 「ホワイトクラウド ビジューアモール スマートカタログ」なら、動画や画像、音声などを活用し、顧客の興味を引くストーリーが作成可能。効果的に自社の強みや提供価値を訴求することができます。              |
| <b>課題</b> | 以前は、カタログやWebサイト、個人PCなどに提案資料が分散。営業担当者ごとに使う資料がばらばらになっており、資料の更新作業も大変でした。                                     |
| <b>効果</b> | 「ホワイトクラウド ビジューアモール スマートカタログ」なら、営業担当者全員が同じ情報資産を共有。また資料の登録と編集権限を管理者側で一括して管理でき、最新の情報もスピーディに営業活動に役立てることが可能です。 |
| <b>課題</b> | 紙の資料では、誰がどれだけ使用したか、どの資料が頻繁に閲覧されているかを把握できませんでした。   |
| <b>効果</b> | 閲覧ログなどを取得できるため、提案資料の良し悪しを把握可能。今後の営業活動の改善にもつなげることができます。  |

### 導入の背景 ..... 顧客に選ばれるため営業の訴求力向上が課題に

医療機器の開発・製造・販売・サービスを中心に、幅広い製品ポートフォリオを持つGEヘルスケア・ジャパン。主力製品のひとつがMRIやCTスキャンなどの大型画像診断装置です。

近年、これらの装置は各メーカーとの競争が激しくなり、コモディティ化が進行。「他社との差別化が図れなくなる中、必要とされたのが営業の訴求力向上でした。お客様の興味や関心を引くストーリーを準備し、効

果的に自社の強みや提供価値を伝え、お客様の共感を呼ばなければ製品は選ばれません」と同社の小山 博之氏は説明します。

加えて、必要な情報を営業担当者全員に共有できない点も課題でした。「以前は、カタログやWebサイト、個人PCなどに提案資料が分散。営業担当者ごとに使う資料がばらばらで、資料の更新作業も大変でした」と同社の倉橋 繁樹氏は話します。

### 選択のポイント ... 魅力あるコンテンツの制作が容易な点と管理性の高さが決め手

これらの課題を解決するために同社が導入を決めたのが電子カタログです。電子カタログは簡単にマルチメディアコンテンツを作成し、タブレット端末やスマートフォン向けに配布できることから、多くの企業で営業力強化に貢献しています。「当社は、すでに営業担当者に配布していたタブレット端末を、お客様とのコミュニケーションの効率化や活性化につなげたいと考えていたのです」と小山氏は話します。

複数のサービスを比較し、選択したのがソフトバンクテレコムの「ホワイトクラウド ビジューアモール スマートカタログ」(以下、スマートカタログ)です。

まず評価したのが魅力あるコンテンツの制作が容易な点。「スマートカ

タログ」は、既存のPDFやMicrosoft Office文書などをクラウドにアップロードするだけで、自動的に表示崩れのない最適なPDFに変換。変換後のPDFには、クラウド上で自在に動画や音声、Webサイトへのリンク追加などの編集が行えます。「PDFで保存され、あらゆる端末から利用可能。しかも、簡単な操作で資料を更新したり、情報を追加できます」と倉橋氏は評価します。

また管理性の高さも評価しました。「登録や編集の権限を細かく設定できるうえ、利用者ごとにダウンロード日時や閲覧時間などのログを取得可能。誰が、どの資料を、何回見たかまで把握でき、営業活動の改善にもつなげることができると思いました。」(小山氏)。

## 導入の概要と効果 ●●●● 効果的に自社の強みや提供価値を伝えられる

現在、同社では営業担当者をはじめ1,450名のユーザが「スマートカタログ」を利用。既存の動画や画像、音声などを活用し、顧客の興味や関心を引くストーリーの作成が可能になったことで、自社の強みや提供価値をより効果的に伝えられるようになっていきます。「例えば、従来のMRI装置では、車のクラクションと同程度の騒音の中で患者さんは検査を受けなくてはならず、特に、高齢者や小児の患者さんには負担が大きいため、検査時の安静を脅かす要因の一つでした。そこで当社は、ほぼ音を発生させない新技術を用いたMRI装置を開発。紙の資料では新技術と既存技術の違いを明確にお客様に感じていただけませんでしたが、ストーリーを持った音声付きのマルチメディアコンテンツなら一発で理解いただけます」と小山氏は語ります。

また、顧客自身がタブレット端末を手取る機会も多いといいます。「お客様が気になった点を自由に閲覧できることで、より深い製品理解を促すことが可能です」と倉橋氏は語ります。実際、「スマートカタログ」を用いたある展示会で行われた第三者機関によるサーベイでは、同社の担当者による製品説明が最もわかりやすかったという評価も出てい

るといいます。

さらに各営業担当者が同じ情報資産を持つことができたこともメリットです。「以前は、カタログやWebサイト、個人PCなどに提案資料が分散。営業担当者ごとに使う資料がばらばらで、資料の更新作業も大変でした。しかし『スマートカタログ』なら、1台のタブレット端末へ情報を集約可能。資料の登録と編集を管理者側で行うことで、製品の機能や仕様変更などがあった場合も、すぐさま新しい情報を一括更新できます。これにより、営業担当者全員が、必要なときに必要な資料を常に最新の状態で営業活動に利用できるようになりました」(倉橋氏)。

加えて、取得した閲覧ログをもとに、どの提案資料が最もよく使われているのか、どの営業担当者がよく利用しているかといった効果測定も可能。その結果、提案資料の良し悪しを把握でき、次に向けた営業活動の改善にもつなげることができるようになっていきます。

ほかにも、資料の電子化が進んだことで、印刷代を含めたカタログ制作コストを前年比50%以上削減。「カタログの管理コストも含めるとコスト削減効果はより大きくなるでしょう」と小山氏は語ります。

### 導入したサービス

「ホワイトクラウド ビジューモール スマートカタログ」は、PDF化したコンテンツをクラウド上で一括共有・管理できるクラウドサービス。Microsoft Officeファイルや既存のPDFファイルをクラウドにアップロードすると、自動的に表示崩れのない最適なPDFドキュメントに変換。タブレット端末やスマートフォン、PCなどさまざまなデバイスから閲覧できます。しかも、変換後のPDFには、クラウド上で動画や画像、音声の埋め込み、テキスト修正などの編集を行うことが可能。訴求力の高い提案資料を容易に作成できます。サービスには、登録されていないデバイスからのログインはできないほか、閲覧や編集などの権限管理も可能。通信はSSL通信プロトコルで暗号化されており、セキュリティ面でも安心です。



提案資料の画像をタップすると、埋め込んだ動画と音声ファイルが再生され、文字だけでは伝えづらい情報を的確に伝えることが可能。

## 今後の展開 ●●●●●●●● ログをもとに成果や評判の高い資料を分析し改善

「今後は、ログをベースにどんな形式のマルチメディアコンテンツが好評なのかなどを分析し、コンテンツのテンプレート化など改善にも積極的に取り組みたいです」と倉橋氏は語ります。

また、海外拠点も興味を示しています。「日本の『スマートカタログ』の事例をアジアパシフィック地域の会議で展開したところ、まずはオーストラリアと韓国が興味を示し導入しました。『スマートカタログ』は多

言語に対応しているので、海外でもスムーズに展開できるようです。現在ASEAN諸国も導入を検討しています」と小山氏は言います。

「スマートカタログ」の活用により、効果的に自社の強みや提供価値を伝えられるようになったGEヘルスケア・ジャパン。強化した営業訴求力を武器に、顧客の課題に対し価値ある製品やサービスの提供により注力していきます。

## GEヘルスケア・ジャパン株式会社

本社：東京都日野市旭が丘4-7-127  
創業：1982年4月1日  
資本金：60億1648万5,000円  
売上高：1,436億円(2013年12月期)  
従業員数：約2,100名  
概要：医用画像診断装置の開発・製造・販売・保守サービスを展開するほか、生体情報モニター、循環器検査機器、バイオテクノロジー関連機器・試薬・ソフトウェアの販売などを手がける。近年は超高齢社会における新たな医療の仕組みづくりに貢献し、ITを活用した遠隔・在宅医療の推進に積極的に取り組んでいる。  
URL：<http://www.gehealthcare.co.jp/>



※パンフレット記載内容は、2014年4月現在のものです。