

“岡山大学の場合、WebEx 導入後は、毎月講習会を開催できるようになり、講習会の回数が導入前の 20 倍、参加者数は倍以上になりました。”

— トムソン・ロイター カスタマー エデュケーション マネージャー 矢田俊文氏



対研究者・対大学院生用の先駆的な試み:インターネット講習会で、よりお客様のニーズに沿った対応が可能に

事業内容

企業および専門家向け知的情報の提供

Cisco WebEx サービス

Cisco WebEx Training Center

Cisco WebEx Meeting Center

まとめ

トムソン・ロイターは、ビジネスや専門家向けの高度な情報を提供する世界的なリーディングカンパニーである。その中で、ヘルスケア・サイエンスビジネスは、Web of Science®をはじめとする世界最大級の学術文献情報データベースや分析システム、特許情報データなどを提供し、データベースの活用方法に関する講習会を全国訪問する形で実施している。提供製品の使用頻度アップと顧客の「もっと知りたい」、「また来て欲しい」といった要望に答える為 WebEx でのインターネット講習会を開始、今まで訪問が難しかった地域への活発なトレーニング展開やセグメントに合わせた効率的な情報提供、マンパワーの最適化、担当者レベルのみではなく多数のエンドユーザー対象の講習会を実現。2008年には延べ 1,300 人が参加、大きな成果を上げた。対研究者、大学院生用データベース講習会の先駆けとして、2009 年度は更なる質の向上と参加者の満足度アップを目指す。

トムソン・ロイターについて

- ・ 本社所在地: 東京都千代田区一ツ橋 1-1-1 パレスサイドビル 5 階
- ・ 従業員数: 全世界で 5 万人以上
- ・ WebEx 導入: 2007 年 (主に社内会議)
- ・ インターネット講習会開始時期: 2008 年 7 月
- ・ インターネット講習会 URL: <http://www.thomsonscientific.jp/training/web/>

トムソン・ロイターは、ビジネスや専門家向けの情報を提供する世界的なリーディングカンパニーである。高度な専門知識と先端技術を組み合わせ、金融・法律・税務会計・科学・医療・メディア分野の意思決定者向けに、世界で最も信頼される情報提供者としての役割を果たしている。世界 93 カ国で約 5 万人以上の従業員を抱えており、日本国内向けにも幅広く情報を提供している。

導入前の課題

もっと顧客の要望に答えるには

トムソン・ロイターは、科学・技術情報のインフォメーション・ソリューションプロバイダーとして、世界最大級の特許および学術文献情報データベース・分析システムを提供している。カスタマー エデュケーション マネージャーの矢田俊文氏は、現在主に大学・政府系や企業の研究機関に向けて学術文献・引用検索データベース Web of Science®をはじめとする様々な学術情報ソリューションのカスタマー・トレーニングを担当、ユーザーである大学・政府系や企業の研究機関に所属する研究者、学生、また図書館員、管理者等情報担当者の教育に従事。日々日本全国を回り訪問講習会を行なっている。

「講習会は実際にお客様にお会いして、意見や質問をヒアリングしながら進めます。直接お伺いして講習を行うメリットは多々あり、このスタイルは今後ももちろん継続しますが、より高いお客様満足度を目指すために新しいアプローチ方法も積極的に模索していました。」と矢田氏は言う。

「たとえば、お客様から『〇〇先生が急に参加出来なくなったし、今日はここまでにして、より詳しいトレーニングはまた来週』というような突発的なリクエストも発生する。その場合、現地の講習会では規模が大きいため、調整に時間が必要です。また、出来るだけ長時間の講習は避けたいのですが、実地講習の場合はその日のセッションですべてを話すため、おのずから長時間のスケジュールが組まれやすい。参加者の需要に合わせた内容や詳細をお話したいと思っても、頻りに訪問出来ない機関にはダイジェスト版になりやすいとい

う側面もあります。お客様の要望にもっと応えたい、もっと参加者に身近なトピックを絞った講演をしたい、ベストなサービスを提供したいと考えていました。」(矢田氏)

双方のスケジュールを調整し、一度に様々な要望を持つ多数の受講者を一堂に集める現地での訪問講習会。さらに、大学の場合は5月～7月の3ヶ月、10月～12月の3ヶ月にシーズンが集中する為、希望日程がかち合い、第一希望のスケジュールに対応ができない事も考えられる。

顧客の要望にもっと答えられる効率的な方法はないだろうか。

そこで、日本の業界では先例がなかったものの、既にトムソン・ロイター本社との社内会議で使用していた WebEx によるインターネット講習会に着目した。

「ヨーロッパ支社では2年前からユーザーに対して WebEx での講習会を行なっていました。元来ヨーロッパでは WebEx が割と日常的に受け入れられていたこともあり、ロンドンを起点にヨーロッパ各地へリモートで広めることに成功していました。」(矢田氏)

日本ではどのようにスタートしたのだろうか。

導入後の結果

顧客の要望を満たし、新規開拓も可能に

「2007年にまず製薬会社への特定顧客向け個別講習会から始めました。企業ということもあり、遠隔会議のようなツールに慣れていて比較的スムーズに受け入れていただけました。個別講習会につづき、不特定多数のユーザーを対象にした講習会も始まっています。」(矢田氏)

製薬企業向けの運用における好感触を踏まえ、対大学・研究機関エンドユーザー向けのプログラムとしての導入を検討しはじめたが、日本は他国と比べ講習会はフェイス・ツー・フェイスでと考える傾向が強く難しいのではないかと、という懸念があった。

「お客様のニーズに合わせたトピックを繰り返し提供でき、現地訪問型とは違ったメリットがあります。サービスの浸透率が上がり弊社のマンパワーも最適化されました。」

— トムソン・ロイター 学術情報ソリューション マーケティング プロジェクト マネージャー 三輪俊佳氏

「メンタル的なバリアは昨年から大分低くなってきたという実感がありますね。お客様からは様々な意見が出るかもしれませんが、サービス向上のためにとりあえずはじめてみようかと決断しました。」と、学術情報ソリューション マーケティング プロジェクト マネージャーの三輪俊佳氏は語る。3年前に比べ顧客側のネットワーク環境も向上してきたことも後押しし、2008年7月より本格的にインターネット講習会をスタートさせた。

「遠方のお客様の『また来過來て欲しい』といった要望に、違った形でお答え出来るようになりました。より回数をこなせるようになりましたし、距離的な理由で訪問がなかなか難しかった大学へも頻繁に講習会を提供出来るようになり、本当の意味での全国対応が可能になったことは大きいですね。」と矢田氏は言う。



「マーケティングとしても、より幅広く、より多くのお客様へアプローチの幅が広がったと高く評価しています。現地訪問と併用することで、より高い相乗効果が期待出来ると考えています。」(三輪氏)

インターネット講習会のスタイルは、「わかりやすく簡潔に」を心掛ける。説明のパワーポイントは数ページに厳選し、後は実際に Web of Science などデータベースを使っでのデモンストレーションが中心。アプリケーション共有とデスクトップ共有を使い、顧客の PC 上、目の前でデモができるようになった。

訪問では概要のプレゼンテーション、使用方法と説明を融合し、具体的に掘り下げるのは WebEx、といった目的に合わせた使い分けも可能になった。

導入後の効果

回数増加、セグメントに合わせた情報提供、質問の増加、他国オフィスと連携してのサービス提供開始

「岡山大学の場合は年に1日(午後と夜2回)50から100名ぐらいの方に、図書館を会場にして講習会を開催してきました。WebEx 導入後は、個別講習会と公開講習会を合わせると毎月2回以上のペースで講習会を開催しており、研究室単位の参加も増えてきました。単純計算すると、講習会の回数は導入前の20倍、参加者も倍以上です。今までは、当日会場に足を向けてくれるユーザーが主でしたが、会場と時間に拘束されない形で不特定多数のエンドユーザー対応も可能になり、よりきめ細かい説明ができることでユーザー層の敷居を下げる事が出来ました。」(矢田氏)

「研究室単位の小さいセグメントに、それぞれに合わせたトピックを提供することもできます。気軽に何度も実施できるので、浸透率も上がり現地訪問型とはまた違ったメリットを感じています。」(三輪氏)

また訪問型の場合は主に図書館等大きな場所を確保し、集合してもらう必要があったが、WebExで行なう場合は、研究室や自宅からでも受講できるというも利点の一つ。手間が省け、受講側もリラックスしてセッションを受けられる。

提供側のトムソン・ロイターとしても、新規開拓の他にも今まで移動に充てていた時間を他の講習に充てるなど、マンパワーの最適化に繋がっている。Web of Science などの製品説明にとどまらず、論文執筆・研究活動のための調査からリファレンス作成のための文献管理ツール (EndNote® Web)、最終的に自分が発表した論文を公開し、世界の研究者とつながるコミュニティサイト (ResearcherID.com) など、付加価値の高い無料ツールの講習会も頻繁に設けられるようになり、トータルソリューションとしての Web of Science の価値をより知ってもらう機会が増えた。

さらに、インターネット講習会での面白い効果として、質問の増加が上げられるという。

「テキストと音声による質問方法を使い分けていますが、以前の大人数集合型の講習会の時よりも、多くの方が積極的に、また細かな質問を沢山されますね。人前で手を挙げる必要が無いからか質問がしやすいようです。WebEx で初めて受けられる方は大抵、システムも面白かった、こんな講習会があるんですねと感想を述べられるので、そういった楽しさも手伝っているかもしれませんね。」と矢田氏は語る。

また録画のオンデマンド配信では、当社独自の工夫を施している。当初は40分のセッションをストリーミングで提供していたが、調査の結果面白いことに殆どの視聴者が13分30秒前後に止めてしまうことが WebEx の視聴記録から判明した。その為現在は13分毎に節目をつくるような構成にし、細かく区切って配信している。

「ライブでは40分間聞いてくださるのにオンデマンドでは13分30秒で止めてしまうというのはなんとも不思議で興味深い現象です。同じ内容でも臨場感があるか無いかで違ってくるんだなと実感しています。」(矢田氏)

また中国やシンガポールのオフィスから日本国内にいる中国人研究生を対象に中国語で講演会を配信する試みも新たにスタート、好評を博している。

今後の展開

昨年度の倍、2,600人へのインターネット講習会提供を目指す

「大々的にインターネット講習会をスタートさせて1年が経ちました。2008年は50回実施し、100機関、述べ1,300人にご参加いただくことができましたが、2009年は参加者数を2,600人、倍を目指していきたいと考えています。音声品質の向上など、これからもお客様にベストなサービスを提供するための改善を続けるとともに、今後は更に多くの方々に WebEx でお目にかかりたいと思っています。WebEx のインタラクティブな機能を活用して、内容の充実も図っていききたいですね」と矢田氏は今後の抱負を語った。

「マーケティング、営業としてもインターネット講習会のご案内など、積極的に後押ししていきたいと考えています。」(三輪氏)

今後も、WebEx で、より多くの研究者、学生にインターネット講習会を提供し、更に効率的な事業展開を推進していく。