

AvePoint Japan 株式会社 様

国内におけるブランド認知の向上、顧客基盤の拡大に向けて、高品質なコンテンツ制作サービスでマーケティング戦略を加速



会社名

AvePoint Japan株式会社
(AvePoint Japan K.K.)

設立年月日

2008年6月3日 (平成20年6月3日)

本社所在地

〒108-0074
東京都港区高輪 4-10-18
京急第一ビル 11 階

URL

<https://www.avepoint.com/jp>

業種

ソフトウェア業

事業内容

ソフトウェアの販売
ソフトウェアの販売に付随する各種サービスの提供

導入サービス

- 顧客導入事例制作
- ソリューションカタログ制作

導入効果

- コンテンツの品質が飛躍的に向上
- コンテンツの継続的な制作体制の確立
- マーケティング担当者の負荷軽減
- コンテンツマーケティング戦略の加速
- 顧客との信頼関係の強化



Microsoft 365に代表されるクラウドサービスへのデータ移行やセキュアな運用管理を支えるソリューションを通じて、グローバルで数々の実績を誇るAvePoint。同社の日本法人であるAvePoint Japan株式会社にとって継続的な課題となっていたのが、これらの実績を国内の潜在顧客にアピールするためのコンテンツマーケティング戦略でした。そこで同社はSEデザインのサービスを採用し、顧客導入事例など高品質なコンテンツの制作体制を刷新すると同時に、外部への発信を通じて顧客基盤の拡大に取り組むなど、さまざまな成果を生み出しています。

国内の潜在顧客のニーズを先取りするコンテンツマーケティング戦略の再構築

米国に本社を置き、欧州や中国、オーストラリア、中東、アフリカなどの拠点を通じて、クラウドサービスの利用に伴うさまざまな課題を解決するソリューションを提供し、グローバルでも高く評価されるAvePoint。とりわけ同社はMicrosoft 365に関する豊富な実績を誇り、日本においても2008年にAvePoint Japan株式会社を設立して以来、加速するクラウドシフトを追い風に着実にビジネスを拡大してきました。

こうした同社にとって継続的な課題の1つとなっていたのが、日本の市場におけるブランド認知の向上と、そのための情報発信でした。同社のマーケティングマネージャーを務める曹燕櫻氏は次のように話します。

「当社はグローバルでの実績の反面、日本国内でのブランド認知はまだ十分とは言えません。

お客様導入事例などを使った情報発信も国内のマーケティング課題を踏まえた施策の一環ですが、社内のリソースに依存した制作体制など、いくつもの課題がありました」

また、同社では外資系企業ならではの課題もあったといいます。それまでの営業活動で活用されてきた顧客導入事例は、海外で制作されたコンテンツの翻訳が多く、企業風土や商習慣の異なる市場で生まれたこれらの事例は、日本国内の潜在顧客に対するアピールとしては限界がありました。

「実際、営業の現場からも『もっと日本の課題に即した導入事例を作ってほしい』という要望が寄せられていたことから、外部への委託も含めて、質の高いコンテンツを継続的に制作・発信していくためのコンテンツマーケティングの新たな仕組み作りについて、具体的な検討を開始しました」

ITソリューションに関する豊富な 知見、高品質なコンテンツ制作の ノウハウを評価

AvePoint Japanでは、複数の委託先候補から募った提案を比較検討した結果、最終的にSEデザインのコンテンツ制作サービスの採用を決定しました。選定のポイントについて曹氏は次のように振り返ります。

「費用感だけで見ると、かなりリーズナブルな提案もあったのですが、SEデザインに関しては、日本マイクロソフトのお客様導入事例の取材に同行した際に実際の仕事ぶりを見たことがあり、コンテンツの品質を含めてサービスの信頼性が高いと判断しました」

加えて、AvePointが提供するデータ管理などのソリューションは、エンタープライズITの専門的な知識が要求される領域です。この点でも、クラウド上でのデータ管理についての基本的な理解があり、その上でインタビューを通じて顧客から生の声を引き出して記事化するSEデザインのサービスは、同社が求める要件を満たしていました。

日本発の顧客導入事例の制作を 通じた社内コミュニケーションの 活性化

SEデザインのサービスを利用した本格的なコンテンツ制作は、2022年6月からスタートしました。すでに国内のエネルギー企業を含めた6社の導入事例、また自治体・公共団体といったパブリックセクター向けのソリューションリーフレットの制作が完了し、営業の現場で活用されています。

「お客様も交えた導入事例制作の進行については、私もわからないことが多かったのですが、こちらがお客様から引き出したいポイントをSEデザインの制作ディレクターに伝えたところ、すぐにインタビューで使うヒアリングシートにまとめて提示してくれました。本番の取材でも、お客様をうまくリードしながらコメントを引き出す話術は、やはり豊富な取材経験がなせる業だと感じました」

新たな制作体制の中で日本発の顧客導入事例が生まれたことに加えて、同社が重要なター

ゲットとして位置づけているパブリックセクターにフォーカスした提案資料ができたという点でも、大きな意義があると曹氏は話します。

「特にパブリックセクターの場合、日本の法律や業界独自の商習慣もあることから、今回のリーフレットは当社のソリューションをより具体的に理解いただくための貴重な資料になるはずで、これをきっかけに、マーケティングチームとしても営業チームをさらに強力にバックアップしていきたいと考えています」

また、曹氏は当初は想定していなかった成果として、社内のコミュニケーションの活性化を挙げます。マーケティングチーム内で完結していた海外事例の翻訳・編集作業とは異なり、国内の顧客導入事例の制作においてはマーケティングチームと営業チームの連携が不可欠です。

「1つの事例制作が社内横断的なプロジェクトとなり、部門を超えたコミュニケーションが生まれたことは予想外の変化でした。すでに『次はこの業界の顧客事例を制作したい』といった要望が営業チームから寄せられるなど、コンテンツマーケティングの強化に向けたPDCAサイクルが生まれつつあります」

顧客導入事例のメディア展開も 視野にマーケティング戦略を さらに強化

日本市場におけるブランド認知の向上、マーケティング戦略の強化を支える新たな制作体制が整ったことを受けて、AvePoint Japanは今後もSEデザインのサービスを活用しながら、同社のソリューションの価値を積極的に発信していく考えです。

「個々のお客様事例は制作して終わりではなく、インターネット媒体などを使ったメディア戦略を通じて、さらにその価値を発揮できるはずで、また、将来的にはユーザーコミュニティのようなお客様同士のコラボレーションを活性化する情報ライブラリーになっていく可能性もあります。実際、事例制作にご協力いただいたお客様の中には、AvePointが主催するイベントなどにご登壇いただくなど、信頼関係の強化にもつながっています。こうした展開も含めて、SEデザインには引き続き新たな提案やサポートを期待しています」

2022年度は日本マイクロソフトが主催する「マイクロソフト ジャパン パートナー オブ ザ イヤー 2022」において「Global Independent Software Vendor (ISV)」を受賞するなど、日本市場におけるプレゼンスをますます高めつつあるAvePoint Japan。SEデザインのサービスはコンテンツマーケティングを通じた同社のビジネスの成長において、今後もさらなる価値を提供していきます。

「本番の取材でも、インタビューに慣れていないお客様をうまくリードしながらコメントを引き出す話術は、やはり豊富な取材経験がなせる業だと感じました。こうしたノウハウには、私たちのマーケティングチームにとっても参考になるものです」



AvePoint Japan株式会社
マーケティングマネージャー
曹 燕櫻 氏