



はじめてのセールスフォース・ドットコム

～基調講演に向けて～

株式会社セールスフォース・ドットコム



Forward-Looking Statement



Statement under the Private Securities Litigation Reform Act of 1995

This presentation may contain forward-looking statements that involve risks, uncertainties, and assumptions. If any such uncertainties materialize or if any of the assumptions proves incorrect, the results of salesforce.com, inc. could differ materially from the results expressed or implied by the forward-looking statements we make. All statements other than statements of historical fact could be deemed forward-looking, including any projections of product or service availability, subscriber growth, earnings, revenues, or other financial items and any statements regarding strategies or plans of management for future operations, statements of belief, any statements concerning new, planned, or upgraded services or technology developments and customer contracts or use of our services.

The risks and uncertainties referred to above include – but are not limited to – risks associated with developing and delivering new functionality for our service, new products and services, our new business model, our past operating losses, possible fluctuations in our operating results and rate of growth, interruptions or delays in our Web hosting, breach of our security measures, the outcome of any litigation, risks associated with completed and any possible mergers and acquisitions, the immature market in which we operate, our relatively limited operating history, our ability to expand, retain, and motivate our employees and manage our growth, new releases of our service and successful customer deployment, our limited history reselling non-salesforce.com products, and utilization and selling to larger enterprise customers. Further information on potential factors that could affect the financial results of salesforce.com, inc. is included in our annual report on Form 10-K for the most recent fiscal year and in our quarterly report on Form 10-Q for the most recent fiscal quarter. These documents and others containing important disclosures are available on the SEC Filings section of the Investor Information section of our Web site.

Any unreleased services or features referenced in this or other presentations, press releases or public statements are not currently available and may not be delivered on time or at all. Customers who purchase our services should make the purchase decisions based upon features that are currently available. Salesforce.com, inc. assumes no obligation and does not intend to update these forward-looking statements.

アジェンダ

1. セールスフォース・ドットコムとは

ミッション、会社概要、Salesforceの特長

2. サービスについて

製品紹介、活用支援、拡張

3. B2B向け

具体的な活用イメージ

4. B2C向け

製品紹介、お客様活用事例



1. セールスフォース・ドットコムとは



1999年



なぜ業務ソフトウェアは
Amazonのように
簡単に使えないのか?

参入領域はCRM

3つの新しいモデル

esforce

従来のCRM市場

顧客 関係 管理

Customer Relationship Management

導入に成功すれば
高い収益があり
経営インパクトが大きい

しかし、ハードウェアが高価で
失敗事例が多かった

新しい**技術**モデル
インターネットサービス

新しい**ビジネス**モデル
利用に対する課金

新しい**学習**モデル
オンラインラーニング



ビジネスと社会貢献を両立



#1

FORTUNE '100
BEST COMPANIES
TO WORK FOR®' 2018



People

「社会貢献に取り組む
企業TOP50社」第1位

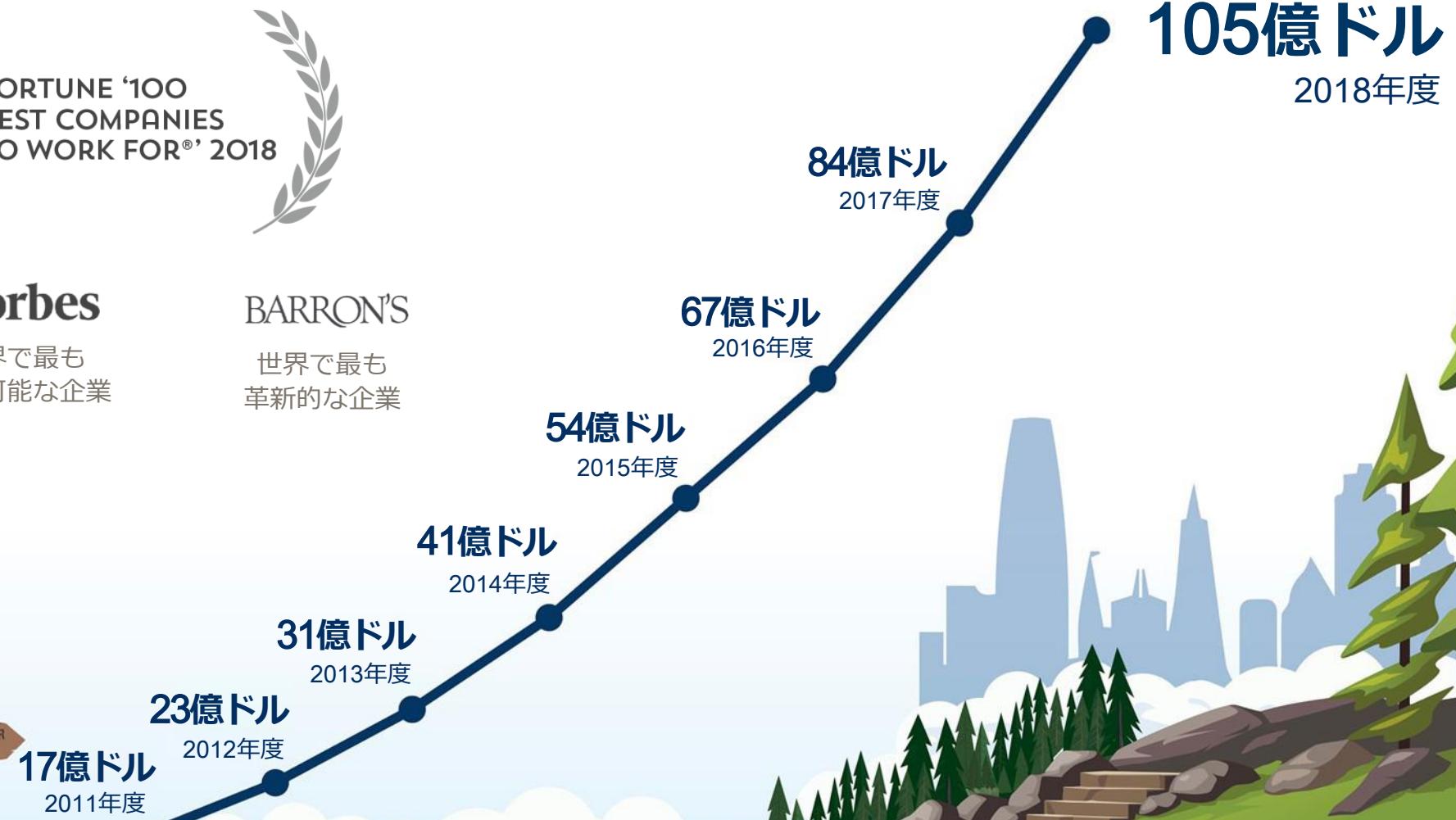


Forbes

世界で最も
持続可能な企業

BARRON'S

世界で最も
革新的な企業



・2018年度と2017年度の売上は、
新しい収益認識基準ASC 606
に従い再計算。
・それ以前の会計年度について
は、ASC 605を適用。



働き方を進化させる革新的な取り組みをSalesforceが支える

PASONA

お客様の変化を素早く捉えSalesforceと物流の未来を創造

TOYOTA
自動車技術研究所

新サービスの開発期間を3分の1に短縮、反響数は6か月で2.5倍に！

ソニー不動産

社員1人当たりの生産性が2年で1.4倍、売上は2年で1.2倍に！

LM
LM INNOVATION

メール配信工数削減と優良見込み客創出で受注数が2年で一気に10倍

feedforce

急成長中のフィンテックベンチャーのビジネスをSalesforceが強力

Crowdcredit

きめ細かな社内連携およびお客様へのサービスが可能に

津屋

時代をリードするライフスタイル&コミュニティを提案

NTT Communications

Salesforceでシームレスなグローバル営業力を強化

様々な規模・業種・地域のお客様にてご活用

(150社を超える顧客事例を弊社Webサイトでご紹介)

<http://www.salesforce.com/jp/customers/>



コールセンター向け顧客管理システムをSalesforceで刷新

MONEYKIT

ソーシャルリスニングでお客様の声を聞き、サービスへ反映

楽天Edy

Salesforceのプラットフォームを活用し不動産業界に革新

LIFULL

建築業界独特の業務フローに対応させ、更なる仕組みを可視化

浪井計画

ブラックボックス化した業務を可視化し、1か月で生産性20%アップ

GOAL

きめ細かなフォローで潜在顧客を取り込み、メール配信の劇的

AXIS

Salesforceを基盤としたシステム開発で行員の働き方改革に貢献

HUGO HIGUCHI & UJI開発

Salesforceの導入は『コスト』ではなく、もっとも賢い『投資』

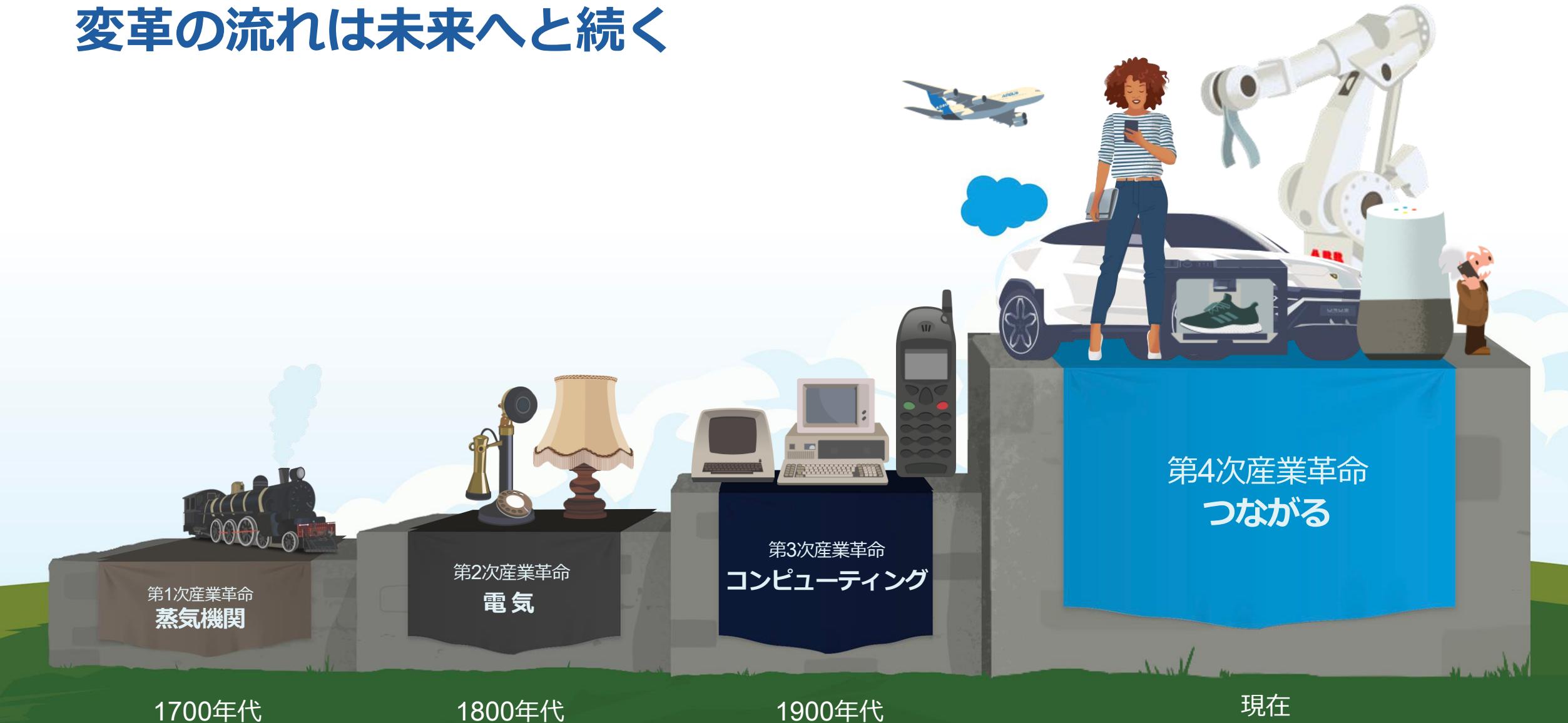
BIZREACH

お客様との絆をエンジンに地域に根ざしたサービスを提供

エムズクラウド

ekbs.cloud

変革の流れは未来へと続く



クラウドは成功への最短ルート

エンタープライズクラウドコンピューティング



スピーディ

イノベーション

オープン

簡単

信頼



ハードウェア不要
ソフトウェア不要
ROIの迅速な実現

柔軟
自動アップグレード
継続的な機能強化

あらゆるデバイスに対応
APIファースト
データを移植可能

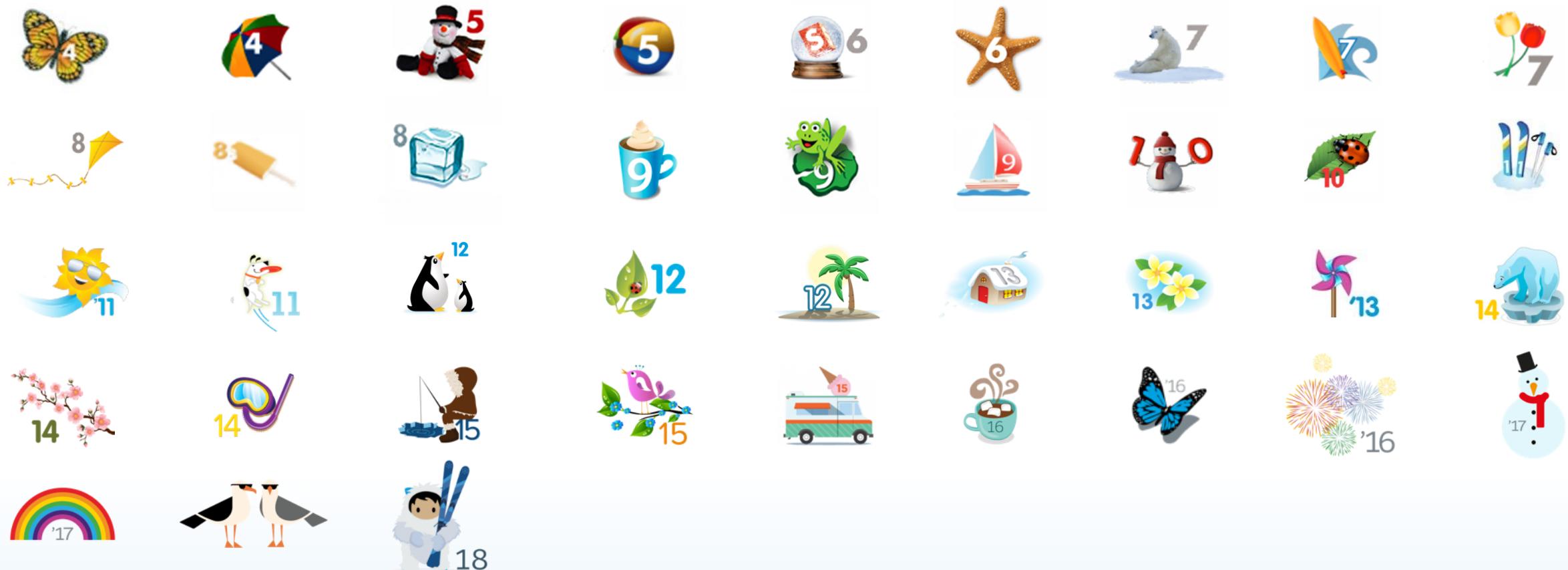
従量課金モデル
リアルタイムのカスタマイズ
AppExchange

セキュリティ
透明性
優れた拡張性



イノベーション一年3回のバージョンアップ

シームレスな自動アップグレード



バージョンアップの数
54

カスタマイズ設定や
インテグレーションも
自動アップデート

お客様のコミュニティが
機能拡張のアイデアの源泉

コアバリューにもとづく活動



1-1-1モデル



就業時間の1%



株式の1%



製品の1%

320万時間

を超える地域貢献活動

2億3,000万ドル

を超える助成金

3万7,000

のNPOや教育機関に
ライセンスを無償提供

Pledge
1%

2. サービスについて



中心に顧客情報



企業



サポート



営業



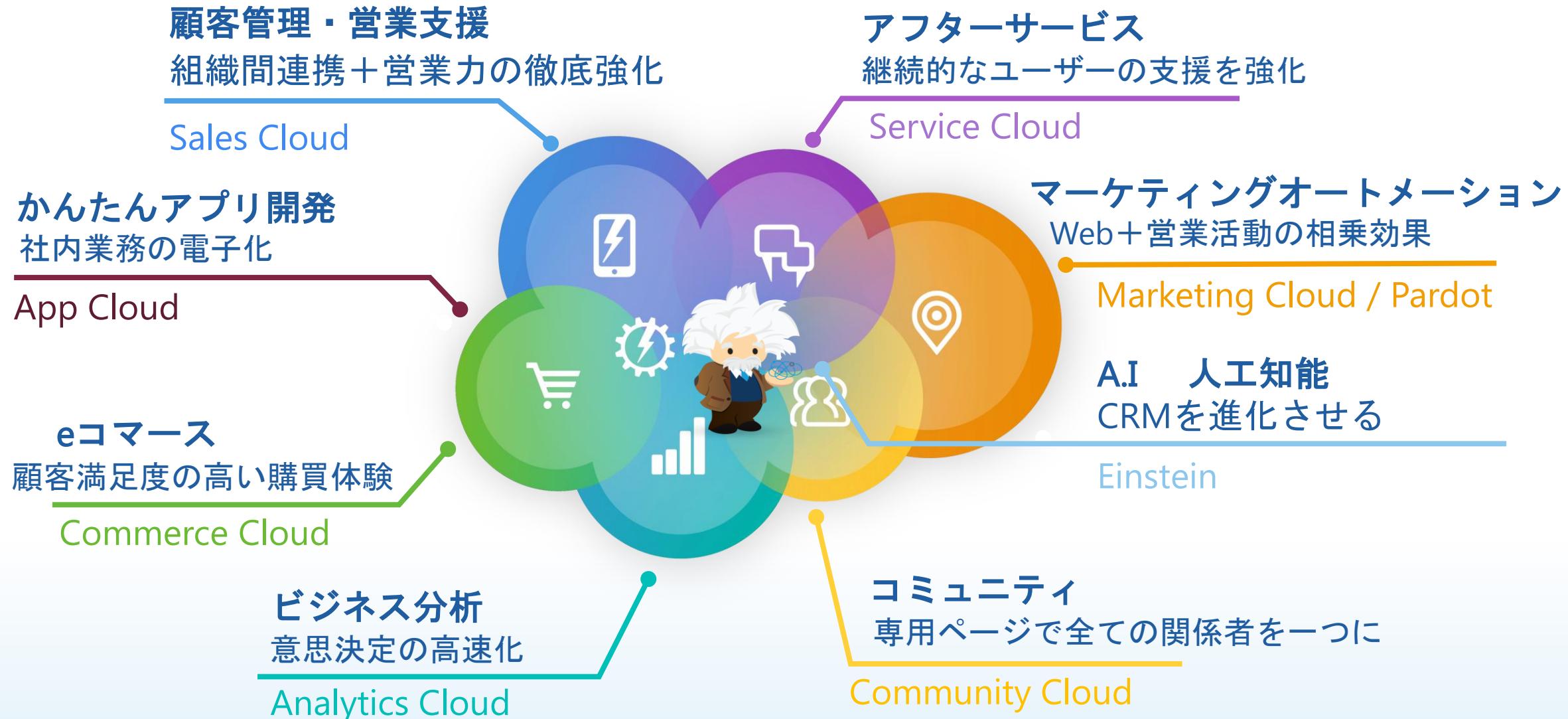
マーケティング



顧客接点



Customer Success Platform



B2B向けアプリケーション

企業情報を中心としてマーケティングから社内の情報共有までカバー



B2C向けアプリケーション

顧客情報を中心としてマーケティングからアフターセールスまでカバー



B2B

B2C

Salesforce platform

CRMの基盤となるSalesforce platform

AIやオンライン学習ツールでB2B・B2C双方のアプリケーションを強化



B2B

B2C

Salesforce platform



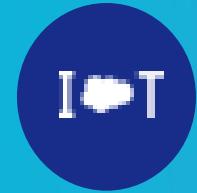
TRAILHEAD



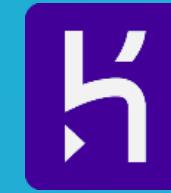
EINSTEIN



LIGHTNING



IOT



HEROKU



ANALYTICS



APPEXCHANGE

SALEFORCE PLATFORM

Einsteinが、スマートなCRMアシスタントに

世界No.1のCRMプラットフォームに搭載



Einstein

30億以上
1日あたりの予測件数

お客様のビジネスの成功のために



実績のある会社・サービス
ビジネスモデル

参考になる
豊富なお客様事例

成功確率を高める
導入・定着支援体制



15万社が活用中で解約率は1桁
年間3回の継続的な機能追加
高いセキュリティと運用実績

業種・規模を問わない豊富な事例
イベントでのお客様登壇
活発なユーザー会



オン・オフラインの定着化支援
全国のパートナー企業
活用状況診断

3. B2B向け



4. B2C向け



B2C向け

アジェンダ

1. Marketing Cloudとは
2. お客様活用事例

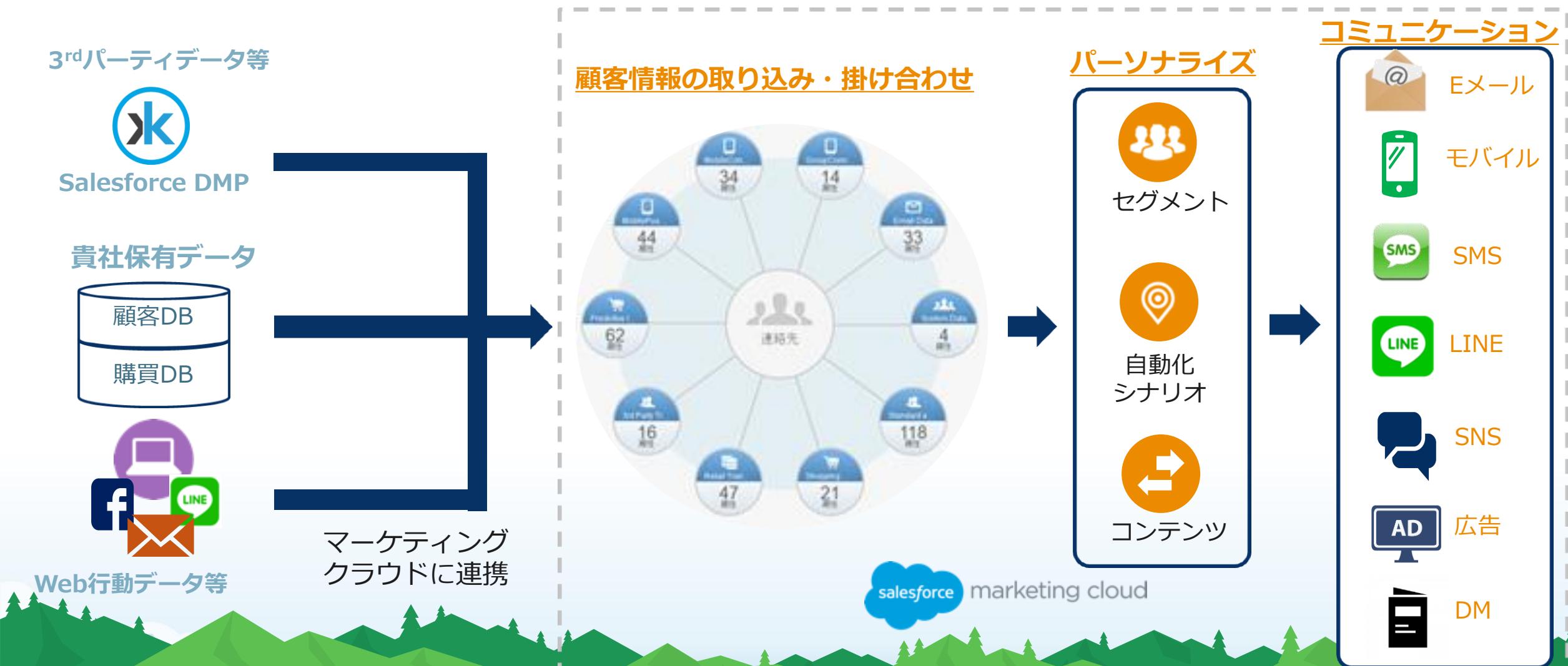


Marketing Cloudとは

Salesforce Marketing Cloud



- ① 顧客データの掛け合わせで価値ある顧客プロファイルを生成 → “お客様を知る”
- ② パーソナライズされた情報をもとに顧客起点のジャーニーを発動 → “ご興味のある内容をタイムリーに提供”
- ③ あらゆるチャネルで顧客とつながる → “お客様の目につきやすい方法でご案内”



Salesforce B2C CRMの全体像

～すべてのタッチポイントと顧客情報を補足し、360°でユーザーを捉える～



お客様活用事例

国内外業種別ユーザ事例

金融

Bank of America

citi

三井住友カード株式会社

RBC

りそなグループ

アパレル

BEAMS

A D A S T R I A

SUITSUPPLY

SHIPS

adidas

メディア

RECRUIT

21ST CENTURY FOX

hulu

LIFULL

GDO

Eコマース

watashi
by shiseido

FELISSIMO

ENOTECA
For All Wine Lovers

MAGASEEK

crocs™

ブランド

Sanrio

L'ORÉAL

SONY

PORSCHE

他

J!NS

ROBOKO

RIZAP

ASTON MARTIN

MIZUNO

顧客中心のコミュニケーションでは、
お客様がアイテムにトキメいた瞬間を
キャッチすることが重要です。

株式会社アダストリア CRM推進部
シニアマネージャー 高橋 朗 氏



店舗での仮会員から本会員への引上げ率が10%増、CVRは2倍以上に

- 店舗とECサイトの会員顧客IDを統一し、購入前から購入後までの顧客体験をフォロー
- 情報鮮度と顧客行動でLINEとメールを使い分け
- メールによるCTRは2倍以上に、CVRも2倍以上の成長

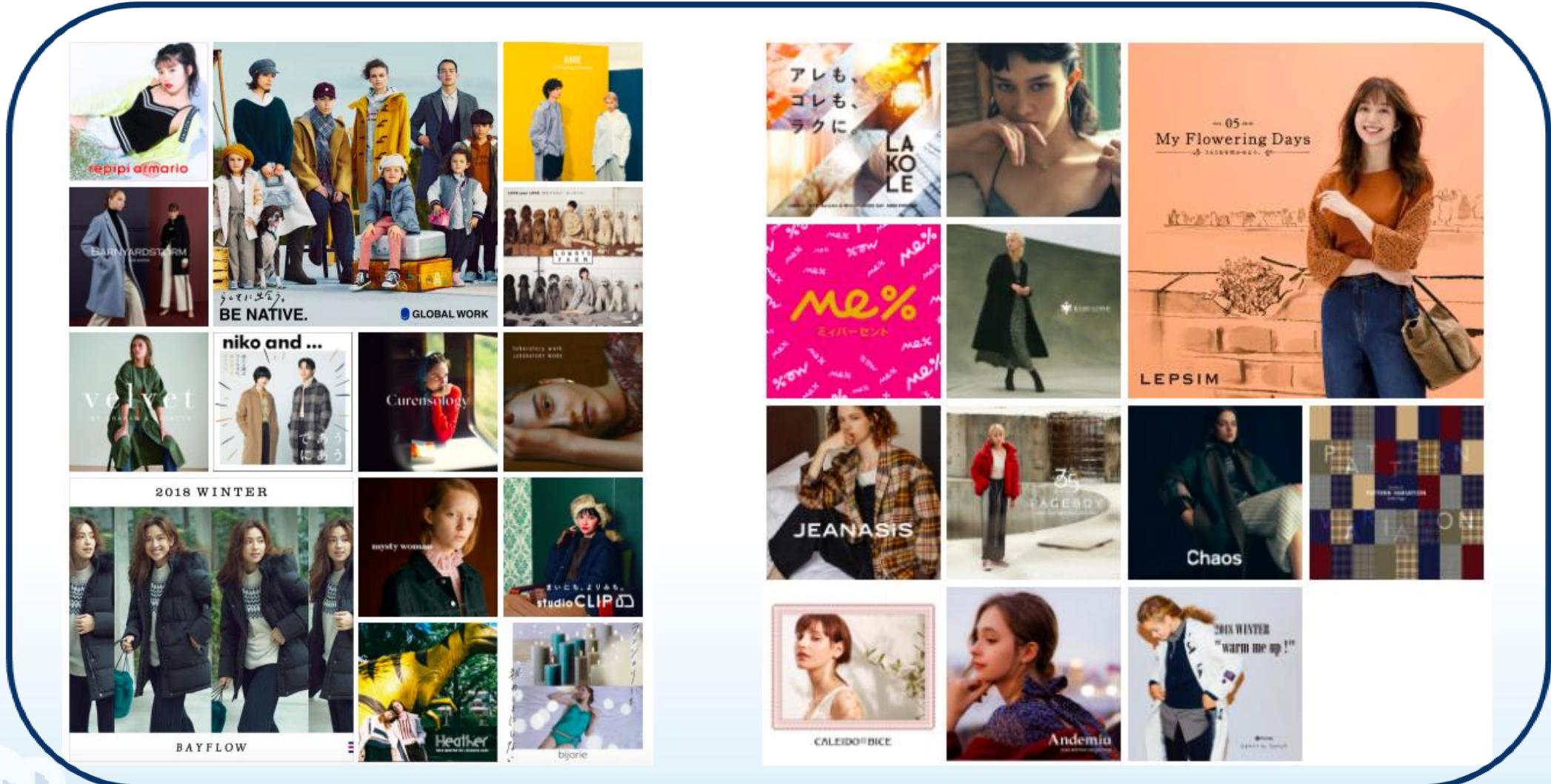


アダストリアは「nico ando」「ローリーズファーム」など17ブランドを国内1440店舗、海外104店舗で展開
グループ売上1000億円以上 (モールも含めたEC化率は210億円 / 3年で2.3倍に拡大)

アダストリアのビジネス



～「GLOBAL WORK」「LOWRYS FARM」等、25を超えるブランドを展開～

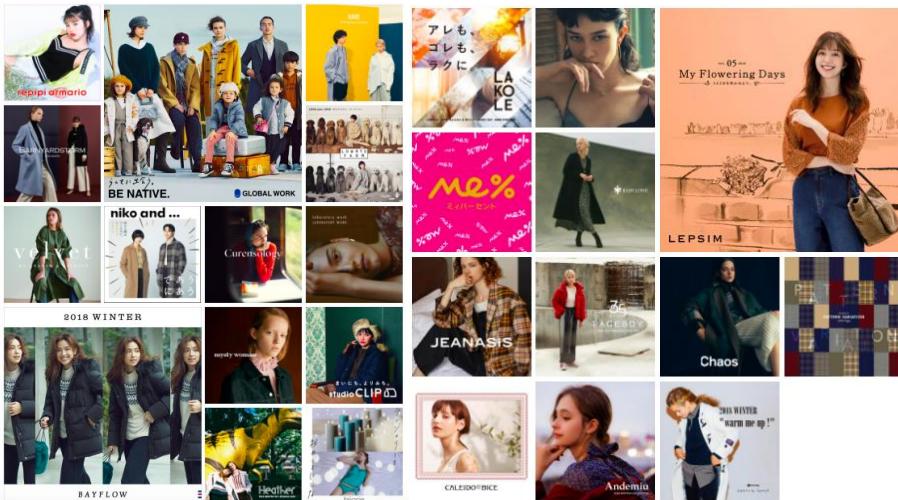


これまでのアダストリアのマーケティング施策



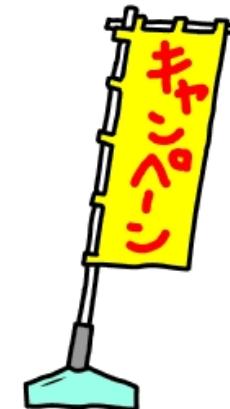
～ブランドごとに分断された形でお客様にアプローチ～

それぞれのブランド



それぞれのプロモーション

- ・キャンペーン
- ・新商品入荷
- ・セール情報など

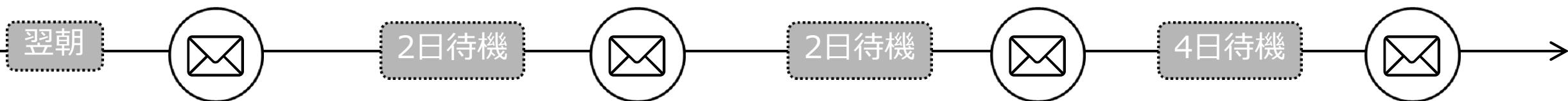


それぞれのブランドが自分のタイミングで
お客様に一方的なメッセージを配信していた（企業目線のアプローチ）

(例) 仮会員→本会員



持っている特典や、会員登録すると良い事、
会員だと使える機能などメリットを伝えて登録を促すシナリオ



本登録をするとおトクな特典

500円クーポンを含む3つの特典

ポイント失効まであと5日

明日保有ポイントが失効



カスタマージャーニーの有効性

～「仮会員→本会員」ジャーニーの実際の効果～



仮会員のお客様に対してシナリオを組んだメッセージ配信を行ったお陰で、本会員登録件数が**10%改善**

セールスフォース・ドットコムとは



クラウドCRMで世界最大のベンダー
お客様の成功と共に大きく成長している

A large, stylized blue cloud shape containing the word "salesforce" in white lowercase letters.

thank you

