

Salesforce 認定テクニカルアーキテクト

レビューボードシナリオ

Clean Bikes



TRAILHEAD ACADEMY

CONFIDENTIAL

目次

プロジェクトの概要	3
新しいディーラーとの取引開始	3
ディーラー管理	4
カスタマーサービス	5
セキュリティ要件	6
レポート作成要件	7

プロジェクトの概要

Clean Bikes (CB) は、排ガスゼロのバイクを製造する大手メーカーです。独占販売権を持つ世界中のディーラーがバイクを販売しています。CB 社はバイクアクセサリーを販売し、顧客にカスタマーサービスを直接提供しています。

CB 社はカナダに本社がありますが、8 か国にサテライトオフィスを展開し、30 地域のディーラーと顧客をサポートしています。同社は約 1 万社のディーラーと提携し、これまで約 400 万人の顧客にバイクを販売しました。今後 18 から 24 か月でディーラーと顧客の数が 25% 増加すると予想しています。

CB 社では、販売プロセス、カスタマーサービス、認証ありポータル管理に 3 つの異なるシステムを使用しています。同社は、この 3 つのシステムをすべて廃止し、Salesforce プラットフォームに統合することを決定しました。CB 社では、Salesforce プラットフォームで英語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、ロシア語、アラビア語、日本語に対応することも求めています。

CB 社では、以下のユーザグループが Salesforce プラットフォームを操作することを考えています。

- **チャネルマネージャ** – 新しいディーラーと取引を開始し、既存のディーラーと連携して、CB バイクの新型モデルを購入してもらい、現行モデルを売り払う。チャネルマネージャは地域レベルで管理される
- **カスタマーサービス担当者 (CSR)** – 顧客から寄せられる質問/問題の処理を担当する。CSR は地域別にまとめて管理される。ただし、顧客が怪我をした場合の問題に対処する CSR グローバルグループは例外である
- **ディーラー** – 最終顧客に直接バイクを販売し、場合によっては顧客の質問/問題の対応をサポートする。各販売代理店は、オーナー、販売マネージャ、販売員で構成される
- **顧客** – バイクおよびバイクアクセサリーを購入する最終顧客

新しいディーラーとの取引開始

CB 社の販売成長戦略の 1 つが、自社のバイクを販売できるディーラー数を拡大することです。同社は Salesforce を使用して、以下の手順で新しいディーラーと迅速に取引を開始したいと考えています。

- 新規販売代理店申請を作成する Web ページをディーラー候補に提供して、以下のような情報を収集する
 - 名前、住所、Web サイト、法人番号など、販売店に関する詳細。住所の形式は入力時に検証する必要がある
 - 販売代理店候補のオーナーの氏名と連絡先情報
 - 最初の 2 年間に代理店が販売を希望しているバイク車種と車種ごとの台数

- 申請が送信されると、チャネルマネージャが販売代理店の郵便番号に基づいて関連付けられ、関連付けられたことがそのチャネルマネージャに通知される
- チャネルマネージャは手作業で信用調査を行い、販売代理店候補のオーナーに連絡する
 - 信用調査に合格し、チャネルマネージャが電話の内容に満足した場合、チャネルマネージャが状況を更新すると、以下が行われる
 - CB 社の販売代理店契約書が、電子署名してもらうためにディーラーのオーナーに自動的に送信される
 - オーナーが契約書に署名すると、自動的に署名されたことが申請に記録され、チャネルマネージャに通知される
- 電話がうまくいかなかった、または信用調査に失敗した場合、チャネルマネージャは申請を上司にエスカレーションして確認してもらうことができ、以下のことができる
 - リスクを受け入れる。電子署名してもらうために CB 社の販売代理店契約書が送信される
 - リスクを拒否する。申請の状況が更新され、販売代理店オーナーにメールが送信される
- 契約書が電子署名されると、チャネルマネージャは、その新規販売代理店、販売代理店オーナー、さらに販売代理店が一定台数のバイクを購入する潜在的誓約として、別個のレコードを簡単に作成できる必要がある

ディーラー管理

CB 社と販売代理店の提携では、代理店が 1 年単位でさまざまなバイクのモデルと数量を購入することを合意します。さらに、CB 社の経営陣は、チャネルマネージャがバイクの割引を過度に行うことがないようにしたいと考えています。同社では、以下の機能を提供する Salesforce を検討しています。

- チャネルマネージャが、契約案の作成、最初の会話から正式な署名までのさまざまなフェーズの追跡を行うことができる
 - 収集するフェーズと情報は地域によって異なり、CB 社では Salesforce にそれをサポートする仕組みを提供してほしいと考えている
 - 各フェーズで、フェーズに関する具体的な手引きがチャネルマネージャに表示される必要がある
- 地域レベルで、管理者が、開発者の手を借りることなく、以下を設定できる
 - バイクの最低販売価格を守らせる
 - 平均割引率が特定のしきい値に達しないように抑える

- 販売代理店が 1 年に特定の価格で一定台数のバイクを購入することを誓約している場合でも、代理店は、その契約年内の購入台数を毎月均等にしないでよい権利を有している。CB 社は、各販売代理店の販売マネージャが、Salesforce 内で以下のようなスケジュールを作成できるようにしてほしいと考えている
 - 販売マネージャは、Salesforce でできるだけ少ないクリック数で毎月のリクエスト台数を入力できる
 - 月ごとの台数の合計が、合意した年間台数を下回ることがないように自動的に調整される
 - 販売代理店が必要な年間合計台数を増やした場合は、以下が行われる
 - ・ チャンネルマネージャに対して、CB フルフィルメントが注文を履行できることを確認する ToDo が作成される
 - ・ 履行できる場合、正確な台数と価格を反映するように契約が自動的に更新される必要がある
- 時折、販売代理店が 1 人の顧客に対して 1 回の取引で 10 台以上のバイクの一括販売を推進することがあり、CB 社ではこうした案件で販売代理店を監視および連携して、以下をできるようにしたいと考えている
 - 特定のバイクモデル機能とフルフィルメントの質問で協力する
 - メーカーの希望小売価格（MSRP）からの割引が、地域別に設定されている特定のしきい値を超える場合、割引を承認する
 - 一括販売案件で収集される情報は、チャンネルマネージャによる通常の販売推進と異なり、Salesforce のユーザインターフェースはこの違いを考慮する必要がある

カスタマーサービス

CB 社の差別化ポイントの 1 つが、カスタマーサービスの初期の問題を直接処理することです。CB 社の顧客は年間約 10 件の問題を提出します。CB 社では、Salesforce を使用して以下ができるようにしたいと考えています。

- 電話、Web、またはメールによる質問/問題を記録し、問題のカテゴリと稼働状況に基づいて、顧客の地域の CSR に問題を転送できる
 - 怪我に関連する問題は例外で、CSR グローバルチームに転送され、処理される
- 規定期間内に問題の確認が行われない場合、地域のマネージャに警告が送られ、問題の解決を支援できるようにする

- 販売代理店からバイクを購入した顧客は、基本サービスプランに自動的に登録されるが、以下のよう
な追加特典が得られるプレミアムまたはスペシャルの 2 つのプランのいずれかを購入することができる
 - 質問/問題が記録されてからの応答時間が短縮される
 - 電話番号を認識すると、電話キュー内の優先度が高くなる
- 認証ありポータルを提供し、顧客が以下のことができるようにする
 - CB 社の他の顧客や CB 製品の専門家とコラボレーションする
 - 質問/問題を記録する
 - CB バイクに関する記事やマニュアルのほか、バイクのメンテナンス、性能調整、バイクの全体的な安全性などのトピックを検索して読む

セキュリティ要件

- チャンネルマネージャは、所属地域の販売代理店と販売代理店の従業員のみを参照でき、担当の販売代理店と販売代理店の従業員のみ変更を行うことができる
- 新規販売代理店申請は、その申請に割り当てられたチャンネルマネージャとその上位の管理者にのみ表示される
- 通常、販売推進は販売代理店に割り当てられたチャンネルマネージャが管理するが、複雑な案件の場合、チャンネルマネージャは、案件サポートスペシャリストを参加させ、スペシャリストは案件へのフルアクセス権が必要である
- 販売代理店の法人番号は、チャンネルマネージャとその上位の管理者にのみ表示されるべきであり、不注意で法人番号にアクセスされることがないようにあらゆる努力を払う必要がある
- CSR は世界中のすべての質問/問題を参照できるが、対応できるのは所属地域の質問または問題のみで、怪我の問題は除外される必要がある
- 販売代理店の販売マネージャと販売員は、バイクを購入した顧客および自分の販売代理店から提出される保証に関するすべての質問/問題を参照できる必要がある
- 販売代理店に割り当てられている販売代理店オーナーとチャンネルマネージャは、その販売代理店のすべての一括販売案件に対応できる必要がある
- 顧客は、自分がメール、Web、またはオンラインチャットで提出したすべての問題を参照できる必要がある
- チャンネルマネージャは、販売代理店で働く個人に関するフリーテキストのメモを保存する。これらのメモは、その個人にアクセスできる他のチャンネルマネージャのみ参照できる必要がある

レポート作成要件

- チャンネル販売管理チームは、目標を達成できなかったチャンネルマネージャ、目標を 10% を超えて達成したチャンネルマネージャをすべて毎月通知するように求めている
- また、CSR 管理チームは、サポートの平均通話時間、問題の平均期間、最大の問題のカテゴリなどの指標に加えて、バイクの搭載コンピュータで問題が発生するたびに、搭載コンピュータで生成され、各バイクから送信されるエラーコードのトップ 5 も確認したいと考えている。各バイクは、年間約 100 個のエラーコードを生成する