



見えるコミュニケーション

V-CUBE

社外セミナー

新規顧客獲得

3000名～

情報通信

お客様
導入事例

V-CUBEセミナーを利用して、大塚商会が提供している製品やソリューションを紹介するオンラインセミナーを実施しています。

3年間で約200本のセミナーを実施し、 のべ約7,000名の方にご参加いただきました。

株式会社大塚商会様

課題

- セミナー実施回数を増やして、お客様にアプローチしたいが、集客や運営にコストや人的リソースがかかる
- セミナー会場に出向くのが困難なお客様にもセミナーを受講してもらいたい

用途

- さまざまなテーマや製品・サービスを紹介するオンラインセミナー（主に専用スタジオからの中継）
- 東京会場などで開催している会場開催型セミナーの生中継
- 社員同士のフリートーク形式の番組（相談コーナー）の配信

選定要件

- オンラインセミナーに必要な機能が標準で網羅されている
- クラウド型サービスであり、準備が短期間で済む
- 受講者が特別な準備をしなくてもセミナー受講ができる
- 充実したサポート体制が整っている

評価

- 地域や規模（参加人数）を気にすることなく、セミナーを企画することができる
- セミナー運用の負荷がかからないので、実質1人体制で開催可能
- 顧客の反応や動向をよりリアルに受け止めることができる
- オンライン型の開催により、遠隔地への新しい商流を確立、顧客満足度の向上も実現

社名 株式会社大塚商会

事業内容 ●システムインテグレーション事業
／コンピュータ、複写機、通信機器、
ソフトウェアの販売および受託ソフトの開発など
●サービス＆サポート事業
／サプライ供給、保守、教育支援など

URL <http://www.otsuka-shokai.co.jp/>

所在地 東京都千代田区飯田橋2-18-4

従業員数 従業員数 6,684名
(連結子会社を含めた従業員数 8,185名)
※2011年12月末日

昭和36年の創業以来一貫して、企業の情報化、業務効率化を支援。特定のメーカーにとらわれないマルチベンダー対応とオフィス用品からIT機器全般まで幅広く提供するマルチフィールド対応により、ワンストップソリューションとワンストップサポートを推進している大塚商会。「システムインテグレーション事業」と「サービス＆サポート事業」の2つの事業を柱に、顧客のビジネスチャンスの獲得やコスト削減・生産性向上・競争力強化といった課題や要望に対する解決策を提供している。(所在地：東京都千代田区)。

お客様
プロフィール



会場開催型セミナーではリーチが難しかった見込み顧客向けにオンラインセミナーを実施

— V-CUBEセミナーを導入した背景を教えてください。

当社では、全国の各拠点を中心に、主催・共催するITイベントやセミナーを実施しています。

しかし、集客や運営にコストや手間、人的リソースがかかることから、開催する場所や回数をむやみに増やすというわけにはいきません。また、当社の拠点から離れた場所にいるお客様の中には、セミナー会場に出向いていただくことが難しい方もいらっしゃいます。

このような状況下、ニーズがあったとしてもリーチできないお客様が数多くいらしたので、オンラインセミナーを開催して、ビジネスチャンスを広げたいと考えました。



「ニーズがあってもリーチできなかったお客様へコンタクトするための手段としてオンラインセミナーを開催することにしました。」(宇津木氏)



クライアントソフトの導入が不要で、豊富な機能を簡単に利用できる V-CUBE セミナーを採用

— V-CUBE セミナーを採用した決め手を教えてください。

無料トライアルで試用をした上で導入を決めました。主な採用のポイントは次の通りです。

【決め手 1：オンラインセミナーに必要な機能が網羅されている】

講師の映像やプレゼンテーション資料を配信するだけでなく、資料画面にコメントを書き込んだり、チャットやアンケートを実施したりと、会場型セミナーと遜色ない機能が一通り網羅されており、お客様と双方向のコミュニケーションが取れる点を評価しました。

【決め手 2：クラウド型サービスで、すぐにセミナーが開催できる】

システムの構築やメンテナンスが不要で、インターネットに接続している PC にカメラとマイクを取り付ければ、複雑な準備の手間なくセミナーを開始することができます。当初は会議室に PC を持ち込んでセミナーを開催していましたが、反響が良かったこともあり、現在は専用の配信スタジオを設けています。



「面倒なシステムの運用は不要です。インターネットに接続できる PC にカメラとマイクをセットすれば、すぐにセミナーを開始することができます。」(今井氏)

【決め手 3：セミナー受講も手軽にできる】

セミナー受講のお客様もクライアントソフトをインストールする必要が一切なく、自席の PC からセミナーへ参加できる手軽さも重要なポイントでした。

【決め手 4：サポート体制が充実している】

システム面はもちろん、セミナーの運営ノウハウもサポートしてもらえるので、安心してオンラインセミナーを開催・運営できると期待しました。



専用スタジオでオンラインセミナーを実施の様子

— オンラインセミナーの開催状況を教えてください。

現在(2012年12月時点)オンラインセミナーの開催状況は次の通りです。

項目	概要
利用開始	2010年3月～
運営	現在は、主に今井氏が実質1人体制で運営
開催規模	小規模(50名程度)～大規模(300名程度)
実施本数	2010年34本、2011年:49本、2012年:136本
参加者数	2010年836名、2011年:1,189名、2012年:4,956名(のべ人数)
セミナーの種類	・さまざまなテーマや製品・サービスを紹介 ・フリートーク形式の番組(相談コーナー) ・東京会場で開催しているセミナーの生中継 ・弊社お客様の生出演番組 ・製造系・建設系 CAD 製品の紹介 など(2012年12月現在)
集客方法	営業担当者による告知、コーポレートサイト、パンフレット、メールマガジン



これまでアプローチできていなかったお客様に新しい商流を確立

— V-CUBE セミナーの導入効果を教えてください。

会場開催型セミナーとは比較にならないほど、セミナーを開催する際の手間とコストがかかりません。準備期間も短くて済むので、タイムリーにセミナーを開催できるようになりました。

地域や会場規模(参加人数)を気にすることなく集客できるのはもちろん、クラウド型サービスなので、システム負荷やパフォーマンス不足を心配する必要がなく、バージョンアップやメンテナンス作業も不要という点は大きな魅力です。

また、受講者がその場ですぐにセミナー参加できる手軽さや使いやすさが、3年間で約 7,000 名に参加いただけた大きな要因になっていると考えています。

さらに、会場開催型セミナーよりも受講者からのフィードバックや質問などを受ける機会が多く、お客様の反応や動向をよりダイレクトに受け止めることができるようになりました。

結果として、これまでアプローチが難しかったお客様への新しい商流を確立できただけでなく、遠隔地のお客様からはセミナー受講ができるようになったと感謝の声をいただいております。顧客満足度の向上に結びついていることを実感しています。



「会場開催型セミナーよりオンラインセミナーのほうが、フィードバックや質問などを受ける機会が多く、内容も充実しています。」(村上氏)



年間の参加者数を倍増させることも視野に、セミナーの拡充・普及を計画

— 今後の展開について教えてください。

年間のセミナー本数、参加者数の倍増により、お客様へのアプローチを増やすことができれば理想的です。

さらに、営業がタブレットで隙間時間にオンラインセミナーを視聴す

ることで、お客様と共通の話題が持てる方法も増やしていきたいと考えています。

この事例で利用されたサービス



セミナー参加者の「本音」が見える
V-CUBE セミナー

10,000 拠点に、同時配信。
双方向性が高いから臨場感あるセミナーを実現します。

国内最大規模の 10,000 拠点まで
同時配信可能な資料同期型セミナー。

詳しくは Web へ 詳細や多数の事例を掲載しております
<http://www.nice2meet.us/ja/introduction/example/>