

# Panoramaケーススタディ

## EMI Music

産業: メディア (音楽)

顧客: 営業責任者

ソリューション名:

販売チャネルと売上管理

### 課題の概要:

- ▶ 販売管理が十分に出来なかった

ロンドンに拠点を置くEMI Musicは世界最大の独立音楽会社で、50カ国で直営している。世界中で、EMIは流行のポップ、クラシック、ジャズのスター、さらに150,000のリストをサポートしている。主な管理要件は、世界中のEMIの45の事業会社からの翌日販売データだ;しかし、レガシーシステムは容量がいっぱいで、一つの指標をサポートできるだけだった — 販売数量のみであった。このよう制約により、販売分析、顧客分析とマーケティング活動分析のような重要な活動が遅れて、難しくなっていた。この動きの速い業界 — 新製品がうまくいくかどうかは、リリースの2、3日以内に成功か失敗が判明する — では、うまくいかなかったキャンペーンを素早く修正したり、うまくいったものを最大限に活用したりすることを難しくしていた。

- ▶ 重要な新しい製品ラインをサポートできない

2005年中頃までには、**デジタル製品ライン**収益の新しい販売チャネルはEMIの総収益の4.8パーセントを占めていて、5年でその数字が25パーセントに達する見込みだった。しかし、この新しい販売チャネル/製品ラインの売上高が物理的な店舗での売上高とは別に処理されるので、地域企業または直営会社がそれを**追跡することはできなかった**。現在のイニシアティブの効果を測定するのは言うまでもなく、高い水準で集積された販売データだけしか利用できなければ、地元の販売傾向を予測して、新しいマーケティング活動を展開するのは難しかった。

#### ▶ 不完全な財務報告

EMIの既存の経理・財政管理を強化したシステムはHyperionシステムを中心に基礎を置いており、ユーザーに不親切で、少数の熟練したアナリストによって使われるだけだった。それは、財務データを見たいと思った経営陣が財務部門に新たに要請を出さなければならず、あらゆるクエリのたびに — そのクエリを得るための遅延時間の間、待っていなければならなかった。この扱いにくいプロセスでは、経理・財務の責任者が自部門の財務業績の要素を自分から調べることができなかった。そのデータが意味するところを自由に追及出来ないという事は、彼らがビジネスをよりよく行うための洞察の機会を逃しているということの意味していた。その上、情報は経営会社と地域会社のデータのサイロに入っていた。そして、経営者が自らの業績を他の地域の同僚と比較することが不可能になり — 改善の機会を失っていた。

#### 課題の要点:

- ▶ 販売レポート作成用のレガシーシステムは、企業がすばやく販売傾向に対応したり、マーケティング活動を微調整したりするために十分な情報を提供しなかった。
- ▶ 新しい販売チャネルと製品ラインの販売に関する情報が限られていたため、重要な販売とマーケティング計画の効果的な実行が出来なかった。
- ▶ ユーザーが使いにくい経理・財務システムは、経営陣が彼らの業績における問題を特定したり、うまくいっている事業の事例を利用したりするために必要なデータを得ることを難しくしていた。
- ▶ 財政的なベンチマーキングを行う機会がない。

#### ソリューション概要:

##### ▶ 販売データ項目を拡張

EMIは翌日のレポート作成の際に売上数量だけでなく売値と顧客情報を含むことにより、販売管理プロセスを改善するためにPanorama NovaViewを使っている。マーケティング活動に利用する目的で売上目標の価格を追跡することは非常に意味があるので、この新しいデータは、これまで手作業で行っていた集計作表の作業を省いて、どの企画プログラムがうまくいっているか、どれがうまくいかになくどうやって修正するかについての正確で客観的なデータに基づいた意思決定につながるようにする。このシステムは最終的には、利益分析、国境を越えた価格設定分析、出荷分析と顧客分析などの機能を提供する予定です。顧客分析としては、EMIは製品/製品ラインへの最適な投資を決定するために、消費者の具体的な行動、嗜好と行動の傾向を追跡する予定です。

▶ 新しいデータの流れを含める

新しい販売チャンネルと製品ライン販売のデータを供給することが、レポート作成機能に加えられた。それにより子会社と地域を管理し、売上高の広範囲の追跡が可能になった。これにより新しい重要な製品ラインの販売実績は、初めて詳細に分析される。この新しいシステムにより、EMIがローカル販売の傾向を予測して、新しいマーケティング活動を展開し、現在のイニシアティブの効率性を測定し、売上高を高く保つておくために必要な処置を取ることを可能にする。EMIにとって、収益を最大に、売上高を高く保つておくということは、様々なローカル市場でふさわしい製品を維持して、ふさわしいローカル市場に販売促進活動（コマーシャル放映時間）を調整できるということを意味する。

▶ 誰でも利用できる販売情報を作成

EMIは、「パルス（鼓動）」とネーミングした会社の6500人の従業員全員が利用できるイントラネット販売情報ポータルを開始した。それはユーザーが非常に使い慣れている直観的ツールに基づくので、パルスは研修の必要もなく、素早く結果を比較する必要がある営業・マーケティングスタッフが最も頻繁に参照するサイトになった。BIをあらゆるデスクトップ上に届けるこのプログラムは、あらゆる従業員に会社の主力製品がどうなっているかという状況を知らせる。そして、チームワークと健全な競争へと志向する姿勢を育成している。

▶ 会計報告へのセルフサービスのアクセスを可能に

常務と財務部長の重要な職責は、軌道修正が必要なある領域の問題を示唆したり、順調で拡大すべき他の領域を強調する財務データ中の傾向を探したりすることだ。Panorama NovaViewを財務レポートを作成するシステムの一部として用いることで、EMIは詳細な解説のついた一連の分析レポートを全世界の法人の経営層に提供できる。レポートを経理部門やIT部門に要請して出来上がるのを待つ代わりに、責任者は自ら素早く財務データにアクセスすることができる。このセルフサービスのBIアプローチによって、彼らは問題を特定し対応したり、大当たりした企画があれば以前よりずっと速くその拡大キャンペーンを打ったりすることができるようになった。また、経営陣は初めて子会社や他の地域の同僚に対して自身をベンチマーク・テストすることができようになった。この情報共有によって、社内の他の場所で何が起きているのかが分かり、彼らは新しい発想を集めることができるし、低迷している領域を改善することもできる。



▶ より透明な文化を展開

EMIは、現在、テリトリー内のごく少数のユーザーだけに売上情報と財務情報を提供するシステムから導かれた古い文化より脱却することに活発に取り組んでいる。目標はあらゆるスタッフ — 最高責任者からのすべてのスタッフまで — が幅広く情報を共有でき、同僚が何をしているのか分かるような文化を発展させることだ。

**ソリューションのまとめ:**

- ▶ 拡張された販売レポート作成機能でより速く、より正確な販売分析、マーケティング分析が可能に
- ▶ 鍵となる財務傾向を調査するために、セルフサービスのアクセスを容易に
- ▶ 財務業績をベンチマークテストする機能を提供
- ▶ データ共有と広範なデータへのアクセスにもとづいた文化の変化を促進

日本テクニクス

- ▶ お問い合わせ

[HTTP://WWW.NOVAVIEW.JP/](http://www.novaview.jp/)  
[info@novaview.jp](mailto:info@novaview.jp)

Panorama Software

- ▶ US / Canada: +1-416-545-0990 (+1-877-709-5848)
- ▶ Europe: +44-207-887-6300
- ▶ Israel: +972-3-645-9777

[HTTP://WWW.PANORAMA.COM](http://www.panorama.com)  
[info@panorama.com](mailto:info@panorama.com)