

スポンサーシップ特化型営業支援ツール 活用による業務改革支援サービス

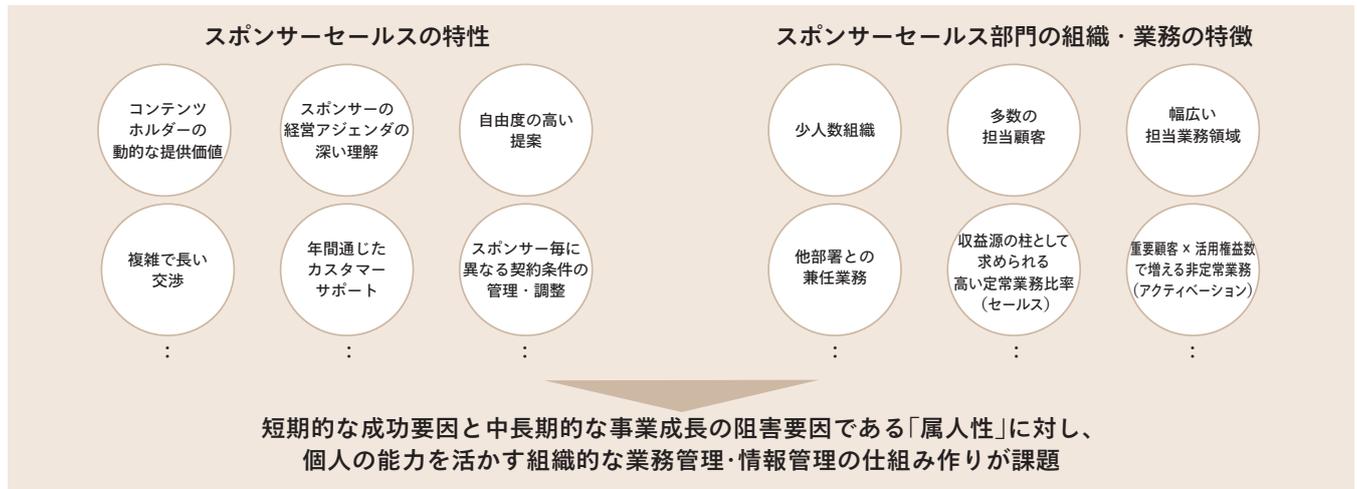
アクティベーションを含むスポンサーセールス業務データの一元管理による
業務高度化・効率化を推進

「競技団体」「リーグ」「クラブ」(以下、コンテンツホルダー)は多様な「資産」「権利」「事業」「ネットワーク」(以下、権益)を保有しており、スポンサーは、その権益を活用(アクティベーション)することによりスポンサーシップとしての投資のリターンを得ることになります。近年、スポンサーニーズと権益は多様化しており、スポンサーは、メディアや試合会場でのブランド露出に加え、ビジネス・社会課題の解決、新規事業の共創などへとアクティベーションの範囲を拡大しています。一方、コンテンツホルダーが権益を通じて提供できる価値は、スポーツの持つゲーム性と情緒的な性質により変動します。そのため、アクティベーションの実績・効果を可視化し、継続的に権益の提供価値を向上するためのPDCAサイクルの推進が必要となります。

アビームコンサルティングは、スポンサーセールスの主要業務であるメニュー開発、セールス、アクティベーションについて、スポンサーシップ特化型営業支援ツール(以下、SSFA)で一元管理・可視化することで、継続的な業務の高度化・効率化を実現し、コンテンツホルダーの提供価値の向上に寄与します。

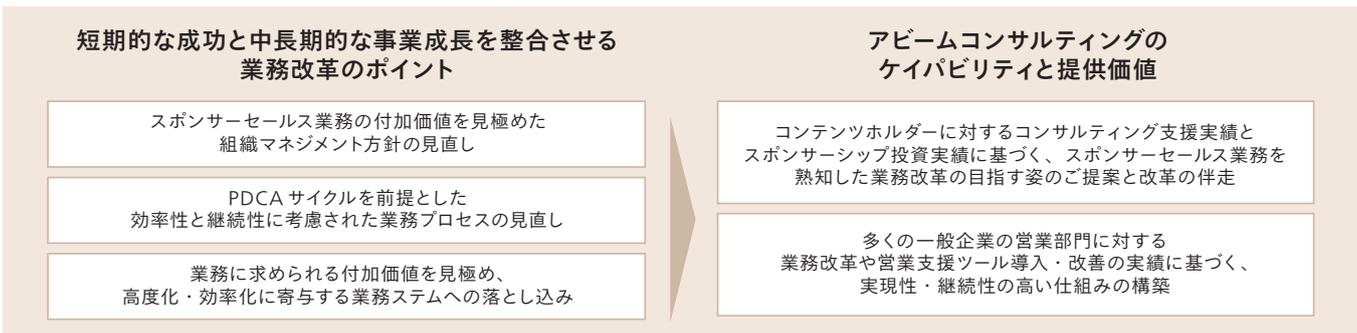
スポンサーセールス業務における課題

スポンサーシップの提供価値を高めるPDCAサイクルが組織的に推進されない主な原因は、属人化した業務管理・情報管理です。その結果、「事業全体の現状把握ができない」「営業戦略と活動計画が整合しない」「重要度・緊急度の高い業務の進捗遅れに気付けない」「増員した人材の戦力化に時間を要する」などの弊害が発生しています。一方、スポンサーセールスは、経営アジェンダに対する高額無形商材の法人営業であるため、短期的な目標達成にはコミュニケーション力や交渉力、企画力の高さなど、属人的な能力も必要です。そのため、短期的な成功を優先しがちになり、中長期的な事業成長と整合するような組織的な仕組み作りに踏み込めていないというのが実態です。



アビームコンサルティングの提供価値

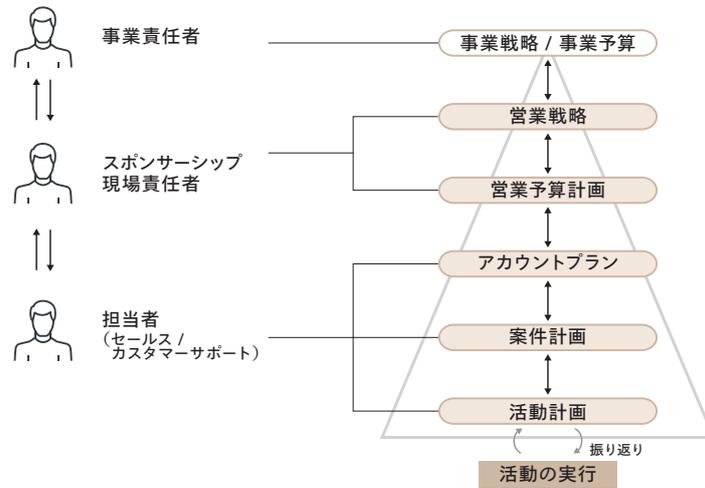
アビームコンサルティングは、コンテンツホルダーに対するコンサルティング支援実績や「スポンサー」としての投資実績、大企業をはじめとした営業部門の業務改革や営業支援ツール導入・改善の実績を豊富に有しています。その知見を活かし、コンテンツホルダー独自の提供価値の源泉を捉え、中長期的なビジョンを土台としたあるべき業務改革の推進支援や、実現性・継続性の高い仕組みの構築を支援します。



サービス概要

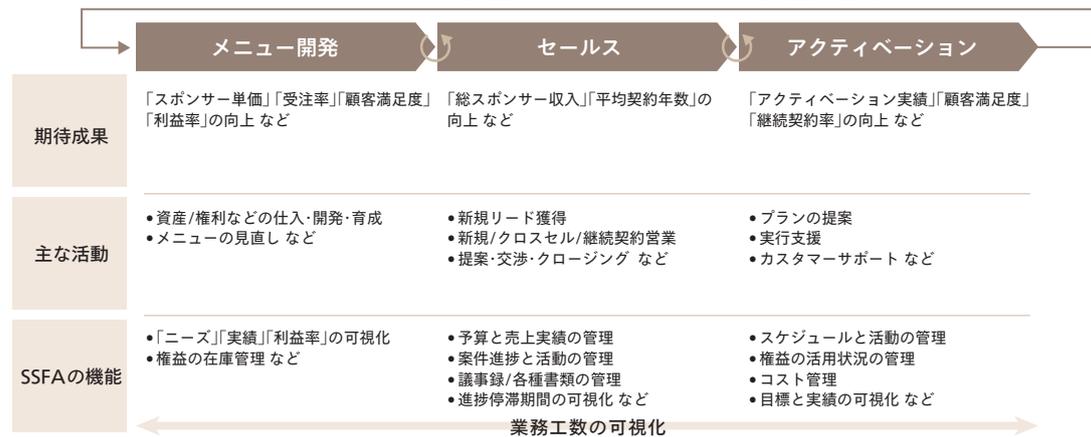
本サービスでは、事業戦略を営業活動に落とし込み、持続的な成長を実現する組織的な仕組みを構築します。具体的には、スポンサーセールス部門の「ビジョン」「戦略」「組織」「業務」を前提とした「システム(SSFA)」を構築し、スポンサーセールス業務の情報を一元管理・可視化します。SSFAの利用により、業務全体を俯瞰した課題発見・対応ができ、PDCAサイクルが機能します。また、SSFAに蓄積された業務知見を人材育成にも活用することが可能です。

スポンサーセールス部門のマネジメントモデルイメージ (戦略と整合した活動計画と実行)



戦略の重要度や組織体制を考慮の上、業務・システムへ落とし込み

スポンサーセールス業務と PDCA サイクルの仕組み作り



アプローチ

本サービスでは、コンテンツホルダーのスポンサーセールス業務の複雑性や既存システム、スコープ、予算、スケジュールを踏まえた、豊富な導入アプローチを用意しています(想定プロジェクト期間:3か月～)。

ユーザトレーニングは、SSFAの利用定着化と継続的な事業改善に向けたPDCAサイクルの学習を目的とします。特にレポートやダッシュボードから課題の発見～打ち手の検討までの一連の問題解決プロセスの研修を実施します。

