

ビジネス・ブログ導入判断の決め手 :成否を分けるポイント

2007.6.18

株式会社ナレッジ プロパティ
代表取締役 佐久間まさよ



自己紹介

会社概要

■ 会社名 株式会社ナレッジ プロパティ

■ 英文 Knowledge Property, Inc.

■ 設立 2004年7月23日

■ 役員
代表取締役 佐久間 まさよ
取締役 大磯 俊文
取締役 吉岡 順元

■ 所在地 〒107-0062 東京都港区南青山4-17-35
デンマークハウス2E
TEL : 03-3405-9331/FAX : 03-3405-9335
URL : www.k-property.jp

■ 事業内容
• Webを活用したマーケティング戦略の立案
• マーケティング・データの活用・業務定着化
• Blog・SNS導入支援、社内情報流の設計

■ ミッション

企業収益の向上を目指し、テクノロジーの最適な選定と活用支援を通じて、知識労働者 (Knowledge worker) の生産性向上に資する

顧客情報の収集～活用～定着化により
企業収益の向上を支援する

自己紹介

弊社サービスの骨子

◆サービス骨子

Information Architect	情報構造を設計・定義する
Context Management	文脈を付与した情報管理・検索を行う
Process Optimaization	情報活用プロセスの定着化を促進する

◆Opotunity

- Webビジネス・プランニングのパイオニア
- ビジネス戦略から考えたwebビジネスのあるべき姿
- ITを活用したマーケティング実務の経験

定量データに基く戦略立案

目標管理のための
KPI・分析業務プロセス定義

本日のゴール

- イントラブログ導入検討にあたっての
キーファクターを抽出する
- 自社でどんな導入効果が見込まれるか
判断する

イントラブログ導入による効果

✓コミュニケーション・フローの改善: マネジメントツール

- ◆情報が必要としている人に伝わらない
 - ◆情報を適切に伝えられない
 - ◆上司が不在, 「現場(による負の)主導」
- 
- ◆情報の一元化による再利用・横展開
 - ◆双方向のコミュニケーション
 - ◆判断基準の提示

✓イントラネットの改善: 使い勝手の向上, 更新コスト削減

- ◆更新頻度が低い
 - ◆誰も閲覧していない
 - ◆Know-Whoが活用されない
- 
- ◆簡単な投稿インターフェイスの利用
 - ◆ブログ・ポータルによる情報の集約
 - ◆プッシュとプルの有効活用

✓ホワイトカラーの生産性向上: プロセス・コスト改善

- ◆同様の問い合わせが頻発
 - ◆プロジェクトに関する情報が分散
- 
- ◆FAQシステム
 - ◆プロジェクト・ブログへの情報集約
 - ◆(パーソナル・ナレッジバンク)

効果創出のスタンス

- 消極的:現場改善・ゼロベースへの回復

- ✓コミュニケーション・フローの改善

- ✓イントラネットの改善

- アグレッシブ:社内活性化・収益向上への起爆剤

- ✓コミュニケーション・フローの改善

- ✓イントラネットの改善

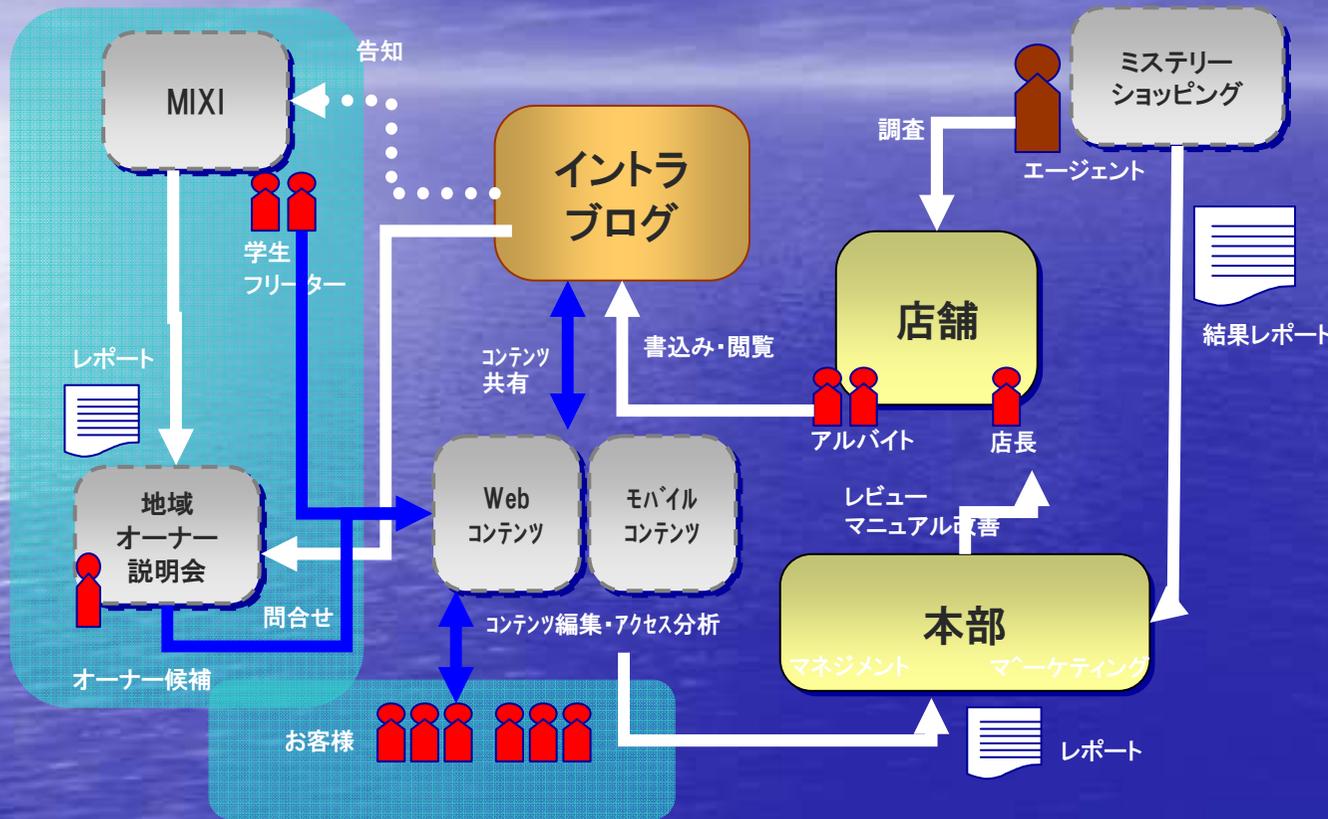
- ✓ホワイトカラーの生産性向上



- ◆「顧客」→「社員」の見える化
- ◆パーソナルナレッジバンク

ゼロベースへの回復：コミュニケーションフロー

▼情報の流れOverview：FFチェーン様向け



•本部と対顧客・オーナー・アルバイト学生との情報の流れがまったく未着手

•店舗情報の底上げ
•外向けのマーケティング活動への流用
•オーナー候補者へのアピール

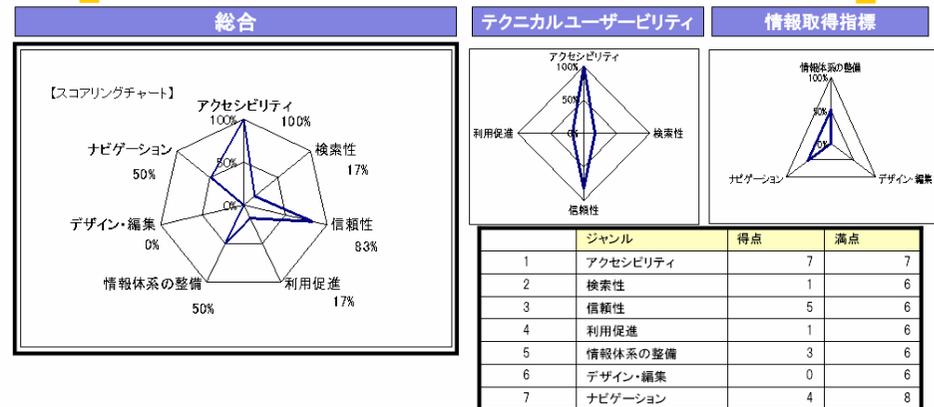
•Prize: 店長→アルバイト
•コンテンツ流用紹介

短期ではゼロベース回復
同時に、アグレッシブ効果を狙うネタを仕掛ける

ゼロベースへの回復：イントラネット改善

大分類	中分類	評価のポイント	機能要件
テクニカル ・ユーザビリティ 要素(24項目)	アクセシビリティ	閲覧環境・操作性への配慮	○適切に閲覧できる環境を用意している ユーザ側でのさまざまな閲覧状況へ対応している レスポンスが遅い、言語表記できないなどの頁が存在しない
	検索性	情報検索への配慮	○サイトマップや検索機能を実装している 検索条件の設定や検索結果の表示が適切である 検索機能を補完する、関連情報の提供がなされている
	信頼性	セキュリティ・サポートへの配慮	○セキュリティポリシーが明示されている セキュリティレベルの設定が行われ、ユーザに明示されている システム障害、メンテナンス情報が適切な手段で行われている
	利用促進・継続性	双方向コミュニケーション手段の継続的な実装	
情報取得指標 要素(21項目)	情報体系の整備	情報構成の把握への配慮	
	デザイン・編集ルール	視認性への配慮	
	ナビゲーション	ページ間移動への配慮	

分析結果サマリ



- ◆機能面では「検索性」と「利用促進」のポイントが低く、より詳細に情報取得しようとするニーズに応えられていない可能性も大きい。
- ◆情報取得面では、ページデザイン・編集要素が得点できないレベルであった。ナビゲーション要素や情報体系要素の得点も低いことから訪問者に閲覧負荷をかけていることが分かる。

Copyright (c) 2007 Knowledge Property Inc. All Rights Reserved.



ゼロベース回復→アグレッシブ活用 :ステージアップのためのキー

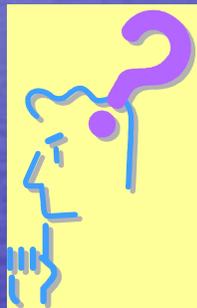
成長のためのネタを仕掛けておく

「とりあえず」始めない

社内マーケティングに配慮する

「べき論」は分かったが

自社で始めるには
どこから着手すれ
ば良いの？



導入しても利用が
進むのか不安・・・

どう情報整理すれば
良いの？

他部門にも使わせ
たいのだけど・・・

業務アプリケーションとの相違点を認識する

アグレッシブ効果の整理

イントラブログ活用 による効果

情報整理

- ファイル共有・検索
- Know Whoと最新情報
- メーカーからの移行
- マニュアル共有・更新

現場力向上

- オペレーション改善の要望
- 情報交換(部門毎・職種毎etc)
- モチベーション向上
- サジェスチョン,先達の知恵

社内マーケティング

- 経営方針の告知
- マネジメント・メッセージ
- 企業カルチャーの変化

定量データで利用状況をチェックする

「ネタ」はエンドユーザが握っていることを肝に銘ずる

ゼロベース回復→アグレッシブ活用 :ステージアップのためのキー

成長のためのネタを仕掛けておく

「とりあえず」始めない

社内マーケティングに配慮する

エンドユーザ・メリットを優先する



アグレッシブ
に取り組んで
ください

本日はありがとうございました

ご連絡先 : sakuma@k-property.jp