

キャリア法人営業 KDDI まとめてオフィス

中小市場をクラウドで切り開く

KDDI まとめてオフィスは中小企業を対象に、幅広い商材と地域密着営業によって顧客の信用を高めてきた。KDDIの法人向けサービスに独自の販売施策を織り交ぜた販売戦略を打ち出している。

文◎鳴海順文(本誌)

「今年の課題は、クラウドのメリットを中小のお客様に理解していただき、ご利用いただくこと」。こう語るのはKDDI まとめてオフィス代表取締役社長の佐藤司氏だ。

KDDIは2010年4月、中小企業をターゲットに、通信サービスから通信・OA機器等までトータルに提供するサービスとして「KDDI まとめてオフィス」を開始した。翌年2月に、同プログラムの販売などを専門に取り扱う新会社として、KDDI まとめてオフィス社が設立。KDDIグループの法人事業において、本体が大企業および中堅企業を、KDDI まとめてオフィスが100名以下の中小企業の開拓を担う体制ができ上がった。

クラウドサービスを新たな事業の柱に育てようとするKDDIの法人戦略において、佐藤氏が話すミッション

は非常に重要な意味を持つ。

中小でも「旺盛な購買力」

管理業務の効率化にフォーカスしてスタートした当初、KDDI まとめてオフィスは、固定・移動通信サービスと通信・OA機器等のサポートを一元化した会員専用窓口や、各種通信料金、OA機器費用を一括請求できることを売りにしていた。

だが現在は、サービスの提供内容も拡充されている。

中小企業が業務効率化とコスト削減に対して高い関心を向けていることに着目。現場業務の効率化提案や、サプライ品販売などの小型の案件からオフィス什器、照明や空調設備に至るまで、商材も提案内容も広がっている。

佐藤氏は「移転など大型の発注を



代表取締役社長
佐藤司氏

取締役
営業本部長
菅雅道氏



していただくこともある。『中小だから景気が悪い』という印象はあまりない。元気な企業も多く、購買力は旺盛であると実感している」と話す。昨年のはじめは震災と電力不足の影響を受けたが、秋以降は客単価の伸びは顕著だという。

「あなたの会社のIT担当」と佐藤氏が表現するように、ニーズを徹底的に吸い上げ、可能な限り要望に応える姿勢を貫いていることが評価されているようだ。BCP対応の必要性が高まった折には、発電機・防災グッズ等の調達まで応じたというから、その徹底ぶりが窺える。事業の中核は情報通信であるとはいえ、その周辺での手厚いサービスが顧客からの信頼に結びつき、さらに巡って主力商材の情報通信サービスの売りにつながっているという。



新宿にある「KDDI まとめてオフィス」ショールームでは、「KDDI ワンタッチ接続テレビ会議サービス」や「KDDI ペーパーレスFAXサービス」を体験できる。また、さまざまなメーカーの複合機、ビジネスホン、スマートフォン等に直接触れることで、組み合わせた導入イメージを具体的に確かめることができる