

ソフト業界の「商社」役

アシスト(東京都千代田区、大塚辰男社長、03・5276・5850)は、データベース(DB)やデータの分析・活用(BI)などのパッケージソフトウエアを販売している。米国や国内のIT企業のソフトを目利きして取り扱う独自の戦略を進めている。ネットワーク経由でソフトを提供するクラウドサービスの拡大をはじめ、変化の激しいIT業界の中で、「パッケージソフト専門」の立場を貫きなが

変わる
販売促進戦略

アシスト

ら、顧客のニーズに柔軟に対応し、さまざまなソフトを展開している。「パッケージ(ソフト)のプロフェッショナル」の大塚社長はソフトの販売と活用支援に徹する強みをこう表現する。アシストはシステム構築(SI)企業でもなければ、サーバなどのハードウエアを手がけているわけでもない。国内外のIT企業からソフトを仕入れて販売するいわば「商社」の役割を担う。企業のニーズに合わせて複



数のソフトを組み合わせて提案できるのが他社にはない強みだ。情報システムを家に例えると、SI企業が家作り全般を請け負うのに対して、大塚社長は「当社はIT業界内では『工務店』と立ち

位置の違いを強調する。アシストはDBとBI、システム運用の分野を中心にソフトを提供している。企業のシステム運用が煩雑化する中で、顧客への提案に向けて活用しているのが、運用の全体像を図で示した「運用業務マップ」。一連の業務内容をイラスト入りでまとめるとともに、顧客のニーズを把握するためのクラウドサービスの情報を提供するサイ

「運用マップ」で需要把握



質問項目を盛り込んでい。IT企業が運用面の課題を洗い出すためにヒアリングするのは一般的だが、表形式の質問項目と比べることで、企業側も課題を把握しやすい。

「運用業務マップにより、企業に提案すべき内容はつきりと分かる。必要なソフトを紹介できる」(林昌洋執行役員)という。一工夫を加えた運用業務マップを使うこ

とで、ソフトの拡販を見込める。企業でクラウドサービスの利用が広がり、パッケージソフトの販売だけにこだわってはいは、業界内で取り残されるようにもみえるが、システム

また世界のIT企業などが提供するクラウドサービスの情報を収集・発信するサイトも立ち上げた。「関心の高いサービスを把握でき、サービスを扱った場合に商機があるかどうかの判断材料に利用できる」(林執行役員)としている。これまでに培ったソフトの目利き力に加えて、企業のニーズを把握する同サイトにより、クラウド時代でも競争力を高めることを狙う。

アシストはもともSI企業と協業できる立場のため、クラウドサービスを提供している企業にDBや運用管理ソフトなどを販売するビジネスモデルを築きやす

「運用業務マップ」を活用して企業ニーズを把握
アシストには「1週間に顧客を15件訪問する掟がある」(大塚社長)。信頼関係の構築だけが目的ではない。企業に足しげく通うことでソフトの知識が深まり、ソフトの選定にも役立つ。こうした地道な取り組みも、ソフトの販促につながっている。
(孝志勇輔)