

タイムリーな情報提供とデータ収集を連携させた Webコンテンツマネジメントソリューション

竹林信博*
安川恭介*
松井 愛*

Web Content Management Solution for Timely Integration of Information Posting and Data Collection

Nobuhiro Takebayashi, Kyousuke Yasukawa, Itsumi Matsui

要 旨

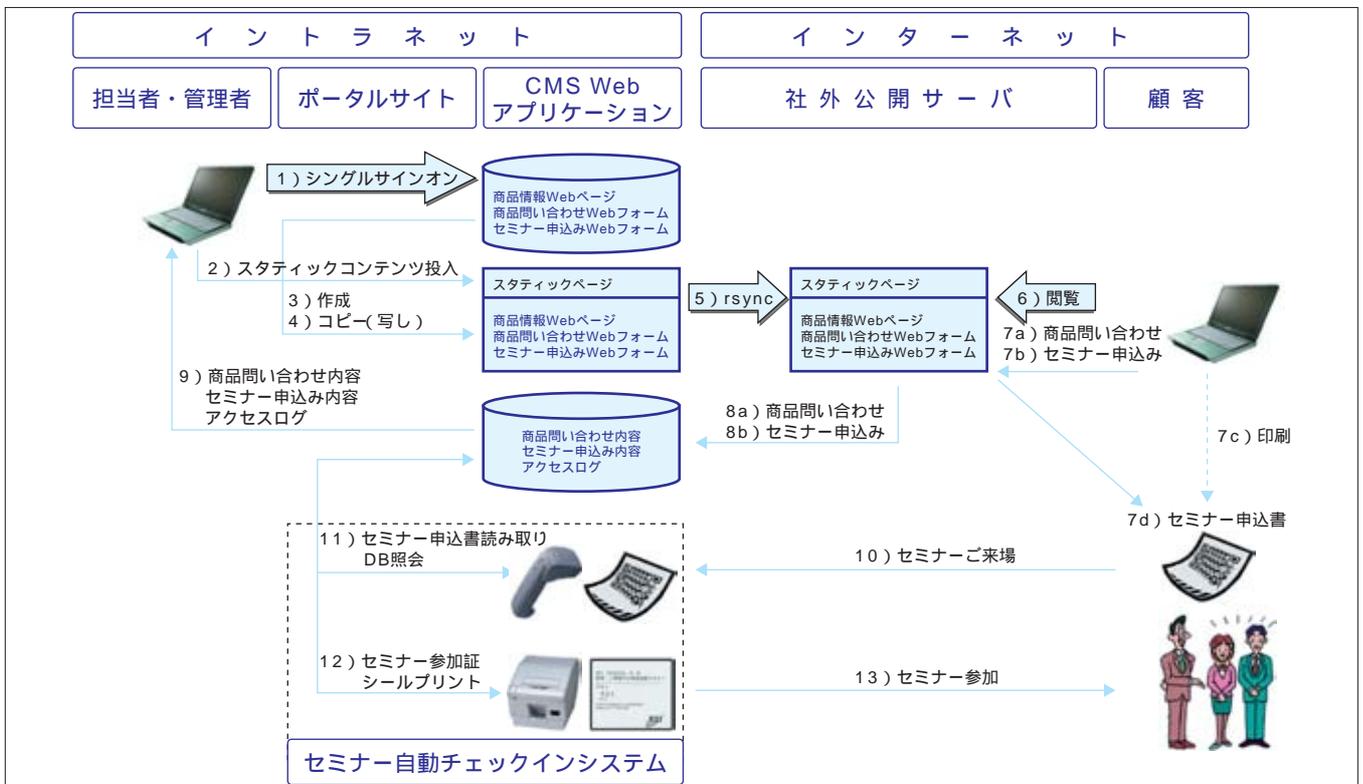
企業におけるインターネットによる情報発信は、もはや単に企業ステータスを宣伝する目的だけではなく、営業戦略上重要な一要素を担っている。顧客ニーズに対して有益で即効性のある情報を提供できれば、企業にとって差別化を図るチャンスとなり得る。

一方、IT社会の中にあっても、例えば営業スタッフ自らがWebコンテンツ(WebページやWebフォーム)を作成することは、決して容易な作業とは言えない。また、情報発信と情報収集は本来目的と機能が異なるため、今までは両者を別リソースで作成し、オフライン連携しているケースが多かったと想像される。

(株)三菱電機ビジネスシステム(MB)では、営業支援システムSFA(Sales Force Automation)に寄与する観点から、営業スタッフ自らが「快適」に商品情報Webページとその

ページに自動連携させた商品問い合わせWebフォーム及びセミナー申込みWebフォームを簡単に作成する機能、また、作成した内容を未承認のまま外部公開しないようワークフローにより「安心」して公開する機能を持ち、さらに、インターネット経由で収集した商品問い合わせ・セミナー申込みデータやアクセスログ解析データの利用により次の販促に役立て「発展」できるよう、Webコンテンツマネジメントシステム(CMS)を開発し導入した。

MBが開発したCMS(MB CMS)は、一般のCMSと比較してシングルサインオンによりシステムが利用できる、作成済みWebコンテンツの再利用ができる、自動的にWebフォームを作成する、Webフォームから入力されたデータの再利用ができるなどの特長を持っている。



MB CMSのシステム構成と運用イメージ

MB CMSのシステム構成と運用イメージを示す。イントラネット側ではポータルサイト経由でシングルサインオンし、商品情報Webページやセミナー申込みWebフォームなどを自動生成して社外に公開する。インターネットから収集した情報はイントラネットにフィードバックされ、販促データやセミナー実施時の基本情報として二次利用される。