

2023年6月8日
アディッシュ株式会社

アディッシュ、企業向けカスタマーサクセス育成プログラムの提供を開始

ブランディングテクノロジーのCMO育成サービスと連携しマーケティングとカスタマーサクセスの2領域に関わる課題を解消

デジタルエコノミー特化のカスタマーサクセスソリューション・プロバイダーであるアディッシュ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役 江戸 浩樹、証券コード：7093、以下アディッシュ）は、企業向けカスタマーサクセス育成プログラムの提供を開始しました。併せてブランドのプランニングやデジタルマーケティング領域全般のサービスを提供するブランディングテクノロジー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 木村 裕紀、証券コード：7067、以下ブランディングテクノロジー）と業務連携をしました。

ブランディングテクノロジーが提供するCMO育成サービスとアディッシュのカスタマーサクセス育成プログラムを、両社が相互に取り扱うことで、マーケティング部門とカスタマーサクセス部門の協働に関する課題解決に取り組んでいきます。



【売上に直結するカスタマーサクセス】

カスタマーサクセスは、顧客の成功が利益に直結するため、企業の成長に寄与する重要な取り組みです。しかし、カスタマーサクセス職に十分な人員を確保できている企業は22.1%にとどまり、約80%が人材不足に悩んでいます^(※1)。事実、カスタマーサクセスを実現できる経験者は少なく、未経験者がカスタマーサクセスに携わるケースがあります。未経験者を採用した場合、カスタマーサクセスに関する教育が必要となり、社内に知見者の不在や教育体制が整備されていないと、自社教育は難しいことが実情です。

そこで、アディッシュでは、社内で展開しているカスタマーサクセス人材育成プログラム「カスタマーサクセスプライムラーニング」（以下CSPL）を、顧客企業向けにカスタマイズした、カスタマーサクセス育成プログラムの提供を開始しました。本プログラムは、カスタマーサクセスの基本概念から実務に必要な知識やスキルまでが習得可能な、カスタマーサクセスを実現できるプロセスや考え方が効率的に学べるプログラムです。

【業務連携背景 マーケティング部門とカスタマーサクセス部門の協働に関する課題を解消】

現在、多くのSaaS企業では、The Modelによる「マーケティング・インサイドセールス・営業・カスタマーサクセス」の分業体制が導入されています。各プロセスにKPIを設定し、そのKPI達成にむけて活動、各部門と連携することにより、営業活動の効率化を図るノウハウです。一方、各部門や情報が孤立し、連携が上手くいかずサイロ化してしまう可能性もあります。

特にカスタマーサクセスは、営業との連携が必須ですが、マーケティングと連携するフェーズもあります。営業への理解は一定あるものの、マーケティングの理解が不足しているケースが見られ、マーケティングとカスタマーサ

クセス領域間に課題が発生しています。例えば、マーケティングが大規模な広告を展開して受注が急増、受注後に迅速なカスタマーサクセスのオンボーディング^(※2)が追いつかない事態が発生して、顧客企業がサービスを有効活用する前に解約してしまうというケースです。

ブランディングテクノロジーのCMO育成サービス「マーケティングイネーブルメント」を通して、カスタマーサクセス人材がマーケティング視点を取り入れることにより、カスタマーサクセスの実践力を総合的に高めることができます。

【プログラム概要】

■カスタマーサクセス育成プログラム 概要

アディッシュのカスタマーサクセス育成プログラムは、カスタマーサクセス未経験者がカスタマーサクセスの業務を行う上で必要となる知識や考え方を学ぶことができます。

カスタマーサクセスの基本概念や、ユーザーが自社プロダクトを継続的に利用するかどうかの状態を数値で把握する「ヘルススコア」の設計方法や活用方法、プロダクトやサービスについて対象者のニーズや課題を深掘りするための「ユーザーインタビュー」の手法などをインプットし、課題を解きながら身につけていくプログラムです。顧客の状態をインサイト（洞察、発見）して課題を特定、解決のための手法を見極め、「カスタマーサクセスを実現できる」考え方の習得を目指します。さらにアディッシュの専門トレーナーが受講者に対して質疑応答することで、より深い理解を促進します。

カスタマーサクセス育成プログラム詳細 <https://cs-studio.adish.co.jp/service/training>

カスタマーサクセス育成プログラム内容

タイトル	概要
【STEP1】 カスタマーサクセスとPLC	カスタマーサクセスの概要とプロダクトライフサイクル
【STEP2】 指標理解	MRR、NRR、LTV、チャーンレート
【STEP3】 タッチモデル	タッチモデルの階層と各モデル毎のアプローチ方法など
【STEP4】 ヘルススコア	ヘルススコアの設定～活用とカスタマーライフサイクル
【STEP5】 ユーザーインタビュー	ユーザーインタビューの目的、準備～分析
【STEP6】 オンボーディング	オンボーディングの業務設計～運用～分析
【STEP7】 カスタマーサポート	カスタマーサクセスとの比較と役割

Copyright adish Co., Ltd. All rights reserved.

カスタマーサクセス育成プログラムの流れ



Copyright adish Co., Ltd. All rights reserved.

■CMO育成プログラム 概要

ブランディングテクノロジーのCMO育成プログラムは、未来のマーケティング責任者にあたる“Next CMO”を育成し、マーケティングの成果創出に向けた組織基盤を構築するためのプログラムを提供します。約3ヶ月のプログラムを通じて、マーケティングの全体設計と、Next CMO候補の方が戦略設計と実行ができる仕組みを構築します。Next CMOに必要な6カテゴリーを講義形式でお伝えします。また、講義後に毎回アウトプットを出してもらい、メンターがフィードバックを出しながらプログラムの中でマーケティング業務・戦略・計画を作り込みます。

プログラム内容

- ① Next CMO人材定義・理想の組織定義
自社に必要なマーケター・マーケティング組織の役割・業務定義を行う
- ② Next CMO育成プログラム実施
学習＝インプットと実践につながる課題提出＝アウトプットの往復
 - a. メンターとの週次1on1
 - b. 経営層とマーケティング戦略のすり合わせ
- ③ マーケティング戦略と計画策定
マーケティング計画への落とし込みと実行体制の構築

約3ヶ月のプログラムを通じて、マーケティングの全体設計およびNext CMO候補が戦略設計と実行をしていける仕組みを構築します。

CMO育成サービス「マーケティングイネーブルメント」の詳細 <https://www.branding-t.co.jp/me/>

【マーケティングとカスタマーサクセスの連携ノウハウをまとめたホワイトペーパーを特別公開】

業務連携に伴い、マーケティングとカスタマーサクセスの連携ノウハウをまとめたホワイトペーパーを公開しました。

■ マーケティング組織とカスタマーサクセスの連携

ブランド目標を達成するための重要な要素であるマーケティング組織とカスタマーサクセス組織の協働について、基本となる考え方やアクションプランについて解説します。

ダウンロードURL：<https://cs-studio.adish.co.jp/downloads/marketingorganization-cs>

■ オンボーディングとマーケティング連携

カスタマーサクセスの導入フェーズにおいて重要なオンボーディングとマーケティングを連携させる際に必要なことや注意すべきポイントについて解説します。

ダウンロードURL：<https://cs-studio.adish.co.jp/downloads/on-boarding-marketing>



The image displays four whitepaper thumbnails arranged in a 2x2 grid. Each thumbnail contains text and diagrams related to marketing and customer success collaboration. The top-left thumbnail features a table with columns for 'Marketing Organization' and 'Customer Success Organization'. The top-right thumbnail shows a pyramid diagram with three levels (Strategic, Tactical, Operational) and associated roles like 'Marketing Director' and 'Customer Success Director'. The bottom-left thumbnail includes a table with columns for 'Marketing', 'Sales', and 'Customer Success'. The bottom-right thumbnail shows a diagram of a brand's role in the customer journey, highlighting the importance of brand consistency and expertise.

(※1) 2022年12月アディッシュ調べ

(※2) 企業が顧客にサービスを早く理解してもらい、効果的に使いこなせるよう導く活動

【会社概要】

■ブランディングテクノロジー株式会社 概要

設立 : 2001年8月

代表者 : 代表取締役社長 木村 裕紀

本社所在地 : 東京都渋谷区南平台町15-13 帝都渋谷ビル4F・5F

事業内容 :

- ・ブランド事業
- ・デジタルマーケティング事業
- ・オフショア関連事業

URL : <https://www.branding-t.co.jp/>

■アディッシュ株式会社 概要

設立 : 2014年10月1日

代表者 : 代表取締役 江戸 浩樹

本社所在地 : 東京都品川区西五反田1-21-8 ヒューリック五反田山手通ビル6階

事業内容 : ミッション「つながりを常によろこびに」のもと、インターネットやソーシャルメディアなどの情報の領域で発生する課題を解決し、コミュニケーション社会が健全で心地よい”居場所”となるような社会の実現を目指します。

- ・スタートアップの成長支援とこれに伴う適応課題の解決
- ・カスタマーサクセス/カスタマーサポートの設計・コンサルティングおよび運用サービスの提供
- ・誹謗中傷および炎上対策
- ・学校向けネットいじめ対策

URL : <https://www.adish.co.jp/>

【報道関係者お問い合わせ先】

コーポレートコミュニケーション 白髭

Tel:03-5759-0334 (代表) Mail : info@adish.co.jp お問い合わせフォーム : <https://www.adish.co.jp/contact/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

経営戦略本部 小原

お問い合わせフォーム : <https://www.adish.co.jp/contact>

※記載されているサービス・商品名、会社名は各社の商標および登録商標です。

※本リリース情報は、2023年6月8日現在の情報です。