

ディレクション能力を高め ワーカーのクオリティを担保

株式会社ジオコード

会社概要

〒107-0061 東京都港区北青山 3-11-7 Aoビル 14F

業種 情報・通信
資本金 5000万円
従業員数 90名
事業内容 ウェブマーケティング事業、業務支援ツール事業

URL <http://www.geo-code.co.jp/>

Web事業 運用部 部長
中村 一浩氏

当社の事業は、大きく2つに分けられます。一つ目はウェブマーケティング。もうひとつは業務支援ツールの事業です。ウェブマーケティング商材は、SEO・リスティング広告・ウェブ制作があり、この3つを1社で対応できることが弊社の強みとなっています。業務支援ツール事業では、2つの商品があり、勤怠管理と交通費精算ツールのネクストICカードと、営業管理ツールのネクストSFAです。今、会社規模としては80人、売り上げは約16億円。順調にいけば、来期には株式を公開する予定です。

クラウドソーシングの活用は時代の流れ

初めてクラウドソーシングを事業の中で利用したのは、2013年の秋でした。サテライトサイトの制作案件でした。社内プロジェクトでしたが、期日と内容と量、さらにコストのバランスがかなり厳しかったので、人的リソースを求めてご協力をお願いいたしました。

しかし、これは一時的な業務であり、当時はクラウドソーシング自体を事業のパートナーとして考えてはいませんでした。なぜならワーカーさんが、どれだけ当社、もしくは当社クライアント様の商品知識を持ち、情熱をもってコンテンツを作れるか。こちらが求めるクオリティでそれを作ることは難しいと思っていました。しかし、昨今の競合他社もクラウドソーシングを積極的に活用し、安価で大量にコンテンツを用意したりと、しているところも非常に多いので、当社も取り入れるべきではないかと思っています。クラウドソーシングを使う際に重要なのは、高いディレクション力だと思っていますが、当社ではもともと社内にディレクターを抱えているので、再度クラウドソーシングを使い始めるように動いているところです。

ディレクション能力次第で最強のインフラになり得る

当社では、作業を個別のワーカーさんに直接発注するのではなく、クラウドソーシング事業者のディレクター様を通じて、ワーカーさんに依頼する形式をとっています。事業者さんのほうが、各ワーカーさんのコントロールに慣れていますので。作業依頼の流れでいうと、まず当社のクライアント様が作りたいというものの草案を頂きます。ただ、そのままでは内容がワーカーさんに伝わらないので、クライアント様と当社でテコ入れをします。次に当社とクラウドソーシング事業者さんとで、細かく募集要項に落とし込み、ワーカーさんに依頼を行います。最終的には、クラウドソーシング事業者のディレクターさんが個々のワーカーさんのクオリ

この課題を解決!!

- ✔ 人材確保
- 営業力強化
- 販路拡大
- ✔ コスト削減
- 商品・サービスの高付加価値化

ティを一番ご存じなので、そのコントロールはお任せしています。クライアント様は商品、当社はマーケティング上の知見や知識、クラウドソーシング事業者さんはワーカーの品質管理。このような役割分担を行い、各社それぞれの得意分野を担当することによって、高い品質の記事を書き出します。

発注量は、先月だと600万文字程度は書いています。時期によって波がありますが、質のいいワーカーさんの数は、限られるので、うまくディレクターさんにコントロールしてもらって多くの記事を書き上げます。

さらに大事なのが、上がってきた原稿を社内ですっかり検品するという作業だと思っています。懸念点として、多数のワーカーさんの品質を担保するのは難しいです。特定の人に頼むのであれば、その人だけを徹底的に教育すればいいですが、顔も知らない人に理想のものを仕上げてもらうには、やはり高いレベルのディレクション能力が不可欠です。このままクライアント様に提出しているものは、必ず社内でもチェックが必要だと感じています。数をこなしていくうちに、当社にもそのような面でのノウハウは蓄積されていきます。品質チェックのフローさえ整ってしまえば、クラウドソーシングというのは最強のインフラになり得ると思います。

量産するだけでは意味がない。感動を、いかに作り出すか

クラウドソーシングのワーカーさんには、様々な方がいますが、そこに簡単なアンケートや意見を求めることで、とても良いデータが収集出来ると思っています。当社のようにウェブマーケティングを行うものとして大切似にしていることは、ユーザーの行動を理解することです。当社はマーケティングのプロですし、世の中のニーズやメジャーなキーワードなどを知りすぎ

ています。つまり、無意識に一般の方とは違う行動や、サイトの見方をしてしまいます。一般の方の行動を理解し、サイトに対してどのような感想を持ち、どのようなニーズがあるのか。その改善点を検討する際に、クラウドソーシングはすごく役立ちます。ワーカーさんは一般ユーザーですからね。そうしたデータをきちんと集められるように、アンケート方法を検討し、改善しています。単純にこのサイトの使い心地どうですか、評価してくださいといっても、難しいので、案件ごとに評価基準をしっかり示し、ヒアリング・アンケートを実施しなければ、結果的に何も良いデータは得られません。

また、現時点でコンテンツやテキストをただ量産するだけのマーケティング会社が非常に多いとも感じています。そういう記事は、読んでも「ふーん」という感じで読み手に何の印象も与えません。「なるほど」「面白い」という感動をいかに作り出すかがポイントですね。それをクラウドソーシングを利用し本気でやろうと思うとかなりのノウハウが必要となりますので、募集要項を調整し、テーマや文字数だけではなく、その他の評価指標を具体的につける依頼を行うなど、今後も様々な表現方法で徐々に改善していこうと考えています。



株式会社ジオコード様のコーポレートサイト
<http://www.geo-code.co.jp/>