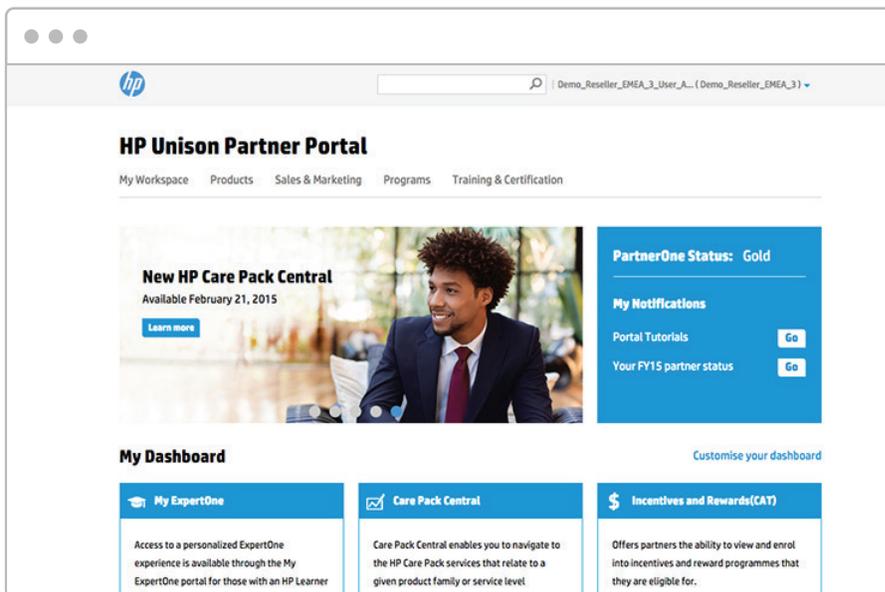


Hewlett Packard 様

生産性の低いパートナーポータルとレガシーシステムをライフレイ導入で一新。ユーザエクスペリエンスを改善し、65万ユーザが利用するシングルエントリーポイントへの変革を実現。

partner.hp.com



私たちは、競争力の弱いポータルから強いポータルへの革新を実現しました。Liferayで構築したHPユニゾンポータルによって、マーケットで他ベンダーをリードする存在にまで登りつめたのです。

アン・アンダーソン

ヒューレット・パッカード
パートナーポータル&エクスペリエンス
シニアディレクター

事例概要

企業名:
ヒューレットパッカード*

国/地域:
グローバル 174カ国

業界:
IT

ユースケース
パートナーポータル

主な機能
WCM, Single Sign On,
Solr/ZooKeeper統合,
HAクラスタリング,
ステージング, ドキュメント&メディア, アセット
パブリッシャー etc

最高のパートナーシップ提供を目指して

本事例における、HPパートナーポータル構築ストーリーとそのデータは、2015年11月1日の会社分割前のヒューレット・パッカード社のものです。現在HPユニゾンパートナーポータルは、HP社のPartner First Portalと、ヒューレット・パッカードエンタープライズ社のPartner Ready Portalにわかれ、それぞれ新会社の事業に沿って運用されています。

現在のHP社とヒューレット・パッカードエンタープライズ社の両社とも、最高のパートナーシップ体験を提供することを約束しており、Fortune 50のテクノロジー企業として選ばれています。

課題だらけの現実

アン・アンダーソン氏がHPパートナーポータル&エクスペリエンスのシニアディレクターに任命された2013年、彼女は10年以上前のテクノロジーで構成され、世界に25万と存在するパートナー達からはほとんど使われていないポータルの状況を目の当たりにします。当時のHP社と大切な販売パートナー間のやりとりは、一貫性のないポータル体験とサイロ化された複数のオンラインツールに分散され、それらは全て異なるログイン手順で行われていたのです。

更に、3,000以上のコンテンツプロバイダが、柔軟性のない権限の中、複数サイトへ各々更新行っていた為、1ページに20以上のリンクが表示されているなど、ユーザにとって求めるコンテンツを見つけ出すには非常に困難なサイトになってしまっていました。悲しいことに、調査の結果、その膨大なコンテンツの約80%が、1年以上更新されていないものであることも発覚します。

*2015年11月の会社分割以前の企業名

実際、他社パートナーポータルでベンチマークレビューにて、HPは、優れたパートナーエクスペリエンスの提供という項目で、競合他社に大幅な遅れをとっているという結果も目の当たりにします。もはや負の遺産となっている従来のポータルを、統一した最新ポータルサイトへと変革させる、根本的見直しが必要だったのです。

アウトサイドインアプローチの採用

アンダーソン氏と彼女のチームは、プロジェクトアプローチ自体を「インサイドアウト（中から外）」から「アウトサイドイン（外から中）」へ変更することが重要と考えました。パートナーから広範なフィードバックを集め、10,000件のアンケートからの意見、パートナーフォーラムからのコメント、ポータルの専門家からの成功事例アドバイスなどを得て、次のような複雑な要件に対応できる新しいポータルテクノロジーに投資することが必要だと判断したのです：

- 3,000以上のコンテンツプロバイダに対応する
- 174ヶ国、65万人のユーザ、25ヶ国語に対応
- 数百万ものHP製品を搭載した、多様なビジネスユニット管理
- マルチチャネル対応
- 根本的に異なるタイプのパートナー企業の対応
- パートナー毎の柔軟な役割設定
- グローバルな、24時間365日の運用

幅広い選択肢と選考プロセスの末、HPはライフレイを新しいポータルプラットフォームとして選択しました。上記のような複雑な設計要件に対応する柔軟性を持ちながら、ユーザーエクスペリエンス向上の為に必要としていた動的機能も兼ね揃えていたことが大きな理由です。

単一のグローバルエントリーポイント

HPと開発チームは、プロジェクト開始後わずか11ヶ月で「HPユニゾンパートナーポータル」を構築し、グローバルトップパートナーへのローンチを実現します。アンダーソン氏と彼女のチームは、その後更に13ヶ月に渡り、全てのビジネスツールと情報を1つのポータルプラットフォームへ統合、7つの旧レガシーポータルを完全に撤廃することに成功しました。その後HPユニゾンパートナーポータルを全パートナーに向けて提供を開始したのです。

HP社のITトランスフォーメーション部のマネージャー、ピエール・マシュアさんは『レガシーシステムを廃止することは、企業のITチームが直面する、最大の課題の1つです。Liferayをベースにした新しいパートナーポータルによって、この課題も克服。結果的に7つものレガシーポータルを置き換えることができました。』と語っています。

Liferayを基盤プラットフォームとすることで、全パートナーに対し、全てのサービスとツールへアクセスできる単一のグローバルURLとエントリーポイントを提供することが可能となりました。これはHP社の歴史上初の功績でした。1つの入り口から、注文の管理、見積りと補償、訓練とマーケティングのサポート情報をストレスなく参照でき、更に、カスタマイズ可能なダッシュボードを活用して、利用頻度の高いビジネスツールをユーザごとにトップページに設定、ワンクリックで迅速にアクセスすることが可能になったのです。

新しいHPパートナーポータルでは複数レベルの権限セットが可能になったため、パートナーは自分にとってより意味のあるお知らせや、プロモーション、ホームページコンテンツ、通知、バナーなどのコンテンツを独自で適切に受け取れるようになりました。

新しいパートナーポータルは、HPのグローバルパートナー戦略全てにとって重要であり、ポータルのパフォーマンスレベルを常に高く維持することが最優先でした。

『もしピーク時にサイトがダウンした場合、HPは1時間に数千万ドルも損失を出す結果となるでしょう』とアンダーソンさんは言います。

新しいパートナーポータルの主な機能には次のようなものがあります：

- 完全なHPパートナーエコシステムによるパートナーポータルへの、単一グローバルURLとログイン
- HPのビジネス構造ではなく、パートナータスクに基づいて構成されたナビゲーション
- 明確で一貫性のある構造と、見つけやすいコンテンツ検索機能
- ツールへのクイックアクセス：ユーザ毎にカスタマイズが可能ダッシュボードを通じて、コンテンツやアプリケーションへワンクリックで遷移
- HP Moonshot Server、ライフレイ拡張機能のカスタマイズ、全世界リアルタイムモニタリングでの問題への迅速な対応などによる、パフォーマンスの向上

より多くのパートナーと利用、そして高い満足度を得る結果へ

ローンチから1年後、パートナーの満足度は過去最高を記録しました。Liferayテクノロジーの実装により、HPは他以下のような効果を得ました：

- より短い時間で、より多くのコンテンツを提供：セッション時間は33%短縮され、各セッションでは30%多くコンテンツが消費されている
- ユーザの92%が1週間に複数回、84%が1日に複数回訪問するアクティブなサービスに
- 効果的な販売ツール：ポータルを高頻度で利用するユーザは、頻度の低いユーザと比べて17倍もの購買機会を獲得している
- パートナー満足度の向上：世界に渡って、満足度スコアは3桁向上し、過去最高を記録
- サポート効率の改善：問い合わせを必要とする訪問の85%が減少

HPユニゾンパートナーポータル開始後のHPIは、その後独立した調査にて、ベンダーによって確立された12のカテゴリのうち3つの分野で競合他社をリードする結果となり、著しい競争力を獲得しました。『私たちは、競争力が弱いポータルから強いものへの革新を実現しました。』とアンダーソンさんは言います。『Liferayで構築したHPユニゾンポータルによって、HPはマーケットで他ベンダーをリードする存在にまで登りつめたのです。2015年11月の分社後HPユニゾンポータルは、HP社の「Partner First Portal」と、ヒューレット・パッカードエンタープライズ社の「Partner Ready Portal」となり、現在も両方のグローバルビジネスをサポートする、重要なツールとなっています。』

Liferayによる差別化

- 3,000以上のコンテンツプロバイダにとって使いやすいUI構築
- 174ヶ国、250,000のパートナー、25ヶ国語に対応
- マルチパートナープログラムユーザの複雑な権限管理を実現
- カスタマイズ可能な動的トップページとダッシュボード
- パートナーの採用率と利用率が50%向上