

ヤプリ

販売員向けアプリ「POLA営業サポート」を開発

ヤプリは3月17日、ポーラの販売員向けアプリ「POLA営業サポート」を開発した。



伝達されていた内容を手元のスマートフォンに集約。また、IDとパスワードを付与することにより情報セキュリティも強化した。

ポーラは現在、全国に約3300店舗の販売拠点を擁し、約4万のビューティディレクター（BD）と呼ばれる販売員がいる。ダイレクトセリングがルーツである同社は、DX（デジタルトランスフォーメーション）の取り組みにおいてもあくまでも「人」を中心に考え、オンライン・オフラインを横断して顧客一人ひとりに最上のおもてなしを提供することを目指している。

そこで重要になるのが、BDによるデジタルを活用した「個対応」であり、ポーラでは、今回

販売に必要なコンテンツを、顧客と対面するBDの手元のスマートフォンにダイレクトに提供することで、接客の品質を向上させることを目指す。このアプリによって、販売員は、必要な情報にいつでもどこでも簡単にアクセスできるようにする。各部署からの業務に関する連絡はもちろん、緊急性の高い情報も

プッシュ通知でリアルタイムに届く。季節美容や新商品の情報、顧客向けBD向けキャンペーンの情報などの当月の活動が盛り込まれた。コンテンツの拡充はもちろん、他のDX戦略機能や既存ツールの連携など、これまでもアプリへ進化させていく」とコメントしている。

ポーラ・オルビス

ANAとの共同開発品がJAXAアイデア募集に選定

ポーラ・オルビスホールディングスとANAホールディングスは、共同開発中のスキンケア化粧品が、宇宙航空研究開発機構（JAXA）の「第2回宇宙生活/地上生活に共通する課題を解決する生活用品アイデア募集」に選定された。今後両社は、国際宇宙ステーション（ISS）搭載を目指し、製品開発を進めていく。



2020年から両社も健やかに保つ体験価値を追求している。具体的には、2023年以降の国際宇宙ステーション（ISS）への搭載を目指す。開発品の改良や製品テストを進めている。宇宙という極限状態を想定しながら製品開発を進めることで、地上も含めた新しい

ポーラ・オルビスホールディングスとANAホールディングスは、共同開発中のスキンケア化粧品が、宇宙航空研究開発機構（JAXA）の「第2回宇宙生活/地上生活に共通する課題を解決する生活用品アイデア募集」に選定された。今後両社は、国際宇宙ステーション（ISS）搭載を目指し、製品開発を進めていく。

グローバルでの業務標準化へ 社内DXを強化

資生堂は、革、さらなる生産性向上を推進していく。

世界120カ国・地域でビジネスを展開する資生堂は、グローバルレベルで市場環境や顧客の変化に適切に対応していくためにも、社内における業務をグローバル標準でIT化し、その最適化と簡素化を行うことで社員の働き方を支え、生産性の向上や価値づくりへの取り組み強化につなげることを課題と見ていた。

今回、ITサービス導入し、業務用メニューの中から申請したい項目を選択、承認者に申請が届き承認を得られた後、その通知が申請者に届くというプロセスの簡素化を図った。

資生堂

資生堂は、革、さらなる生産性向上を推進していく。

世界120カ国・地域でビジネスを展開する資生堂は、グローバルレベルで市場環境や顧客の変化に適切に対応していくためにも、社内における業務をグローバル標準でIT化し、その最適化と簡素化を行うことで社員の働き方を支え、生産性の向上や価値づくりへの取り組み強化につなげることを課題と見ていた。

今回、ITサービス導入し、業務用メニューの中から申請したい項目を選択、承認者に申請が届き承認を得られた後、その通知が申請者に届くというプロセスの簡素化を図った。