

# Microsoft Partner Network Partner of the Year Awards 2020

## 審査員からパートナー様へのアドバイス

2020年 7月21～22日(太平洋時間)「(日本時間は時差を考慮し7月22～23日での実施が想定されます)」に開催される Microsoft Inspire において、マイクロソフト 2020 MPN パートナー オブ ザ イヤー アワードの表彰式が行われます。皆様が懸命に取り組んでいるソリューションを応募して、業界最高の栄誉を獲得しましょう。

受賞企業 (Winner) に選ばれるかどうかの分かれ目は、プロジェクトの品質ではなくエントリー自体の品質である場合があります。ご応募いただいたエントリーは、審査員がパートナー様の成果を知ることのできる唯一の資料です。このガイドでは、ソリューションの内容と達成された成果を存分に伝えることのできる優れたエントリーを作成していただくための方法をご紹介します。

どのカテゴリーに応募する場合でも、十分に満足いくものを完成させてください。皆様のご健闘をお祈りいたします！

## はじめに

**余裕をもって着手する。**

期限が迫ってから作業を開始することはお勧めできません。アワード サブミッション ツールのオープン前に、[Microsoft InspireのWebサイト](#)上で、現在すでにアワード プレビュー資料にアクセスできるようになっています。早めに着手して受賞の可能性を高めましょう。エントリーの作成には 10 ~ 15 時間の作業時間を見積もっておきます。作成したコンテンツは、他のアワードへのエントリーや自社のケース スタディとして再利用していただくことも可能です。

**エントリーの下書きをオフラインで作成する。**

アワード サブミッション ツールへのエントリーのアップロードは最後に行います。Web サイト上のツールに回答を入力する前に、Microsoft Word でエントリーを完成させましょう。なお、要約には 8,000 字の文字数制限がありますのでご注意ください。

#### **他のメンバーとブレインストーミングを行う。**

プロジェクトに携わった社内の主要メンバーを集めて意見を交換しましょう。1 人より 2 人、2 人より 6 人と、人数が多いほど優れたアイデアが生まれます。独自の視点や独創的なストーリーを知ることで、エントリーがさらに印象的なものになるはずです。

#### **データを収集する。**

ある審査員の言葉を借りれば「最も優れたエントリーとは、最も詳細な情報を盛り込んだもの」です。指標や数値、統計はどれも欠かすことができません。こうしたデータをすべて示すことで、課題を具体的に説明し、ソリューションを強力にアピールできるようになります。ソリューションを提供した顧客数、収益への影響、生産性向上の割合、顧客がコスト削減できた金額など、実際に達成された具体的な数字を収集しましょう。このような事実に基づく情報はきわめて重要です。

#### **顧客から話を聞く。**

ソリューションの成果を強く裏付ける証拠となるのが、顧客の満足度です。顧客から話を聞いて推薦コメントを収集し、ケーススタディがある場合には参考にしましょう。顧客コメントを引用する許可を取り、ストーリーに具体性を持たせたり、成果を数値化したりするために利用しましょう。

#### **アワードのカテゴリを選択する (1つまたは複数)。**

応募するカテゴリはすでに決めてあるかと思いますが、準備作業が終わってからカテゴリの説明を読みなおし、慎重に検討しましょう。ソリューションと最も関連性の深い適切なカテゴリを選択することが重要です。

#### **必ずいくつかのカテゴリを検討する。**

いくつかのエントリーを作成すれば、時間はかかりますが、受賞企業 (Winner) や最終選考企業 (Finalist) に選ばれる可能性も高まります。しかし、手当たりしだいに応募しても仕方ありません。たくさんのカテゴリに挑戦してエントリーごとの説得力が弱まってしまふよりは、1 つか 2 つのストーリーに時間をかけて優れたエントリーを作成することをお勧めします。

## **エントリーの作成**

### **1. 要約の中でガイドラインの質問項目にすべて回答する。**

各エントリーは複数の審査員が入念に審査し、ガイドラインのすべての質問項目についてチェックします。すべての項目に完全に回答するようにしてください。

## 2. 最大の長所を最初に提示する。

ストーリーの書き出しは、アワードのカテゴリーに関係の深いテーマを取り上げて、読み手を惹き付ける文章にしましょう。「だれが、何を、なぜ」、そして特に「なぜ重要なのか」という点を明確にして、読み手の興味を引きます。審査員が読み進めたいような文章にすることが重要です。最大の長所を最後まで取っておいても、審査員はそこまで読まない可能性があります。

## 3. 三段構成を意識して、説得力のあるストーリーを展開する。

具体例を挙げて、課題を明確に描写します。人間味あふれるストーリーにしましょう。テクノロジー ソリューションは 究極的には人間のためのものだからです。

## 4. ソリューションのメリットをアピールする。

ビジネスのイノベーション、技術革新、顧客の ROI (投資効果) の観点からソリューションの価値を説明します。なお、応募するソリューションは、必ず導入実績があるものをお選びください。

## 追加のアドバイス

- ソリューションの独創性をアピールする。
- マイクロソフト製品がどの程度活用されているかを説明する。
- ソリューションがどのように技術面およびビジネス面で競争の勝利に貢献したかを説明する。
- どのようにして顧客のニーズに対応し、さらにそれを上回る成果を挙げられたのかを説明するための情報を盛り込む。
- 可能であれば、未開拓の市場をターゲットにするためにソリューションをカスタマイズした実例を紹介する。
- 競合他社のソリューションとの差別化内容や優れている点を説明する。
- ソリューションの再現が可能な場合はその旨を記載し、他の顧客への導入についても言及する。
- 他のパートナー様のものを含め、役立ったマイクロソフト パートナー ネットワークのリソースがあれば提示する。

## 5. 成果を証明する。

収集したデータはこのために使用します。数字や指標、実際の ROI など、根拠となる統計を示して成果を正確に伝えます。

## 6. 顧客事例を盛り込む。

エントリーをアピールする最も効果的な方法は、ソリューションを利用した顧客の満足度や成果を表す直接の顧客事例を示すことです。回答の中で顧客の推薦コメントを紹介しましょう。また、ケース スタディやホワイト ペーパー、他のアワードの受賞歴、ビデオなど、パートナー様や顧客の成功を示す参考資料へのリンクを

提示します。パートナー様の同意を得ずにエントリーが公開されることはありませんが、顧客のコンテンツを使用するには必ず顧客の承認を得るようにしてください。

#### 7. 書き出しの論点に回帰する。

先ほど申し上げたとおり、ストーリーの書き出しは読み手を惹き付ける文章にする必要があります。冒頭で述べたメッセージをエントリー全体にわたって主張するために、ストーリーの最後はそのメッセージに結び付く内容にしましょう。

## 編集と最終的な見直し

#### 1. 何度も見直し、最終版が完成するまではアップロードしない。

Web サイト上の[アワード サブミッション ツール](#)にアップロードする前に、最終版のエントリーを完成させましょう。この ツール上で編集することはお勧めしません。

#### 2. 専門家に協力を依頼する。

技術分野およびマーケティング分野での経験を持つ専門家に協力を仰ぎましょう。依頼できる人物がない場合は、マーケティングライターを手配して、技術的な詳細情報が正確に描写されているかどうかを確認しながら協力して作業を進めます。エントリーを仕上げる際にはコミュニケーションの専門家に依頼して、ストーリーが効果的であること、読み物として優れていることを確認してもらいましょう。

ご不明な点がございましたら、[マイクロソフト 2020 MPN パートナー オブ ザ イヤー アワード チーム](#)までメールでお問い合わせください。回答には 2 営業日ほどかかることがありますのでご了承ください。

**皆様からのご応募をお待ちしています。**