

# クラウドツールによるセールス&マーケティングDX

# 認知獲得～顧客までのプロセスをクラウドツールでDXします。

## 潜在顧客向け施策

認知獲得

広告

PR

SNS

口コミ

リード獲得

Web広告

資料DLサイト

SEO

イベント

DM

紹介営業

テレアポ

リード育成

レター配信

ウェビナー

アンケート

メールマーケ

レポート

ノウハウ資料

事例資料

見込み

アポメール

コール

キャンペーン

新商品案内

顧客

Update情報

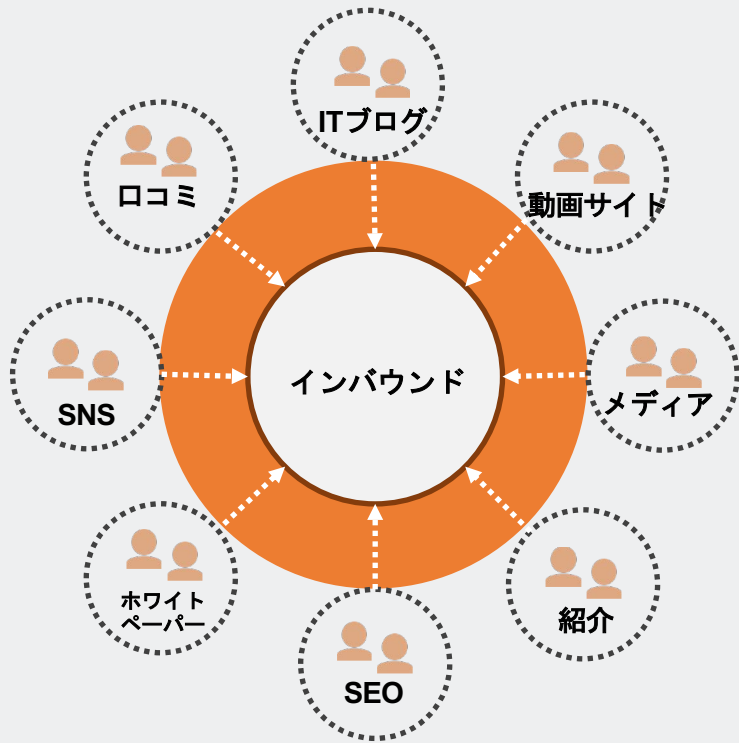
活用資料

出演依頼

紹介特典

## 顕在顧客向け施策

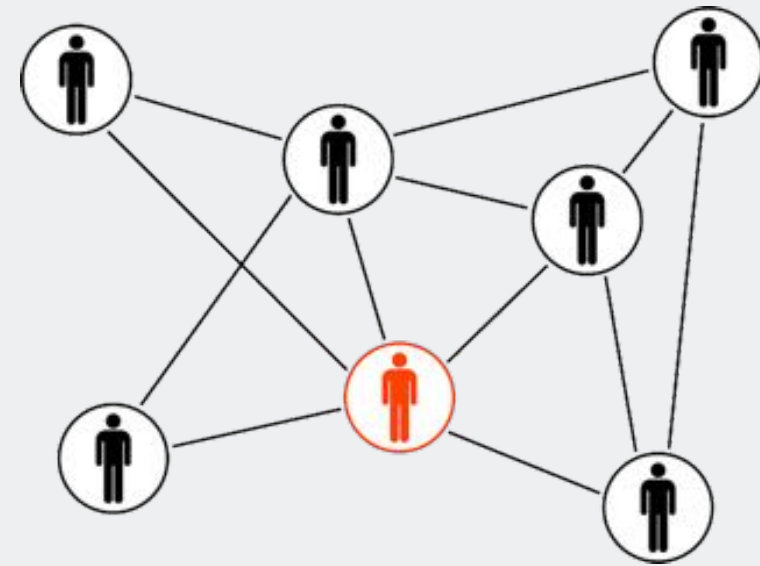
# DXによって効率的に下記の3つを実現することを目指します。



質の高いリードが自然流入



最適なシナリオでアプローチ



既存顧客からのロコミ・紹介

# (B向けサービスの場合) 潜在顧客向け施策を考える流れ。

誰に

何を

どうやって

- ・ どのくらいの予算が必要？  
→ 会社規模の絞り込み
- ・ 何を代替するサービス？  
→ 導入可能性のある会社の絞り込み
- ・ 代替サービスの導入部署は？  
→ 部署の絞り込み  
→ 代理店等の有無の把握

**ABM**

(Account Based Marketing)

ターゲットアカウントリスト (数)

×

平均顧客単価 (円)

×

獲得シェア (%)



セールス施策、マーケティング施策、カスタマーサクセス施策、R&D、その他に予算配分

- ・ ①もらえると嬉しい情報  
→ レポート、テンプレート
- ・ ②啓蒙用の資料  
→ ノウハウ資料、製品比較資料
- ・ ③検討用の資料  
→ 製品資料



①は提供する情報の価値を担保し、発信する情報の開封率を高める目的。



②、③は相性の良い顧客像を暗示し、リードの質を高める目的。

(インバウンド)  
・ オーガニック

・ メディア露出

・ SNS/リファラル

(アウトバウンド)

①の露出先 → 広告 (Facebookほか)

②、③の露出先  
→ リスティング/資料DLサイト

③の露出先 → テレアポ/フォーム営業

# リード・顧客を効率的にフォローするための顕在顧客向け施策

## スコアリング

(マーケティング)

- ・ 所属情報
- ターゲットアカウント、部署、役職
- ・ 開封状況
- 開封数、クリック数、閲覧時間
- ・ 関心領域
- 製品情報への関心度合い

(セールス)

- ・ BANT条件
- 予算、決裁権、必要性、導入時期
- ・ セールスメール開封状況
- 開封、返信状況
- ・ 商談状況
- 無料体験、デモ、イベント参加状況



スコア・リスト別でセールスが直接フォローアップするものと自動フォローアップするものを分別する。

## シナリオ

- ・ フィルタリング  
→ セールスが直接フォローすべきものを仕分けする。
- ・ フォローアップ  
→ アポ依頼等に返信がない場合の追いかけ。フォロー忘れの防止。
- ・ ナーチャリング  
→ 資料配布、特典情報などスコア・リスト別に配信する。
- ・ 休眠、失注顧客の掘り起こし  
→ 理由別にタイミングを見計らって資料配布などで再反響を狙う。



リード育成の効率化、  
セールスの機会損失の削減  
を行うことで、商談率、成約率の  
向上を目指す。

## カスタマーサクセス

- ・ 既存顧客のリスト分け  
→ 導入目的・利用プランなど別に活用資料を案内。
- ・ 解約リスク検知  
→ 開封状況からエンゲージメントの低下を把握。
- ・ クロスセル、アップセルアプローチ  
→ イベント、インタビューのお誘い等で接点を確保し、今後の展望などを把握。

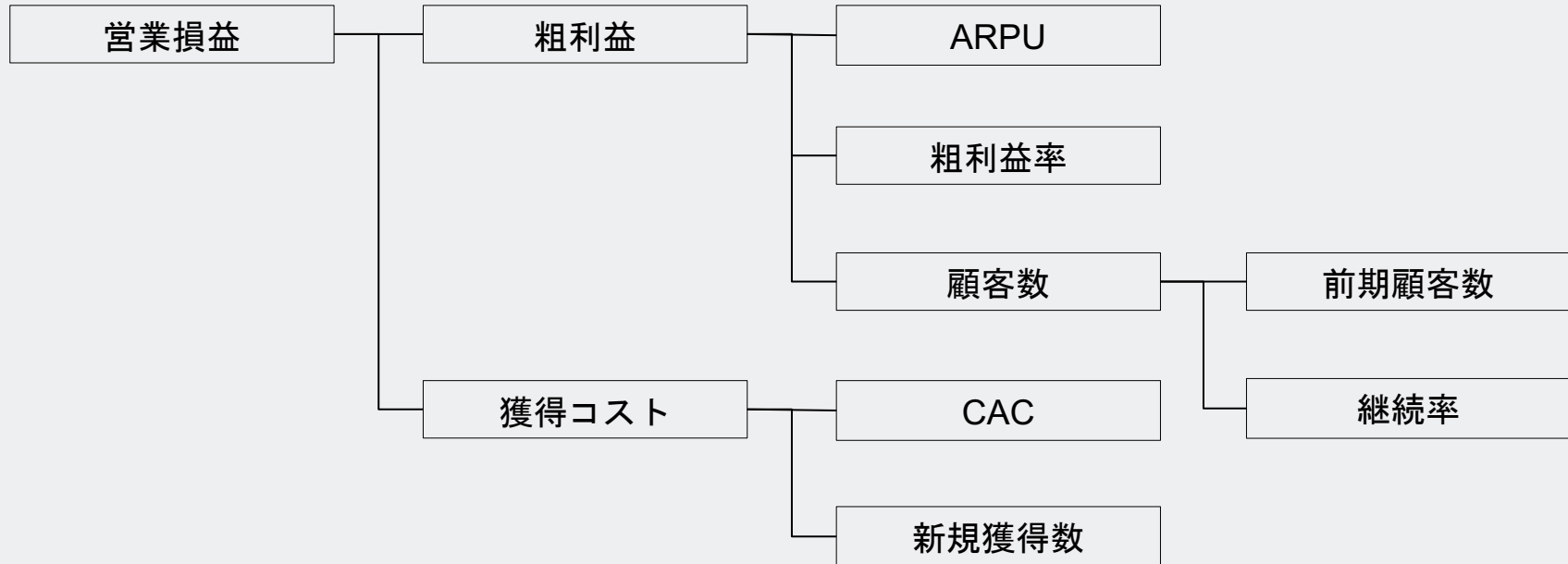


既存顧客に定期的に思い出してもらうことで、紹介の創出やクロスセル・アップセル、解約防止につなげる。

# KPIの目標値や優先度を定めてダッシュボードを整備する。

## 【KPIツリーのイメージ】

※実務では、ここからさらに細かく分解していきます。



### マーケティング

- ・ ABMのパフォーマンスチェック
- ・ ウェブアナリティクス
- ・ 広告効果測定
- ・ ソース別のコンバージョン、収益
- ・ コンテンツ別のコンバージョン、収益
- ・ メールマーケティングの反応

### セールス

- ・ フォーキャスト
- ・ ファネル別の取引数、金額
- ・ ファネル別の滞留時間
- ・ 成約、失注理由の分析
- ・ アクティビティ状況
- ・ チーム別、メンバー別のパフォーマンス

### CS

- ・ ファネル別のチケット件数
- ・ チケットのクローズに要した時間
- ・ チケットの待機時間
- ・ 顧客満足度スコア
- ・ メールおよびナレッジベースの閲覧状況
- ・ チケット発生事由の分析

**D>>X<<MART**

クラウドツール×副業人材で、寄り添うDX。