CloudCIRCUS

MAコンサルティング　サービス概要資料

さあ、顧客を増やそう。

Cloud CIRCUS

デジタルマーケティングのすべてがここに。

累積導入数

31,000以上

※2022年3月時点

会社概要

クラウドサーカス株式会社（英名：Cloud CIRCUS, Inc.）

資本金	150,000千円
役員	代表取締役CEO 北村健一　代表取締役 COO 金井章浩
取締役	小友 康広　日永 博久
監査役	植松 崇夫
従業員数	233名（社員171名、契約社員・スタッフ 62名）※2021年7月1日時点
事業内容	デジタルマーケティング SaaS「クラウドサーカス」の開発・販売及び、デジタルマーケティングに関するコンサルティング・受託業務
本社住所	〒163-0919　東京都新宿区西新宿 2-3-1 新宿モノリス21F
支店	大阪支店・福岡支店・ Iizuka Base

CloudCIRCUS ©Cloud CIRCUS Inc, All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

Purpose

働くに楽を。

「日本は生産性が低い」と言われます。
しかし、この国には優れたものづくりやサービス、
そして優秀な人々がたくさん存在しています。

足りないのは「マーケティング」である。
さまざまな現場を見てきた私たちはそう考えます。
マーケティングによる最適化ができないから、
正しい「利益」を生み出せない。
結果として生産性が低くなってしまう。

だからこそ、マーケティング・オートメーションや
エンターテインメント・テクノロジー、
それらを「適正価格」で使えるようにすることで、
日本のあらゆるビジネスにマーケティングを届けていきたい。

技術は「人」のためにある。その前提を私たちは追いかけます。
テクノロジーに任せられることは任せ、
人は「人がやるべき仕事」をやればいい。

人を楽にすること。そして、人がより楽しく働ける社会へむけて。
私たちはサステナブルなビジネス環境を創造していきます。

CloudCIRCUS

Social Theme

地域のものづくり、
中小企業の働くに楽を。

日本には300万もの中小企業があり、
地域のものづくりや観光に数多の可能性が眠っている。

その可能性を最大化すること。
それがクラウドサーカスの役割です。
地域の作り手たちが「よいものを創れば売れる」、
というシンプルな理念を追求できるように。

特別なマーケティング知識や、余計なコストを必要とせず、
もっと楽に、より楽しく、
ものづくりに取り組める。

日本の隅々までサステナブルなビジネス環境を。
クラウドサーカスが届けていきます。

CloudCIRCUS

マーケティングによる成長を
全ての企業の当たり前にすること。

日本は2020年から2050年にかけて、労働生産人口が約 3000万人減少する、深刻な “労働減少時代 ”に突入します。
大企業を中心とした、先進企業は DXにいち早く取り組むことで生産性向上を実現し始めてますが、

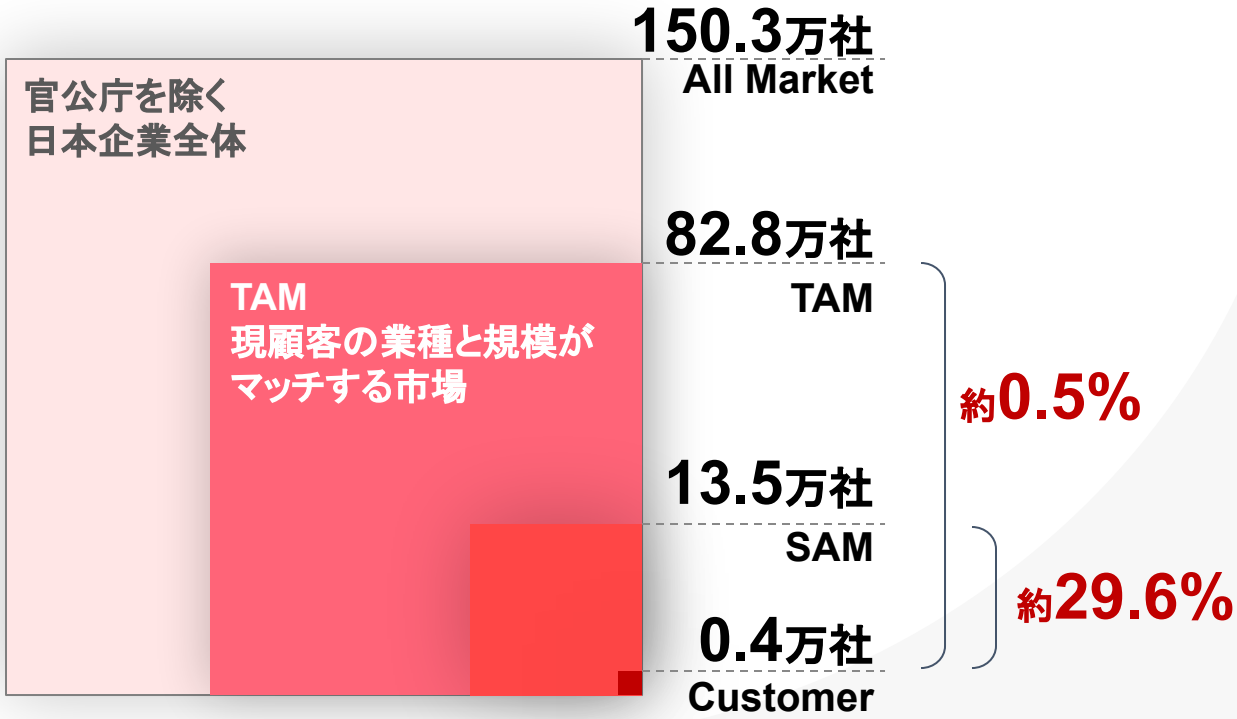
日本の96.7%を占める中小企業は、業務の “デジタル化 “に取組めておらず、取り残されている現状があります。

全ての企業が、資金・人財・専門知識の有無に関わらず、 “成長 “を実現する為の ”マーケティング ”に取組めるようにすること。

これは日本が抱える重要な社会課題であるとともに、私達クラウドサーカスにとっての挑戦課題です。

クラウドサーカスの市場セグメント構造

“ 中小企業市場かつターゲット業種幅が広く、
TAM/SAM共に大きいため広大な成長余地が存在する。

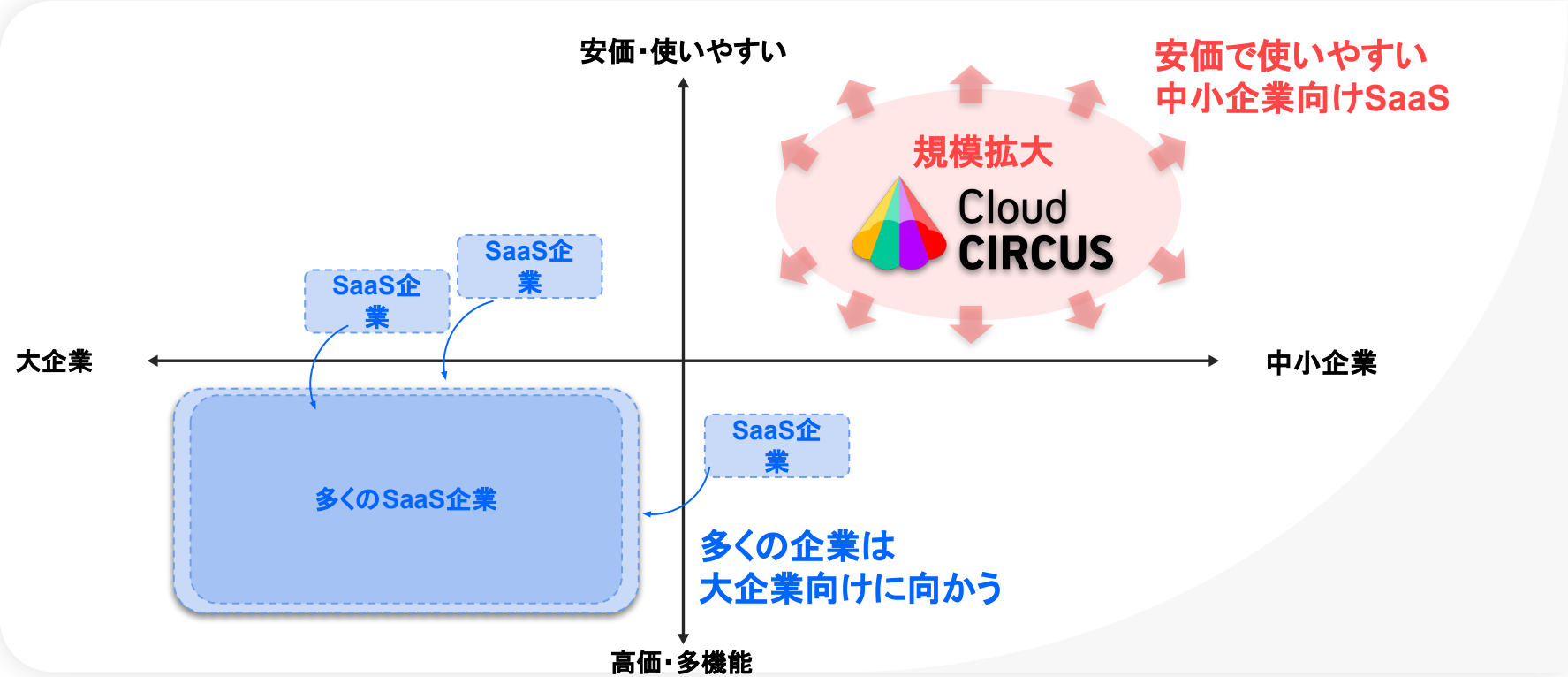


（注）FORCAS社のDBを使った官公庁を除く 150.3万社をベースとした分析によって算出。 2022年1月時点における、クラウドサーカス社の顧客業種にマッチする業種の市場を TAMとして算出
同じくクラウドサーカスの顧客リストの規模・業種・属性に近しい企業へ拡張させた分析から SAMを算出。SAM = Service Addressable Marketの略で、機能開発や価格変更でクラウドサーカス 11商材またはソリューション商材の導入可能性が高まると見込まれる企業数 / 5.TAM = Total Addressable Marketの略

©Cloud CIRCUS Inc, All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

クラウドサーカスのポジショニング

“ コストと使いやすさで、
”中小企業が頼れる”マーケティングSaaSポジションを確立。



©Cloud CIRCUS Inc, All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

“

専任担当や専門知識が無くても、使いこなせる、中小企業に丁度良いプロダクト。

全ての商材に共通した思想

誰もが使いやすいマーケティングツール

BlueMonkey by CloudCIRCUS

BowNow by CloudCIRCUS

Plusdb by CloudCIRCUS

creca by CloudCIRCUS

Fullstar by CloudCIRCUS

IZANAI by CloudCIRCUS

COCOAR by CloudCIRCUS

CrowdBooth by CloudCIRCUS

ActiBook by CloudCIRCUS

LESSAR by CloudCIRCUS

AppGoose by CloudCIRCUS

Cloud CIRCUS

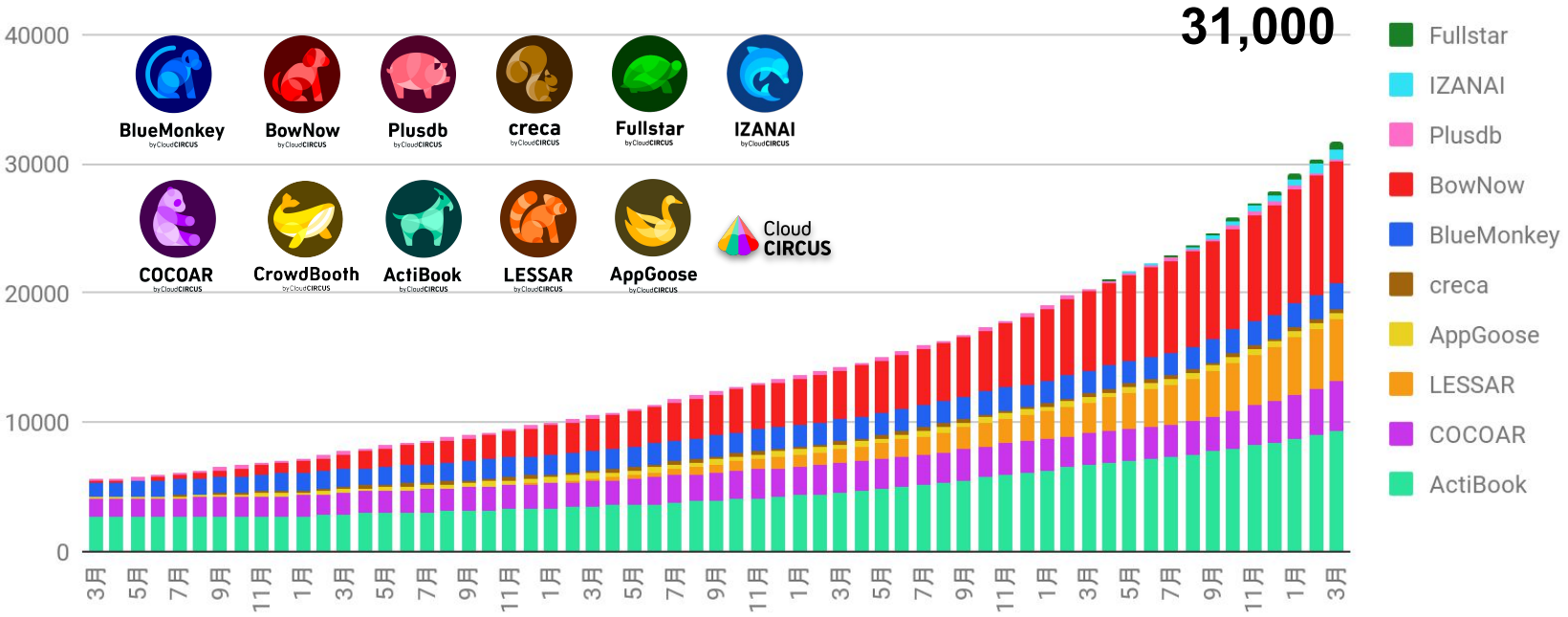
 ©Cloud CIRCUS Inc, All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

Cloud CIRCUSの成長軌跡

“

22年3月段階で31,000導入を突破。中小企業の支持を大きく広げて成長。

全プロダクト (2017.3 - 2022.3)



 ©Cloud CIRCUS Inc, All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

Performance

MAシェア
No.1
※DataSign社調べ

ツール継続率
98.9%
※2021年12月末日時点

マーケティング支援
1,950社
※2022年1月時点

ツールを販売することをゴールとせず、ツールを使って
「マーケティングの成果をだしてもらう」
といことを最大の目標として置いています。

国内導入数9400社のMAツール
BowNow

そのため**「本当に必要な機能を、使いやすいユーザービリティーで」** を最重要項目として置いた開発。
そして**「活用を頂くための情報提供を発信・サポート」** を行っています。

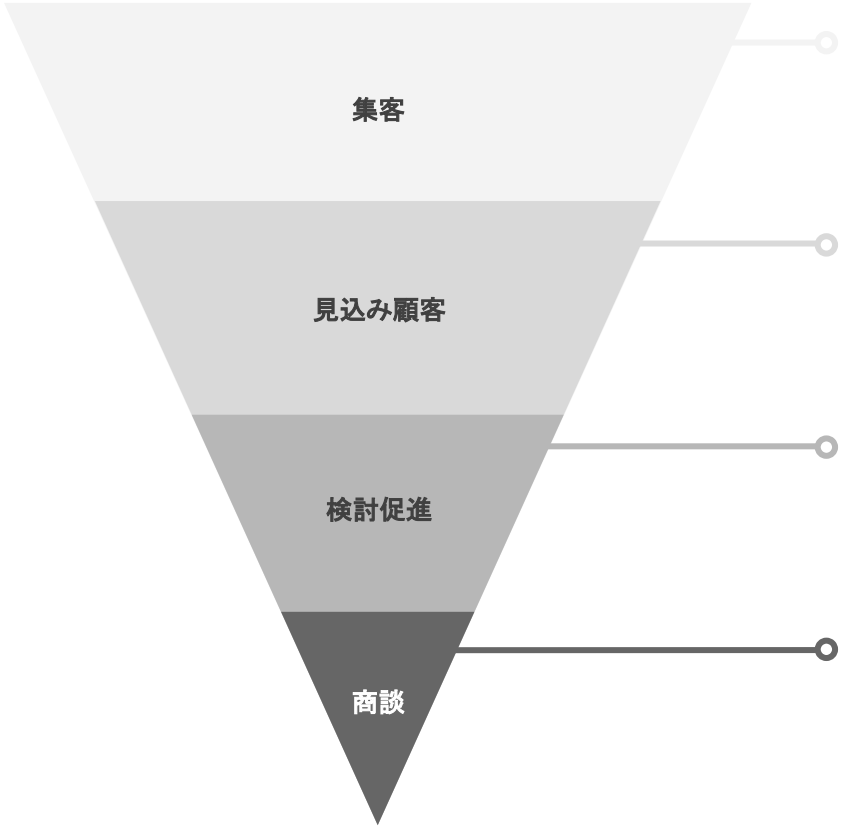
CloudCIRCUS

ActiBook　BlueMonkey　Plusdb　COCOAR　Fullstar
AppGoose　LESSAR　creca　IZANAI

“WEB制作実績1900社” “WEBアプリケーション事業 4800社” ツール×コンサルでデジタルマーケティング支援を行っています。

©Cloud CIRCUS Inc, All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

Cloud CIRCUS × 運用支援



- 広告配信
- コンテンツ制作
- LP制作
- 内部SEO改善
- SNS運用
- Webサイト構築
- 導線改善
- CV最適化
- ホワイトペーパー
- MA導入支援
- メールマーケティング
- オンライン展示会
- セミナー動画配信
- インサイドセールス
- 営業資料ログ活用

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

CloudCIRCUS

「最新」だけではない、「最適」なマーケティングを。

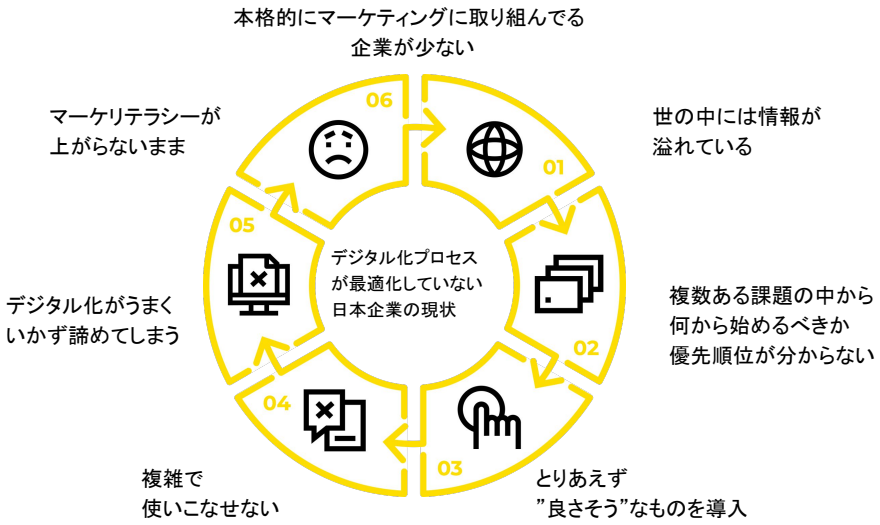
DPO

Digital Process Optimization

－デジタル　プロセス　オプティマイゼーション－

クラウドサーカスはマーケティング施策を選び、
「最適な」目標を設定し、仕組みを構築します。

◆DPOが必要な理由　－日本のマーケティング現場の現状－



何から始めるべきかわからない企業が多い

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

MAコンサルティングとは？

MAを駆使しながら顧客の課題に合わせて施策の見極めを行い、

「ノウハウ」「コンテンツ」「体制強化」の3つの軸で

成果をあげることにコミットした

企業の自走を目指すコンサルティングサービスです。

MAコンサル事例紹介　IT業界

若手社員で構成されたISチームで成果を産みだしたい
⇒商談創出手法としてISチームが有効打に！

業種　生産管理システムの発売

会社規模　3000名超　**メイン担当**　事業部長、部長、IS担当

MAコンサルティング導入前の課題

・もともと営業がアポ獲得～受注までを行っていたがISを立ち上げてアポ獲得と受注を別の部隊で行って効率化を図りたい

実際に行った施策

① 保有リードに対してのメールマーケティングの実施
② ISチームのトークスクリプトの作成
③ ロープレの実施
④ 架電状況の確認、FB

CloudCIRCUS ©StartiaLab Gloup, AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

MA運用におけるよくある課題

MA活用に失敗するマーケ組織

CloudCIRCUS

・目的が明確ではない
・目標が明確ではない
・何を目的にしたスコアリング/シナリオかがわからず設定している
・ユーザーにあったコンテンツが用意できていない
・キーコンテンツがない/わからない
・ホットリードの定義がない
・定期的に設定を見直していない（施策の分析改善ができていない）
・セールスからのフィードバックが収集できていない
・上記ができていないのに自動化しようとする

MAツールを活用することができず、「メール配信+α」程度の運用になる
→費用対効果が出ない、商談に繋がらない、セールスからの支持が得られない

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

MA活用に失敗するセールス組織

CloudCIRCUS

・目標達成のために必要な商談数を把握してない
・マーケからのパスの基準を把握してない(アツくないと思っている)
・マーケへフィードバックしていない
・各種チャネルへの対応を適切に選択できていない
・パスからアプローチまでに時間がかかっている
・アプローチの仕方が属人化している
・失注/ ペンディング理由を記録していない
・蓄積すべきログがわかっていない

MAツール活用の真意が伝わっていなかったり、マーケからのパスの優先順位が上がらないケースも。
また、ログの蓄積もできておらず、フィードバックもしないため、会社全体が成長していかない。

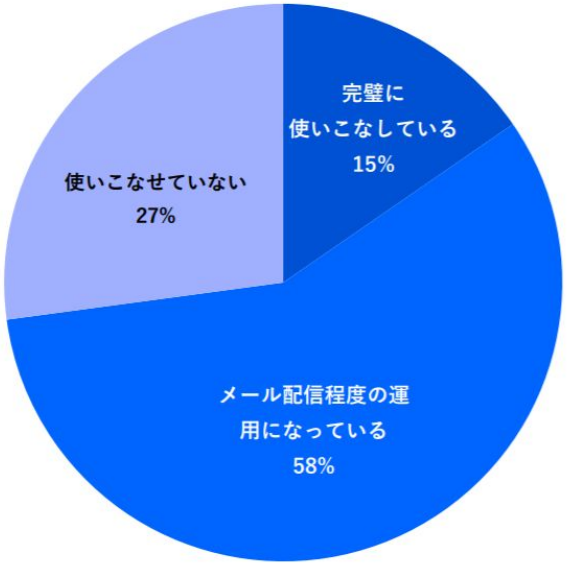
©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

Q.あなたのお勤め先ではマーケティングオートメーションツールを使いこなしていますか？

■「完璧に使いこなせている」という回答は15%にとどまる。

全体（247名）のうち、「完璧に使いこなしている」と答えたのは15%（38名）にとどまり、「メール配信程度の運用になっている」と回答した人が最も多く全体の58%（142名）という結果になりました。

■全体（n＝247）



©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

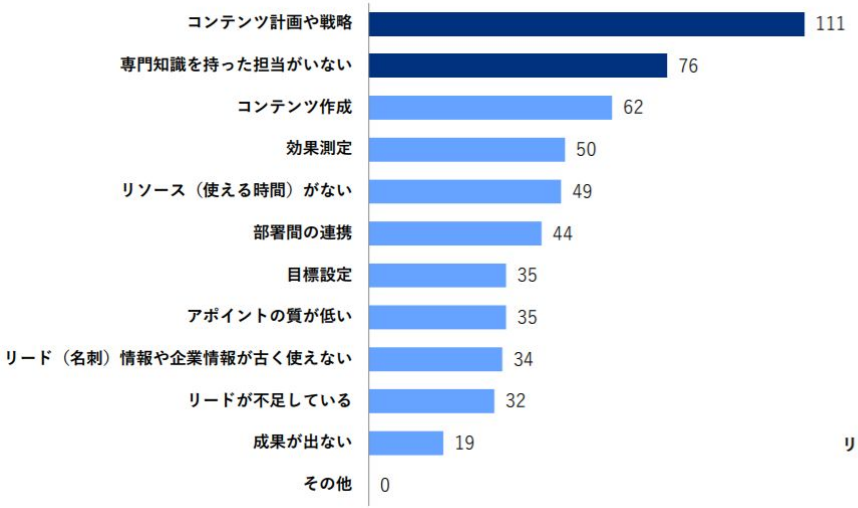
Q.あなたのお勤め先、またはあなたがマーケティングに関連する業務で抱えている課題は何ですか？

（複数回答）

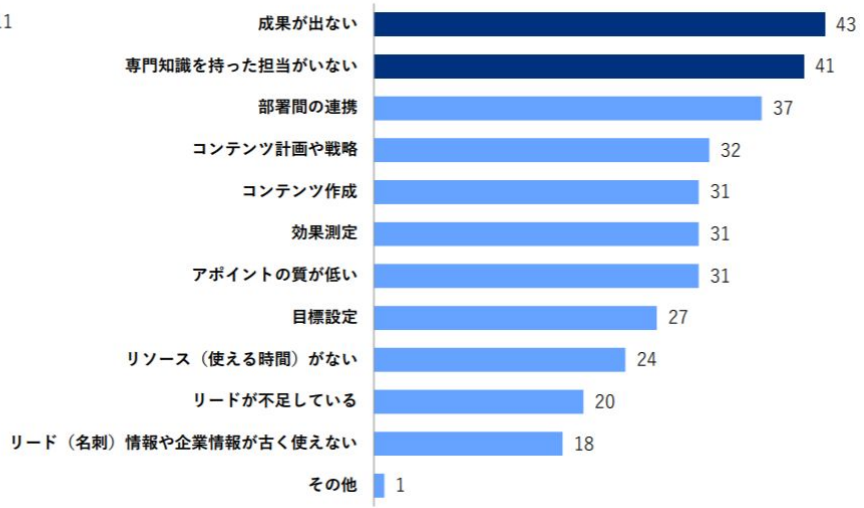
■コンテンツに関することと専門知識をもった担当者のことで課題を抱えた企業が多い

MA導入者は主にコンテンツと専門知識に課題を抱えている人が多いことが分かりました。また、　MA非導入者では「特にない」という回答が 96人と最も多く、マーケティングに関しての課題を感じていないことが分かりました。両者での課題意識の差があるものの、共通する課題としては「専門知識を持った担当者がいない」となりました。

■MA導入者（n＝314）



■MA非導入者（n＝318）



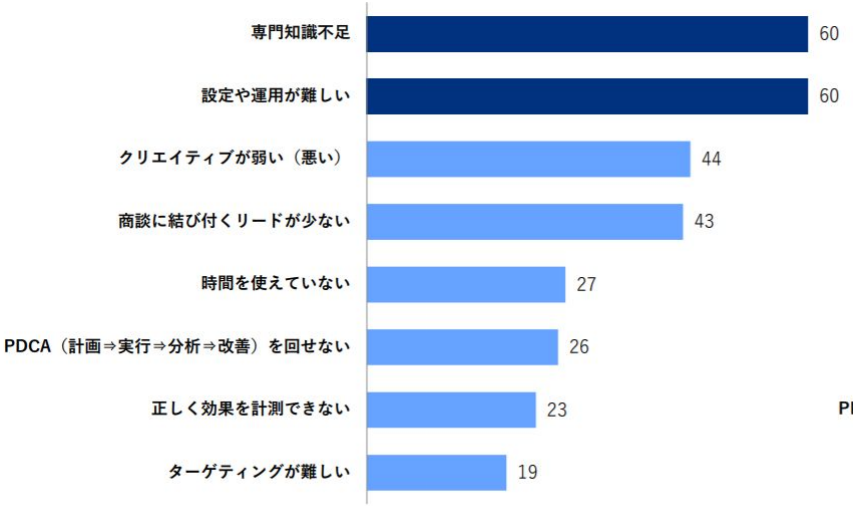
CloudCIRCUS ©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

Q.あなたが効果がないと感じる理由として当てはまるものを教えてください。 (複数回答)

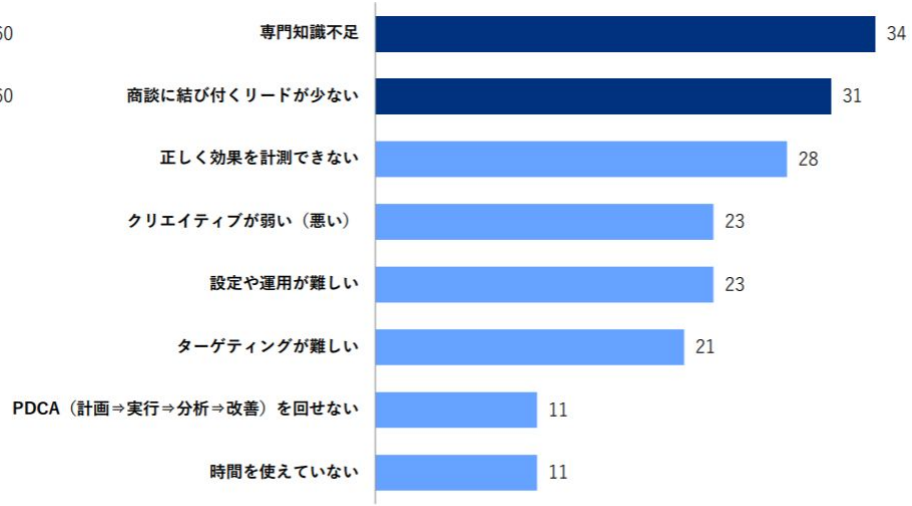
■MA導入者、非導入者ともに「専門知識不足」が最も多い

マーケティング施策の効果がない理由として、 MA導入者（146名）、MA非導入者（100名）ともに「専門知識不足」が一番多い回答として挙げられる結果となりました。デジタル人材が不足していると言われていますが、その状況を表した結果となっています。

■MA導入者（n＝146）



■MA非導入者（n＝100）



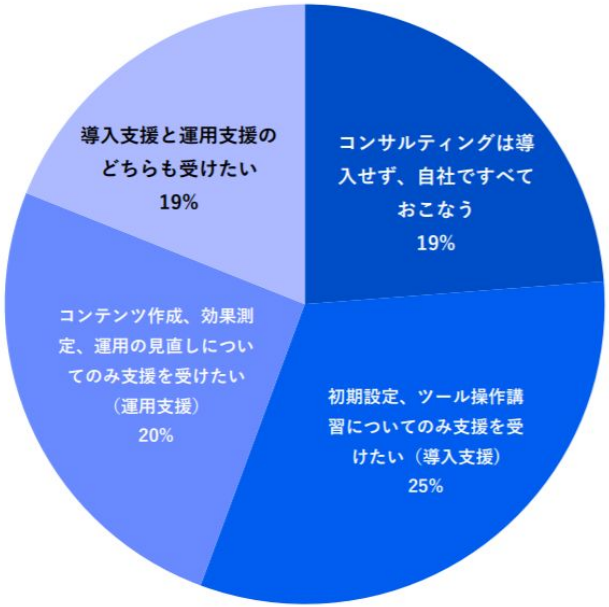
CloudCIRCUS ©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

Q.もしあなたが改めてマーケティングオートメーションツールを導入するとしたら、どれを選びますか？

■何かしらの支援を受けたいと答えた企業は全体の81%

もし改めてMAを導入するとしたらという問いに「コンサルティングは導入せずすべて自社でおこなう」と答えた人はわずか19%（59名）という結果になりました。コストがかかったとしてもコンサルティングが必要だと感じている人が多いことがわかります。

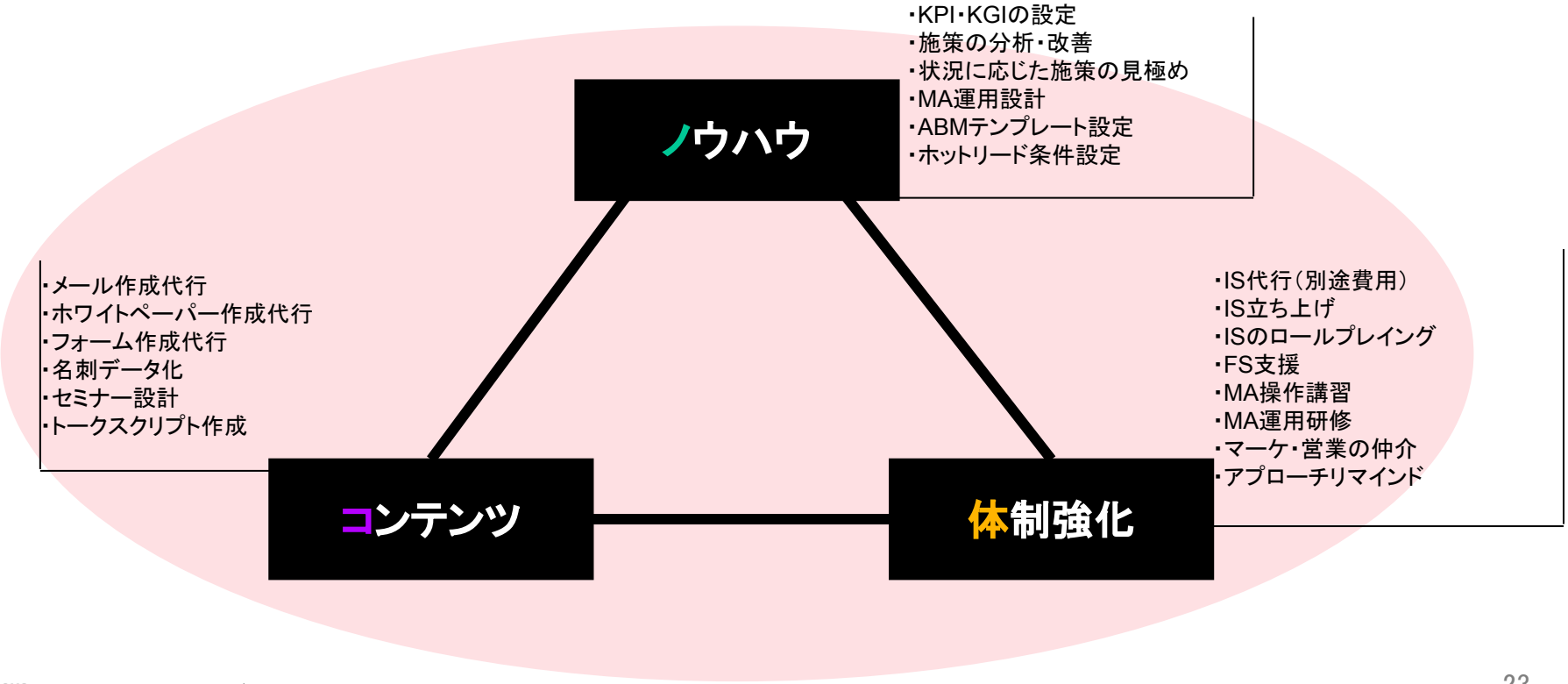
■全体（n＝ 248 ）



©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

MAコンサルのサービス概要

「ノウハウ」「コンテンツ」「体制強化」の提供で、成果の最大化、施策の最適化を行います。



©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

ノウハウ　目的 / 目標設定

マーケ

隠れ顕在層
の可視化

ニーズはあるが問い合わせには至っていない顧客の可視化

マーケ

リアクティブ
の可視化

前回接触があったタイミングでは検討段階でなかった顧客が再検討に入った瞬間の可視化

マーケ

ナーチャリングで
検討促進 / 関係構築

検討していない顧客は検討段階の引き上げを狙い、検討時期が遠い顧客は関係性を維持。

セールス

適切で迅速な
アプローチ

見込み顧客へのアプローチは状況は合わせて変化させ、迅速であることで商談化率が大きく変わる。

2020年							
		4月	5月	6月	7月	8月	9月
KGI：商談創出	目標	10					
	実績	8					
KPI①：ホットリード創出	目標						
	実績						
KPI②：コンテンツ作成数	目標						
	実績						
目標		10	0	0	0	0	0
実績		8	0	0	0	0	0
達成率	実績	80.00%	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

ポイント

どの施策から取り組むことが効果の最大化につながるのか。
そして、その施策はどのくらいの数値のどのくらいの期間で目指していくのか。
貴社の状況に合わせてコンサルタントがカスタマイズした目標設定をします。

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

マーケティング・営業の数値分析の実施

②リード獲得			▶	③アプローチ顧客			▶	④アポ獲得			▶	⑤受注		
個人情報取得				新規リード　HOT（最優先）				④ 商談				⑤ 受注		
CVポイント	実績	目標	→	条件	実績	目標	→		実績	目標	→		実績	目標
webお問い合わせ	○件	○件		webお問い合わせ	○件	○件		webお問い合わせ	○件	○件		webお問い合わせ	○件	○件
電話お問い合わせ	○件	○件		電話お問い合わせ	○件	○件		電話お問い合わせ	○件	○件		電話お問い合わせ	○件	○件
顕在資料DL	○件	○件		顕在資料DL	○件	○件		顕在資料DL	○件	○件		顕在資料DL	○件	○件
				保有リード　WARM（予備プール分）				④ 商談　WARM				⑤受注　WARM		
				条件	実績	目標			実績	目標			実績	目標
				リンククリックリスト	○件	○件		リンククリックリスト	○件	○件		リンククリックリスト	○件	○件
				資料DL	○件	○件		資料DL	○件	○件		資料DL	○件	○件
				ステータス顕在化	○件	○件		ステータス顕在化	○件	○件		ステータス顕在化	○件	○件

ポイント

目標や目的が定まっても、施策が明確・具体化できないと進めることはできません。
貴社の目的にあった施策を具体化し、準備を整えていきます。
MAコンサルでは、ボトルネックの分析を行い、各セクションごとの目標立案と達成の支援を行います。

CloudCIRCUS ©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

施策を打たないと**「ユーザーはサイトに訪れない！」**
露出の少ないサイトや更新頻度の低いサイトは、放っておいてもユーザーは来ない。
「ユーザーをサイトへ誘導する」 ＆ **「ユーザーとの接点を増やす」**施策が必要。

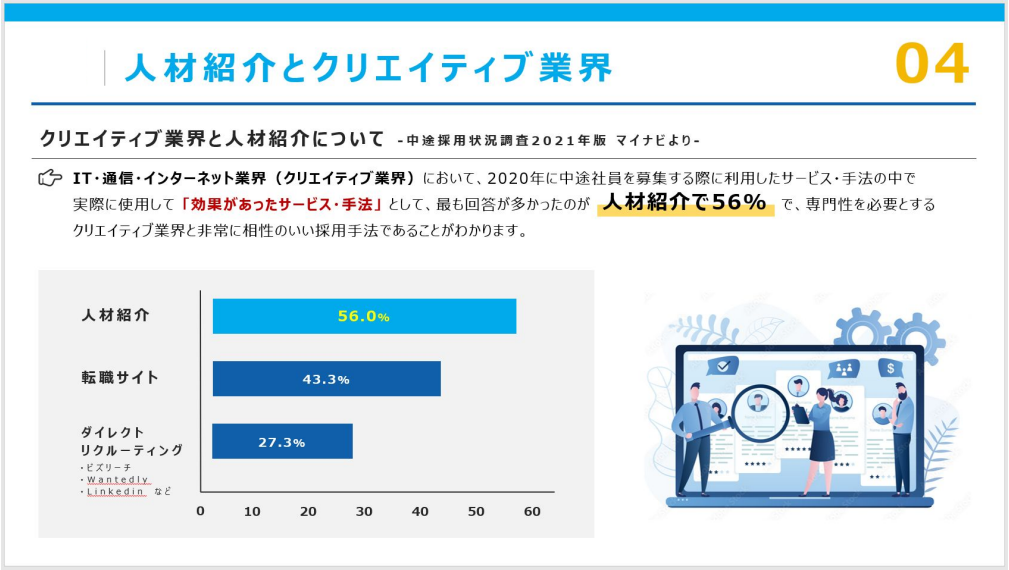
関係構築コンテンツ → **検討促進コンテンツ**

不信 信頼できない	不要 必要ない	不適 他社のものでいい	不急 今じゃない
・業界情報 ・ノウハウ情報 ・技術情報	・導入メリット ・用途/業界別 ・解消される課題	・強み/証明 ・コンセプト ・外部評価	・無料相談 ・デモ/サンプル ・キャンペーン

・事例、実績、お客様の声　　・セミナー

CloudCIRCUS ©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

ホワイトペーパーイメージ



ポイント

顧客のニーズ分析や、現状不足しているコンテンツを分析したうえで必要になるコンテンツのご提案や、構成の構築、デザインを行いご納品します。
ヒアリングを重ねた上で作成するため唯一無二のコンテンツが出来上がります。

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

CloudCIRCUS

インサイドセールスチェックシート

レベル1				
一般的な想定されるペルソナ企業の想定でのロープレ				
状態		チェック	項目	注意点
関係性構築	1		声のトーンやスピードが適切な状態で話せているか。	落ち着いたトーンを意識する
	2		棒読みになっていないか、スクリプトを読んでいる感じがないか	スクリプトを読まないようにする、フレームだけ覚えてスクリプトを見ない
	3		相手が話そうとしているタイミングで話しを止められているか。	間を制する、お客様のリアクションを気にする
	4		相手の話しに対して適切なあいづちができているか。	あいづちでリズムをつくる、変なあいづちではないか
	5		お客様の反応へのリアクションがあるか、不自然ではないか	かぶっていないか、気持ちいいリアクションを目指す
システム確認	6		キャンペーンや部署など間違いなく把握できているか	システム把握、担当者ページのキャンペーン履歴、部署、役職から確認、お客様の名前がわからなければ検索「○○　読み」など
トークテクニック	7		サービス紹介をシンプルに伝えられているか	メリットを簡潔に伝えられているか
	8		例え話がシンプルで動機付けができているか	目的はサービスを理解してもらえる喩え話、お客様に合わせた例え話を
	9		日付がスムースに話せているか、候補を２、３出せているか	アポイントは候補をこちらから提示する。７は「なな」と読む。こういう細かい気遣いは大事
レベル2				
想定されたターゲットでの1社を選択してロープレ（難易度で２段階で設定）				
状態		チェック	項目	注意点
システム確認	1		過去の商談履歴を把握できているか	約2年間ぐらいは把握
	2		商談の結果を把握しているか	営業が記載している、していないがあるので活動記録の行間を読む必要がある、本音と建前がある。
	3		フォローする担当者との履歴を把握しているか	担当者の履歴は全て把握。
	4		仮説を立てたメリットトークの準備ができているか	過去履歴、WEBサイトからどうするべきかを想像する
	5		過去の失注理由を把握しているか	失注理由を想像（記載漏れあり）
	6		相手の性格、キャラクター、出てくるリアクションなど想像できているか	せっかちタイプ？のんびりタイプ？気になるポイントは数字多め？教えられたいタイプ？教えたいタイプ？知ったかするタイプ？
	7		相手のリテラシーを把握する	デジタルマーケティングに対するリテラシー、商材、サービスへの理解度は？それに合わせて言い換えなどをしている。
	8		過去の商談での担当者と今回の担当との関連があるかを把握しているか	今まで担当者との部署の関連は？上下関係は？
	9		相手のキャンペーンの履歴を確認できているか	どのタッチポイントで接点をもったかを把握して、お客様の興味をもつテーマをイメージしている。
関係性構築Lv2	10		リアクションの薄いお客様へ上記項目	オープンな質問を入れる
	11		喩え話が思いつかない業界	汎用的、鉄板なものを用意しておく、MAでは事業内容で商流などを把握すること
	12		電話で商談してサービス紹介をしていないか	お客様が話過ぎてるケースは別で15分以上の会話になってると要注意
	13		失注理由を伝える、伝えないを間違えていないか	電話でオンラインでもあっさりした履歴であればあえて言わない。電話でヒアリングできている、関係性ができていそうであれば伝える。
トークの考え	14		魅力的な動機付けができているか	前回の失注理由が仕方ないことであれば、それを超える動機付けが必要。
	15		事実をもとに言い換えなどがうまくいっているか	失注理由などな本音でないことが多い。記載していることは営業が思ったことで事実でないこともある。

ポイント

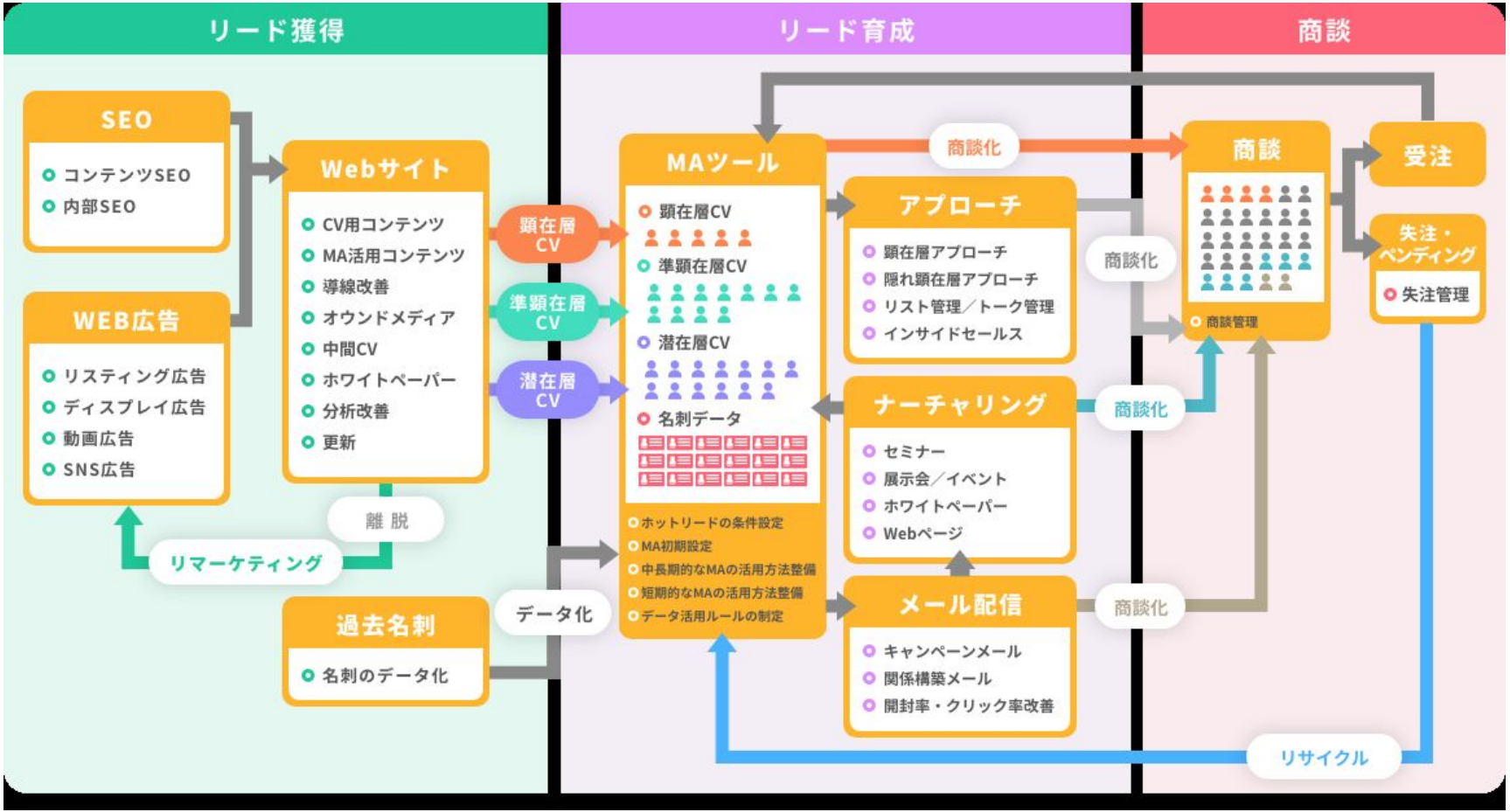
インサイドセールスのスキルはテレアポとは違ったスキルになるため一朝一夕で身に付けられるものではありません。
弊社が実際に社内で培ったノウハウを基に、担当者様がスキルを身に付けられるようチェックシートを用いながらスクリプトの構築、ロープレの実施まで実施します。

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

CloudCIRCUS

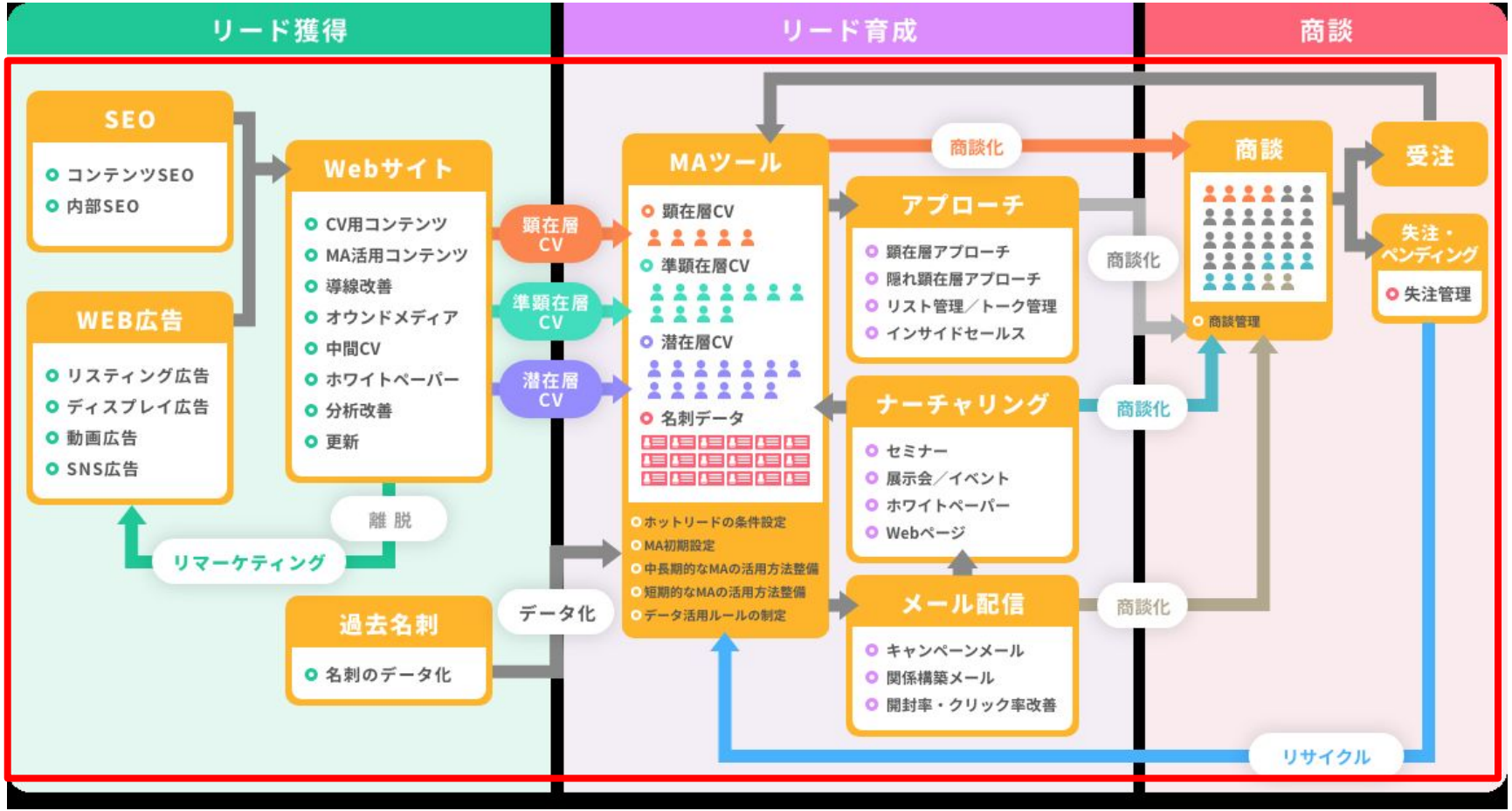
MAコンサルティングが選ばれる理由

重要なのは施策をつなげること



©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

MAコンサルの支援スコープ（部分最適ではなく、全体最適の実行）



©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

一般的なコンサル会社との比較

CloudCIRCUS

弊社は他社と比べ、MA周りの活動を戦略立案～実践までトータルでサポートいたします。

	他社MAコンサル	戦略・戦術コンサル	弊社コンサル
戦略立案	×	◎	○
リード獲得	×	×	△
リード育成	◎	×	◎
商談活動	○	○	◎
コンテンツ作成	×	×	○
市場調査	×	○	×

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

MA導入後の流れ

導入

・初期設定
・目的設定
・設計

START!!

運用

・メール配信
・ホットリード抽出

カスタマーサクセス

活用

・ナーチャリングメール
・コンテンツ作成

分析・改善の繰り返し

定着

・リアクティブ戦略
・検討促進施策
・自社内での施策の見極め

他のマーケティング施策との組み合わせ

MAコンサルではMA導入後、自走出来る形まで伴走する「定着」までご支援しています。
デジタルマーケティングで成果を最大化させるために適宜必要な施策のご提案を行い、マーケティングレベル向上に寄与します。
導入～運用部分までは一般的なカスタマーサクセスでも実施可能ですが、自社のみでの運用改善が出来るよう、「定着」を目指し、
MAコンサルではご支援いたします。

CloudCIRCUS ©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

研修メニュー

CloudCIRCUS

・インサイドセールスの作り方
・クロージング型インサイドについて
・展示会運営のコツ
・コンテンツマーケティングの手法
・営業組織の作り方
・モチベーションマネジメントについて
・ミッション型組織とは
・委員会制度とは
・キャンペーンや報奨について
・インハウスSEOについて
・カスタマーサクセスについて
・SFAの基礎と選定について
・ドラッカー経営について
・サブスクリプションモデルについて
・Saasモデルについて
・ODSCについて

※赤文字はセミナーでも人気のあるテーマ

◆担当者向け

・テレアポの心構え
・テレアポにおけるPDCAの回し方
・トークスクリプトの改善の仕方
・ロールプレイング(デモ商談)

◆新人にも理解してほしい

◆他部署も巻き込んで会社全体で取り組みたい

◆昨今のマーケティング・営業事情について勉強したい

などのご要望にもお応えします！

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

CloudCIRCUS

料金

料金

初期費用	100,000円

MAコンサルビジネス

300,000 円/ 月

プラン内容

・MA運用支援
・MAコンテンツ支援
・DX支援
・最低利用期間　1年

MAコンサルパートナー

500,000 円 / 月

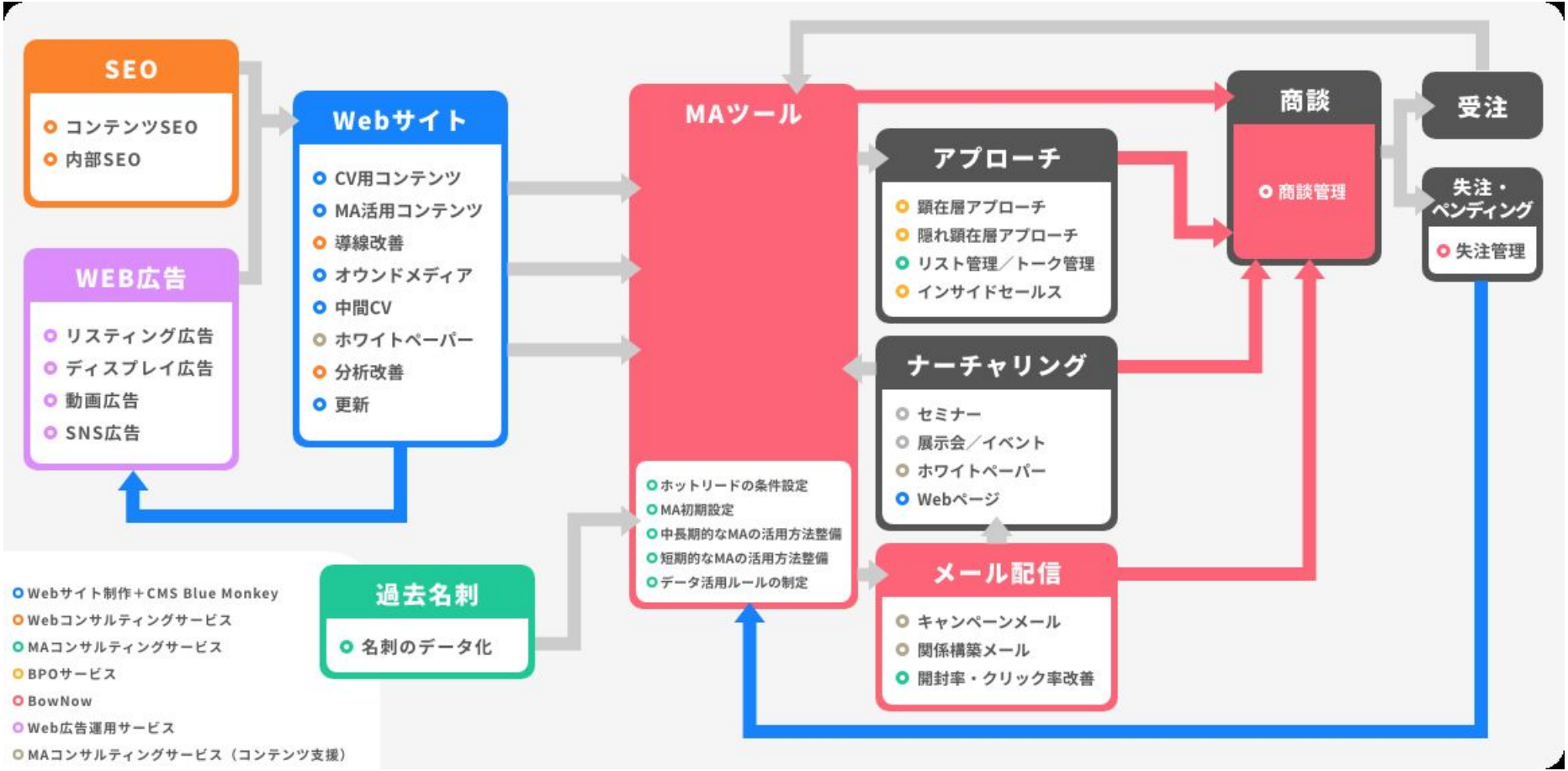
プラン内容

・MA運用支援
・MAコンテンツ支援
・DX支援
・最低利用期間　1年
※MAコンサルビジネスの 2倍の工数がご利用可能

※インサイドセールス BPO　7万円～（別途）

CloudCIRCUS ©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

デジタルマーケティングの醸成と各種サービスについて



©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

MAコンサルの流れ

CloudCIRCUS

現状分析

リード情報、顧客の検討段階、現状の MA活用方法、メール配信データの分析

目的 / 目標設定

MA活用で目指すべき目的・目標の設定を支援

達成に必要な施策の可視化

達成に必要な施策を要素ごとに可視化し、現状と照らし合わせながら施策の優先順位を決める

計画と実行

最適な施策を効果が最大化する順番で実行していき、効果測定を行う

小さな成功事例

勝ち筋を見つけていき、どんなに小さな成功でも記録と検証を行う

横展開・組織化

成功例を横展開していくことで様々なシチュエーションで効果的な施策を見つけ、組織化

©Mtame inc., AllRights Reserved. | CONFIDENTIAL

About us

CloudCIRCUS

クラウドサーカス株式会社

社名	クラウドサーカス株式会社
共同代表	北村　健一 CEO　　金井 章浩 COO
本社	〒163-0919　東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリス21F
拠点	【大阪支店】 〒530-0011　大阪府大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪　タワーA17階 【福岡支店】 〒812-0016　福岡県福岡市博多区博多駅南1-10-4　第二博多偕成ビル4階
TEL	0120-919-901
URL	https://cloudcircus.jp/
資本金	150,000千円
設立	2021年7月1日
株主	スターティアホールディングスグループ　東証プライム3393（連結100%子会社）