



BtoBマーケティングオートメーション 意識調査



回答者の属性

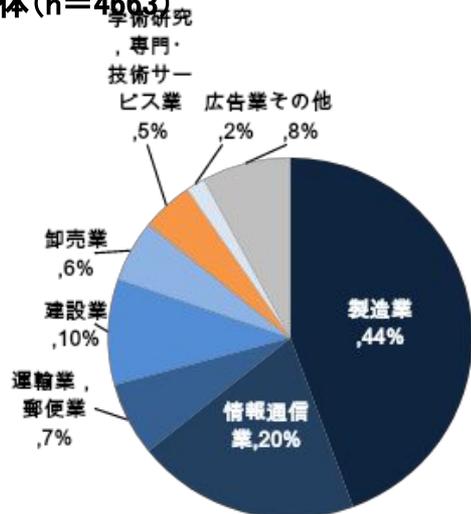
国内のBtoB企業においてもマーケティングの重要性が理解されはじめ、マーケティング施策による成果が出ている企業が増えてきました。また、マーケティング施策を効率化するマーケティングオートメーション(MA)ツールの導入を検討される企業も多くなってきています。

そこで弊社スターティアラボ(現:クラウドサーカス株式会社)ではこの度、2017年11月にインターネット調査にてBtoB企業にお勤めの方に2つのアンケートを実施しました。

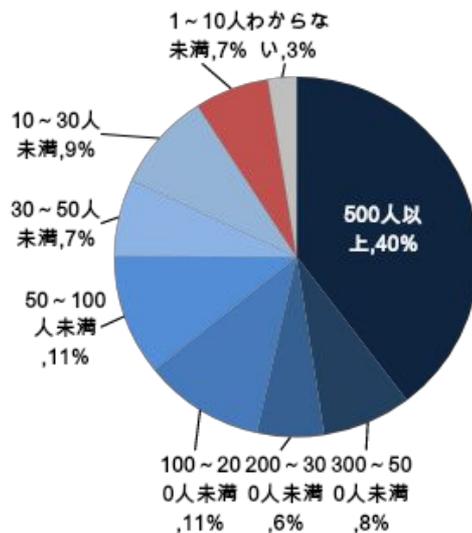
1. 有効回答4663社に対し、MAツールの認知度や利用状況についての調査

2. 上記のうちマーケティング部門、営業部門の担当者様に限定した393社に対し、マーケティング施策やマーケティングオートメーションツールについての調査

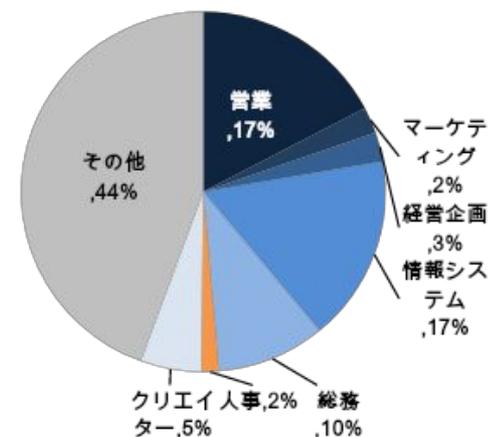
■全体(n=4663)



■全体(n=4663)



■全体(n=4663)

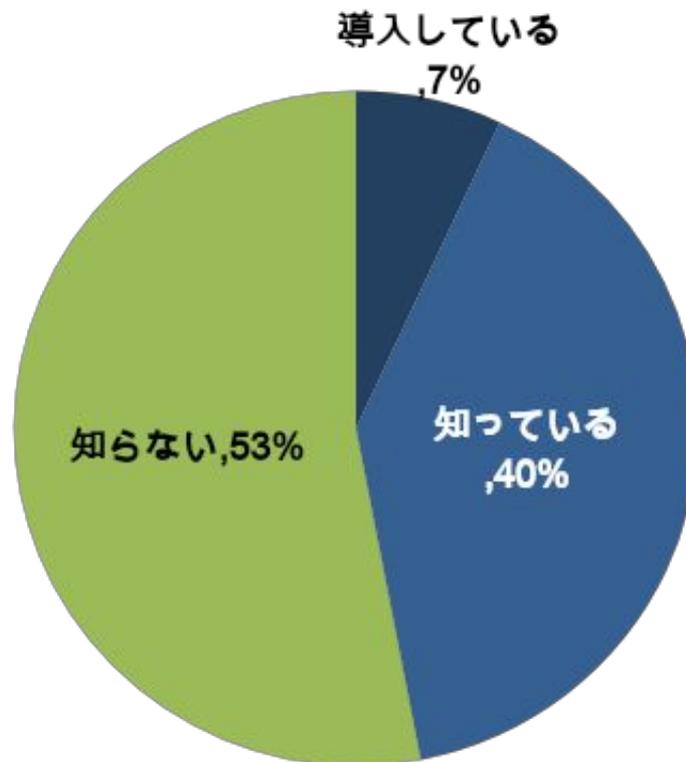


Q.マーケティングオートメーション(MA)を知っていますか？

■全体の47%は既にマーケティングオートメーションを知っている

全体(4,663名)の47%(2,190名)の約半分の回答者が、マーケティングオートメーションを既に知っている、または導入しているという結果となりました。

■全体(n=4663)

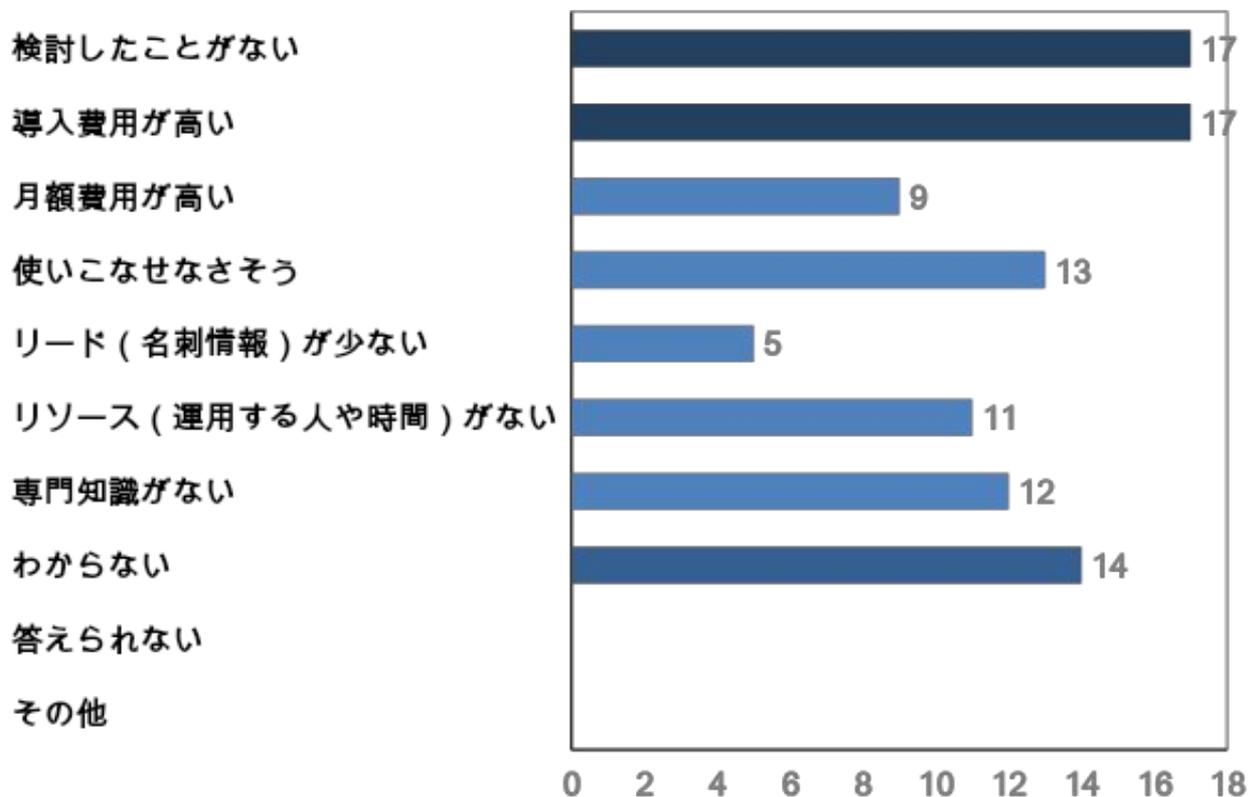


Q.あなたのお勤め先がマーケティングオートメーションツールを導入しない(検討出来ない)理由を教えてください。(複数回答)

■導入しない理由は「導入費用が高い」から

MA未導入企業のうち、MAを知っている方(63名)に、導入に至っていない理由を質問すると「導入費用が高い」が一番多い結果となりました。(明確な理由に絞る)

■全体(n=63)

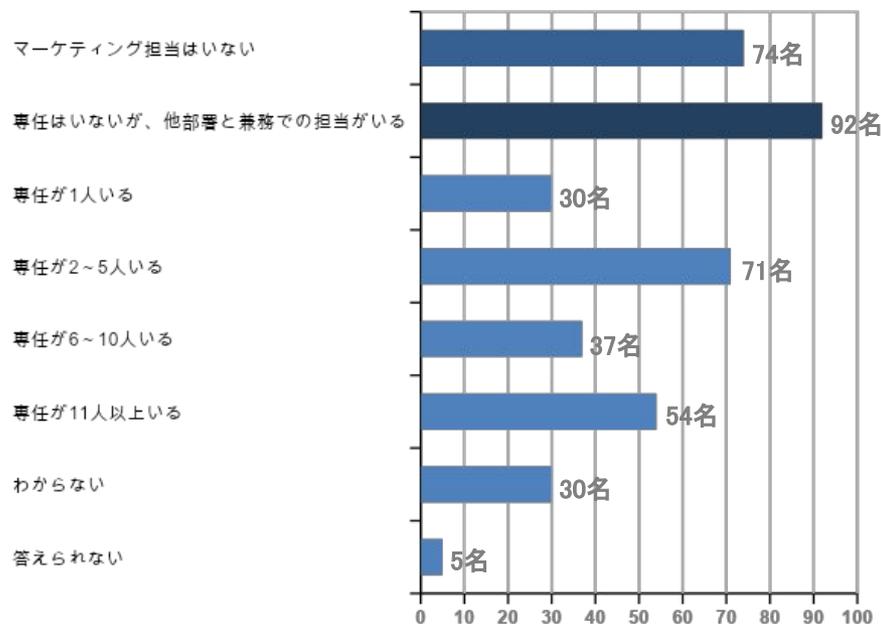


Q.あなたのお勤め先では社内にマーケティング担当はいますか？

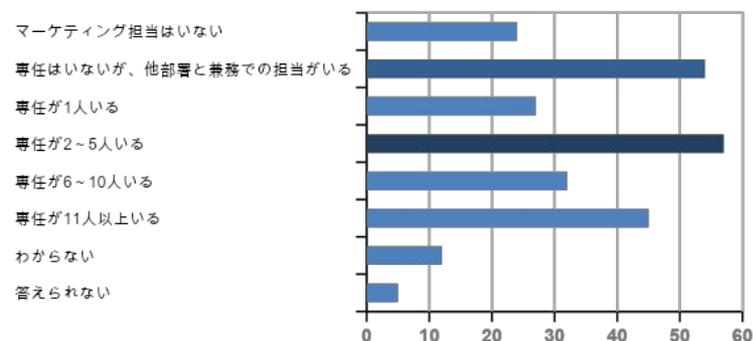
■MA導入企業の方が、非導入企業よりマーケティングに人数を割いている

MA非導入企業は「マーケティング担当はいない」が一番多く、MA導入企業は「専任が2～5人いる」が一番多い結果となりました。

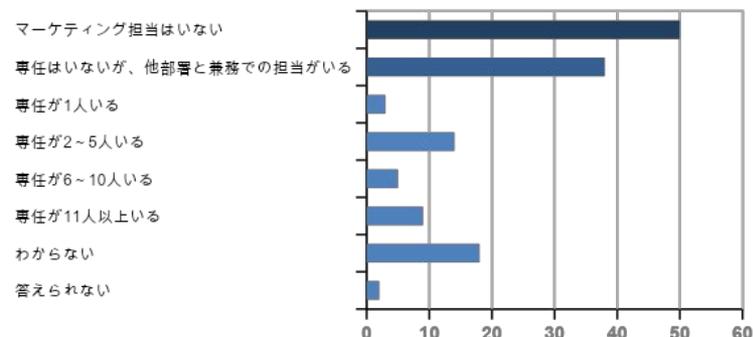
■全体 (n=393)



■MA導入者 (n=254)



■MA非導入者 (n=139)

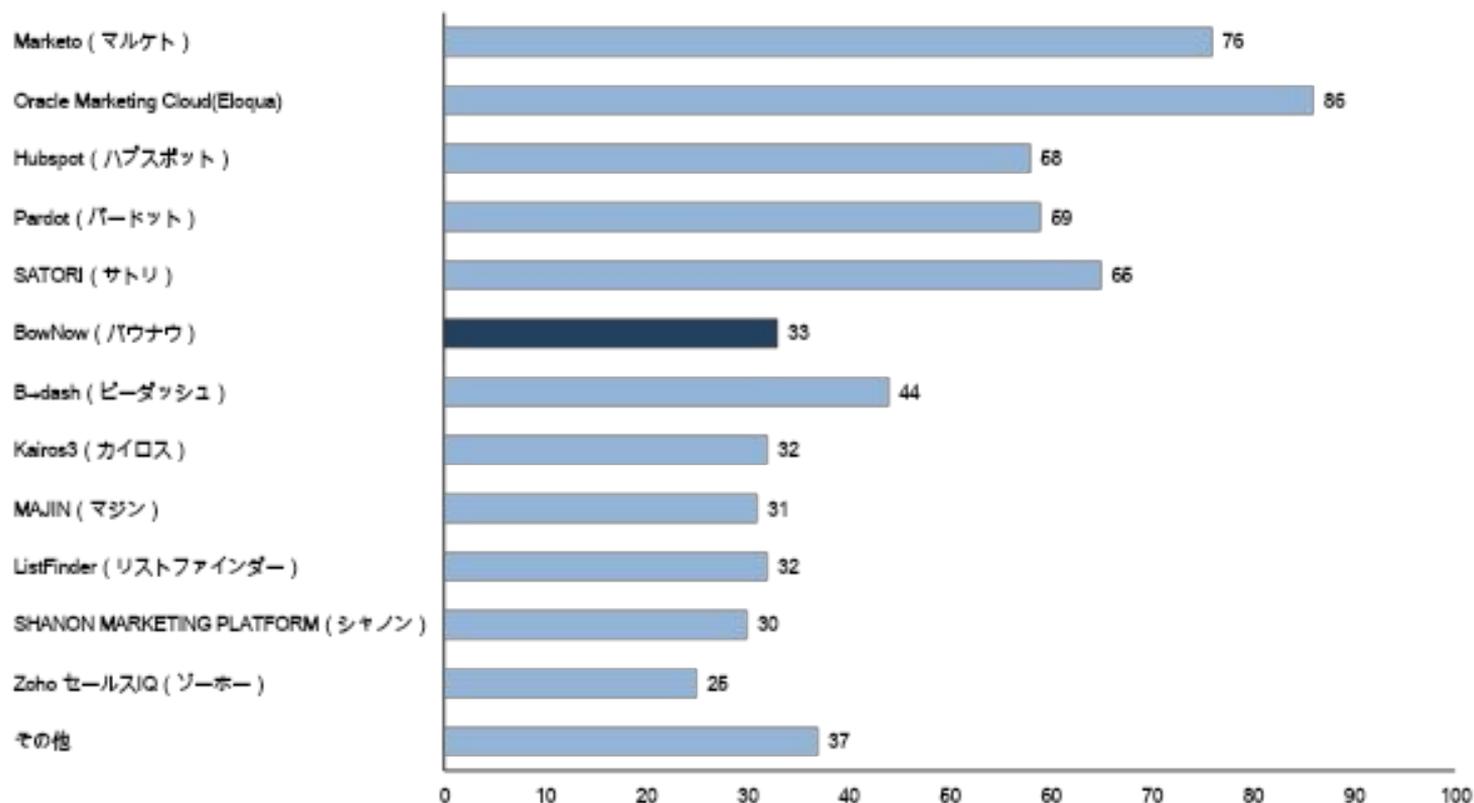


Q.あなたが知っているマーケティングオートメーションツールはどれですか？(複数回答)

■国産MAより、海外MAの方が認知度が高い

今でこそ国産MAの認知度も高まってきましたが、やはりMAという概念を生んだ海外のツールの方が認知度が高いことが伺えます。

■全体(n=254)

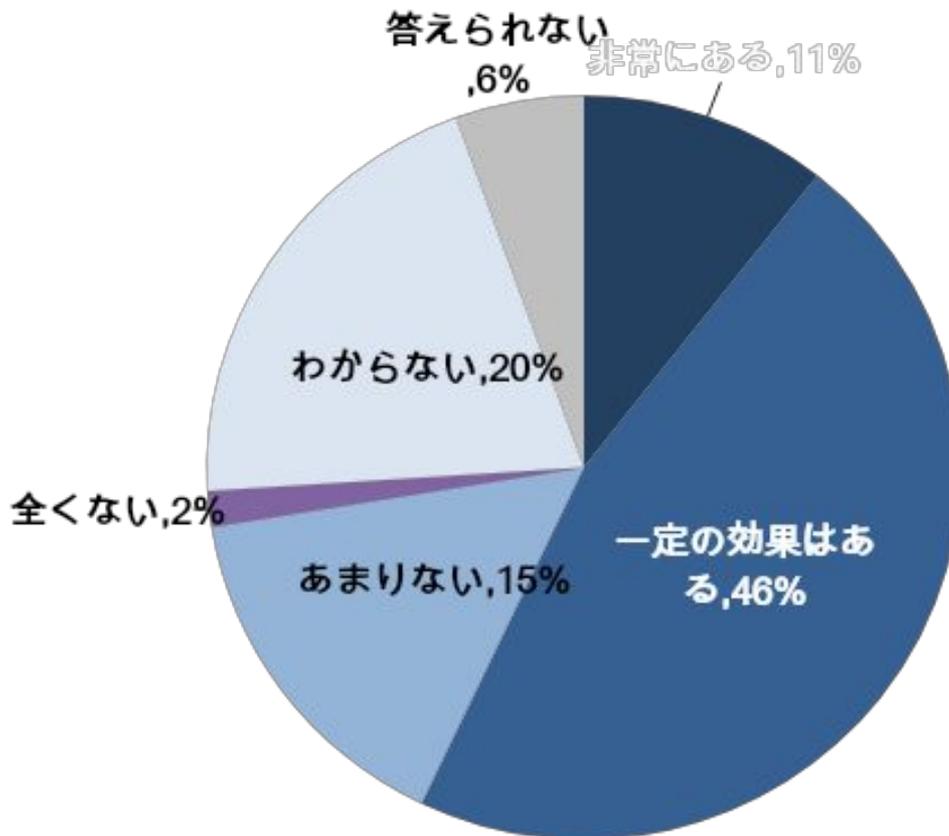


Q.あなたのお勤め先でのマーケティングオートメーションツール導入後、あなたは、効果があったと感じましたか？

■MA導入の効果はある

全体(254名)の57%(145名)の過半数以上の回答者が、MA導入の効果はあると感じている結果となりました。

■全体(n=254)

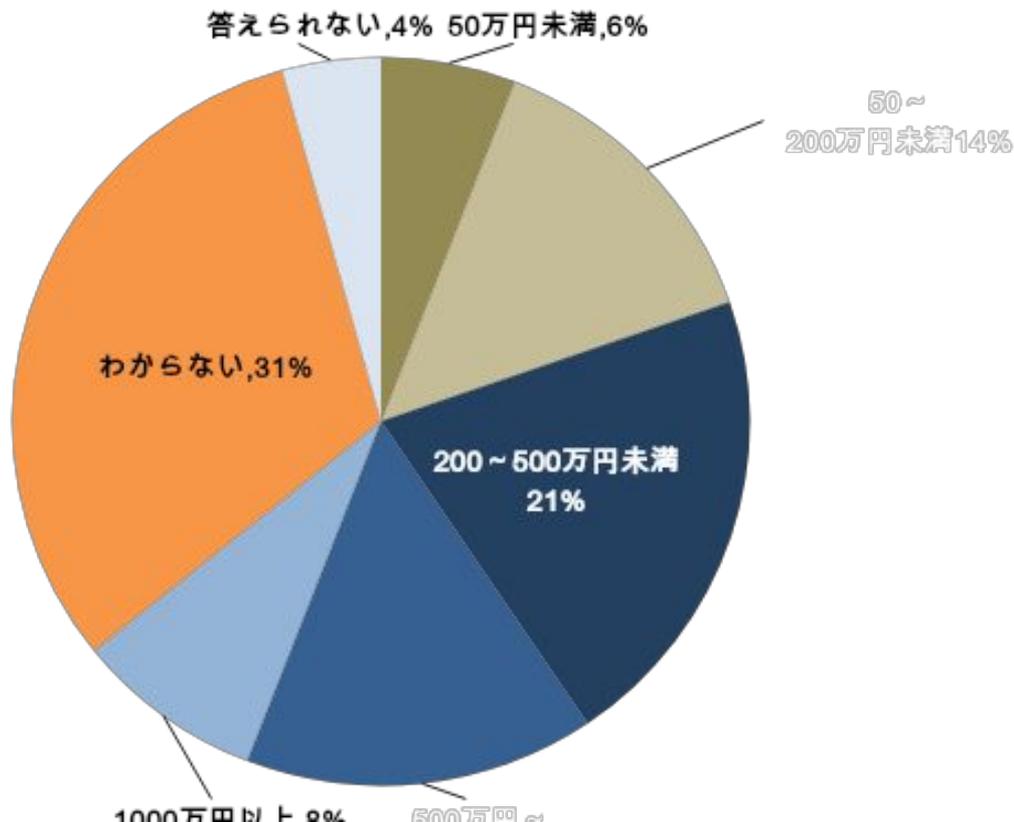


Q.あなたのお勤め先でのマーケティングオートメーション関連の年間コストを教えてください。(人件費を除く)

■1,000万円以上のコストを掛けている企業が8%

全体(254名)の8%(21名)の回答者所属する企業が、年間1,000万円以上のコストを掛けている結果となりました。また、200万円以上になると44%という結果になります。

■全体(n=254)

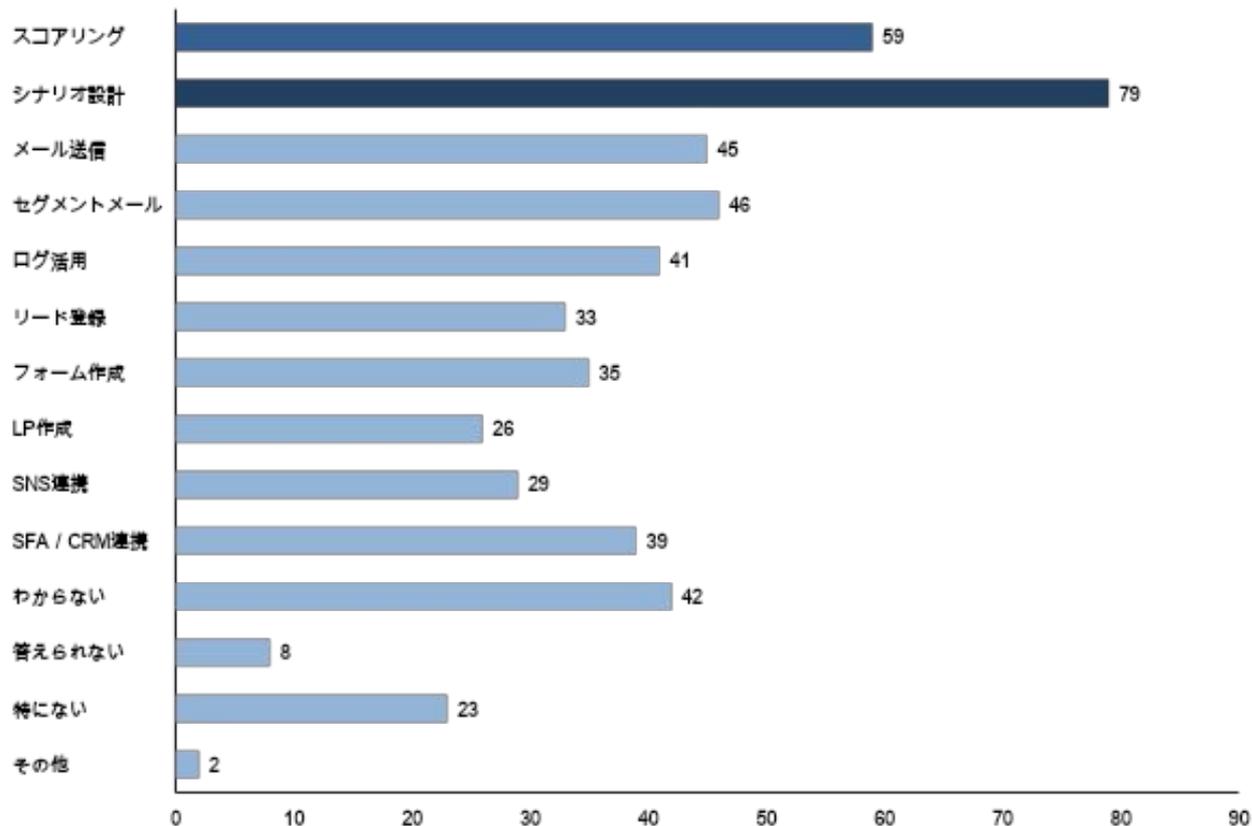


Q.あなたが、マーケティングオートメーションで難しい (使いこなせない)と感じる機能はなんですか？(複数回答)

■「シナリオ設計」が一番難しい

オートメーション(自動化)といえども、高機能なため初期設定が非常に複雑なマーケティングオートメーション。なかでも、難しい・使いこなせない機能は「シナリオ設計」が最も回答が多く、次いで「スコアリング」という結果となりました。

■全体(n=254)



Q.あなたが、難しい(使いこなせていない)と感じる理由として当てはまるものをお答えください。(複数回答)

■使いこなせないのは、使い方がわからないから

MAを難しい・使いこなせていないと感じる理由として、「機能が使いこなせないから」(70名)、次いで「ツールだけ導入し、支援(コンサル)を受けていないから」(56名)が多い結果となりました。MAを使いこなすには見識者の支援が必要なのが伺えます。

■全体(n=181)

費用対効果の計測方法がわからないから

54

機能が使いこなせないから

70

ツールだけ導入し、支援(コンサル)を受けていないから

56

操作性が悪く使えていないから

37

リード(リストの数)が少ないから

30

ログ(アクセス数や開封など)が少ないから

27

初期設定ができないから

16

運用ルールが曖昧だから

44

わからない

4

答えられない

2

その他

3

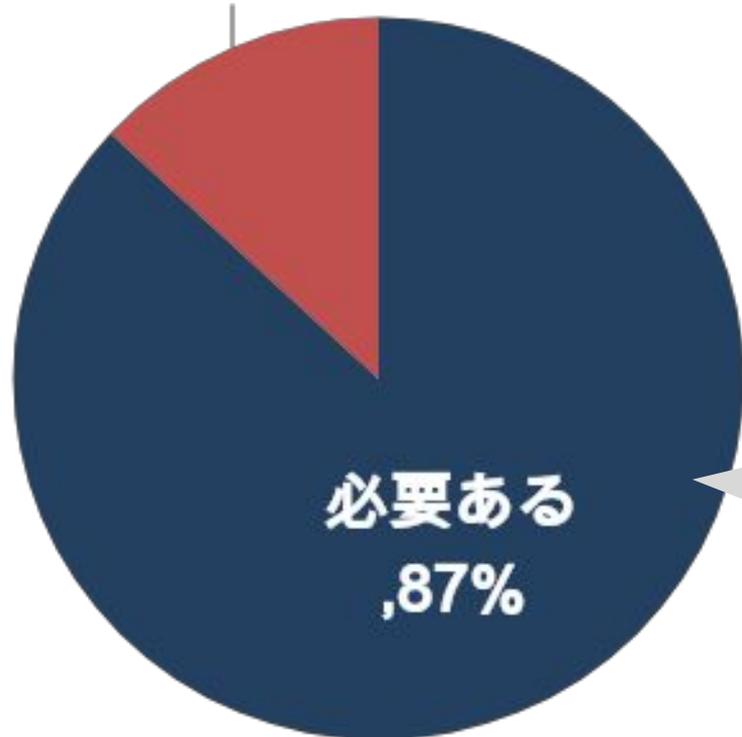
0 10 20 30 40 50 60 70 80

Q.あなたのお勤め先でマーケティングオートメーションツール運用中(利用中)に
専門家の意見が必要と感じた場面はありましたか？(複数回答)

■MA導入にコンサルが「必要ある」と感じた方は87%

MA導入者(254名)に、専門家の意見が必要と感じた場面を聞いたところ、「運用時」での支援を一番強く望まれていることがわかりました。「立ち上げ時」から「運用時」までの一貫したフォロー体制を築くことが大切だと伺えます。

■全体(n=206) 必要ない,13%



必要あると答えた方が、 実際に必要だと感じた場面(n=179)

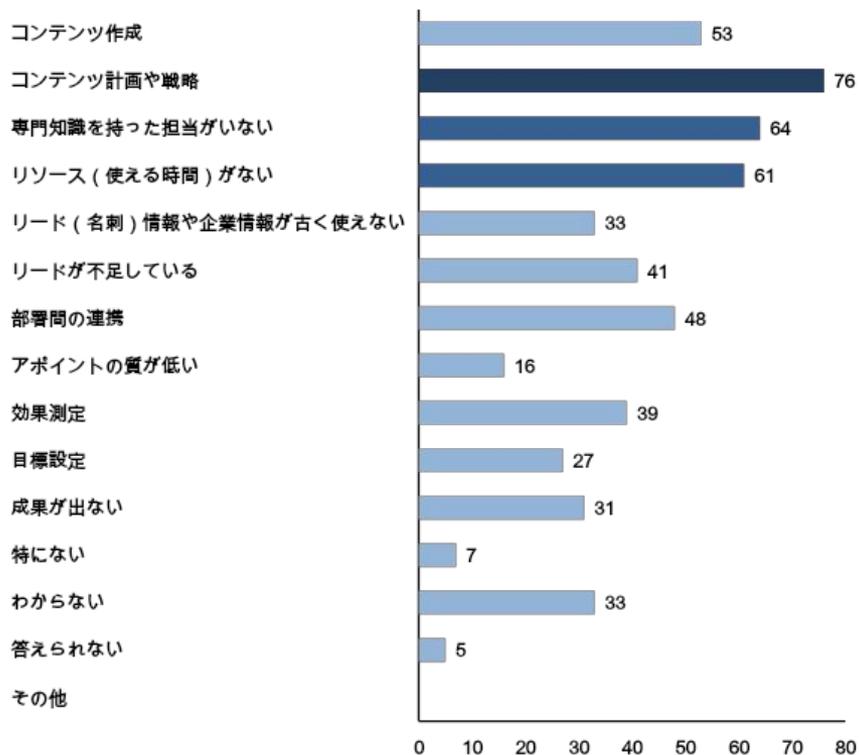


Q.あなたのお勤め先、またはあなたがマーケティングに関連する業務で抱えている課題は何ですか？(複数回答)

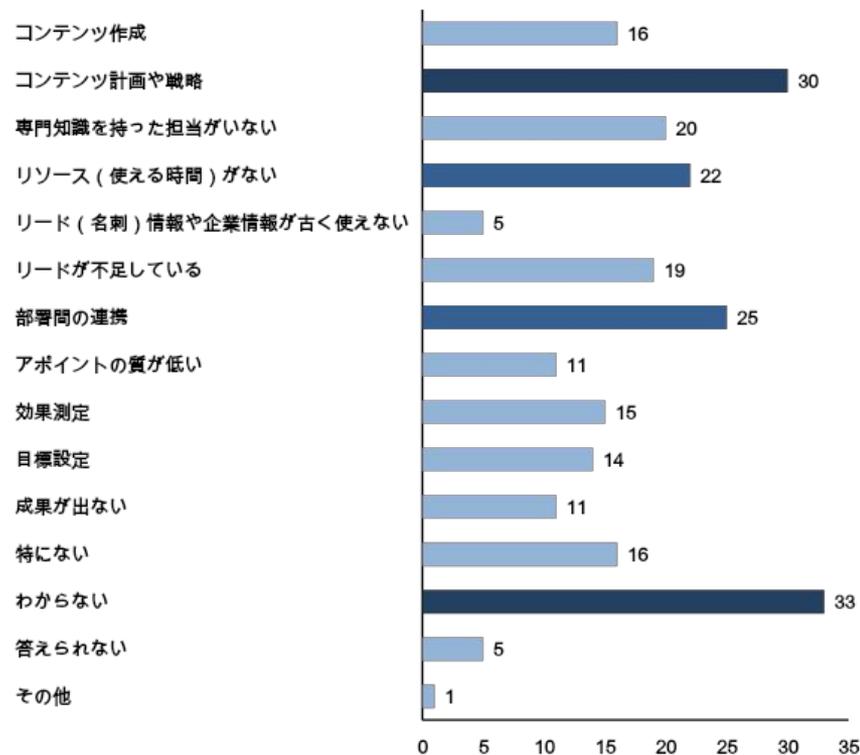
■「コンテンツ計画や戦略」に苦労している企業が多い

MA導入者と非導入者とも、明確になっている課題として一番多く挙げられているのは「コンテンツ計画や戦略」という結果となりました。マーケティング施策においてコンテンツは非常に重要となりますが、その正しいコンテンツ戦略に特に知見が必要ということが伺えます。

■MA導入者(n=254)



■MA非導入者(n=139)

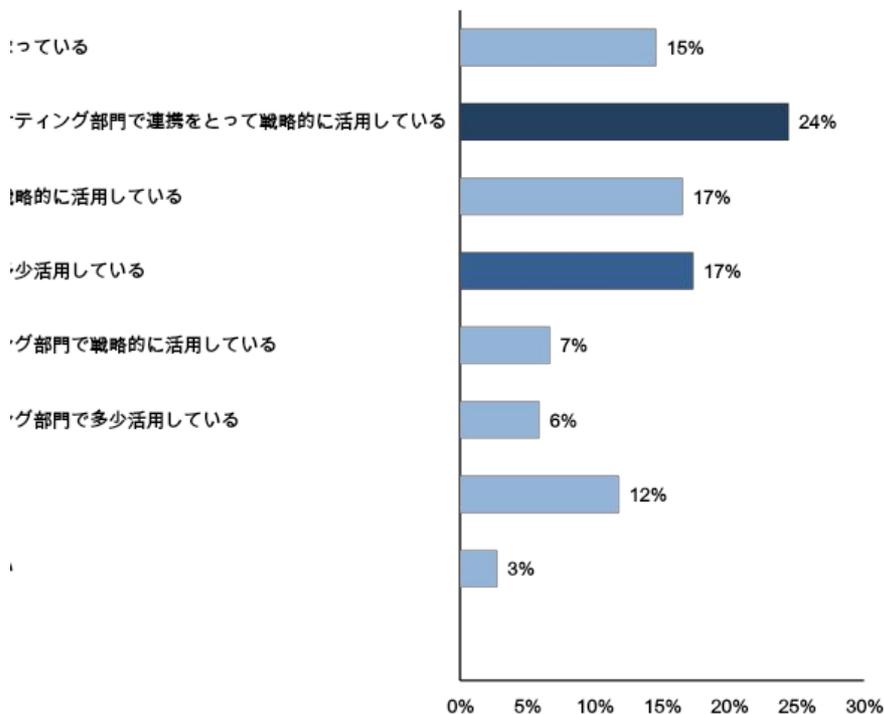


Q.あなたのお勤め先では保有しているリード(名刺)は活用できていると思いますか？

■MA非導入者はリストを32%「放置してしまっている」

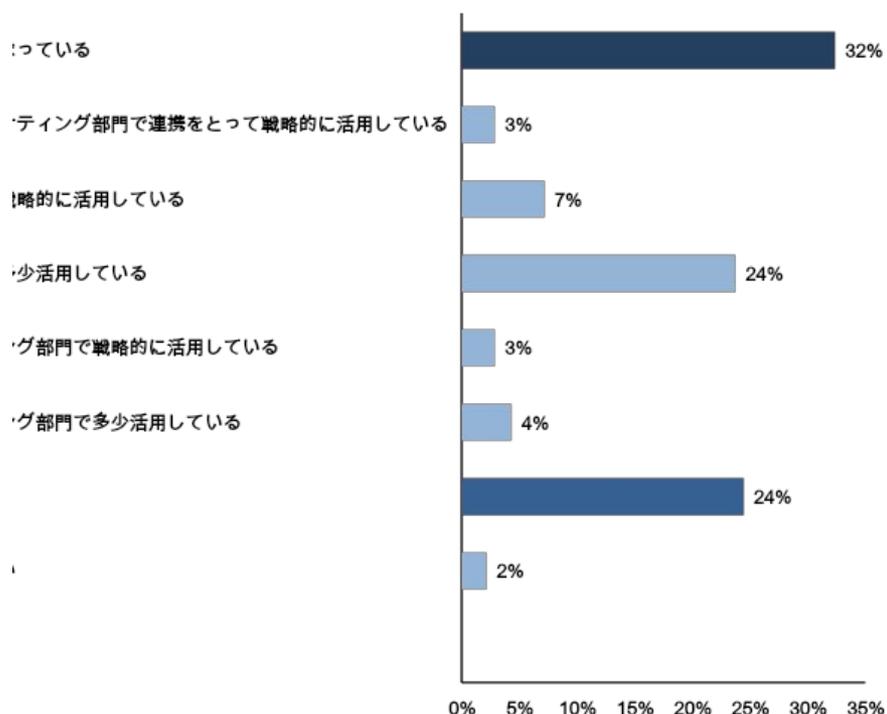
保有しているリード(名刺)は、MA非導入者(139名)の32%の方が「放置してしまっている」が、MA導入者では約半分の15%に下がります。MA導入によって、より保有しているリストの有効活用が出来ていることが伺えます。

■MA導入者(n=254)



※小数点以下切り捨て

■MA非導入者(n=139)



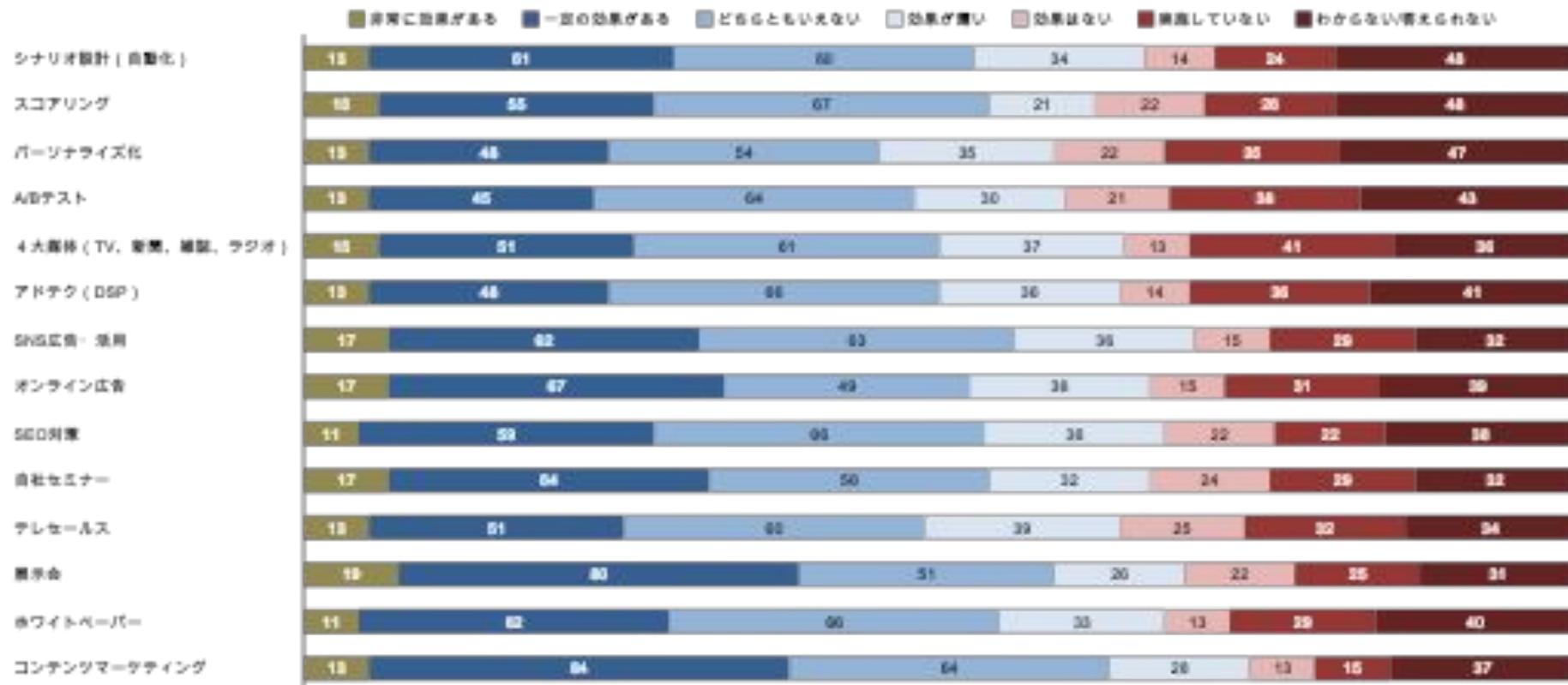
※小数点以下切り捨て

Q. あなたのお勤め先、またはあなたが実施しているマーケティング施策と効果について教えてください。

■MA導入者はマーケティング施策の効果を得られている割合が高い

MAを導入企業の方が様々な施策を効果的に実施しているだけでなく、効果も一定以上感じていることがわかります。

■MA導入者 (n=254)

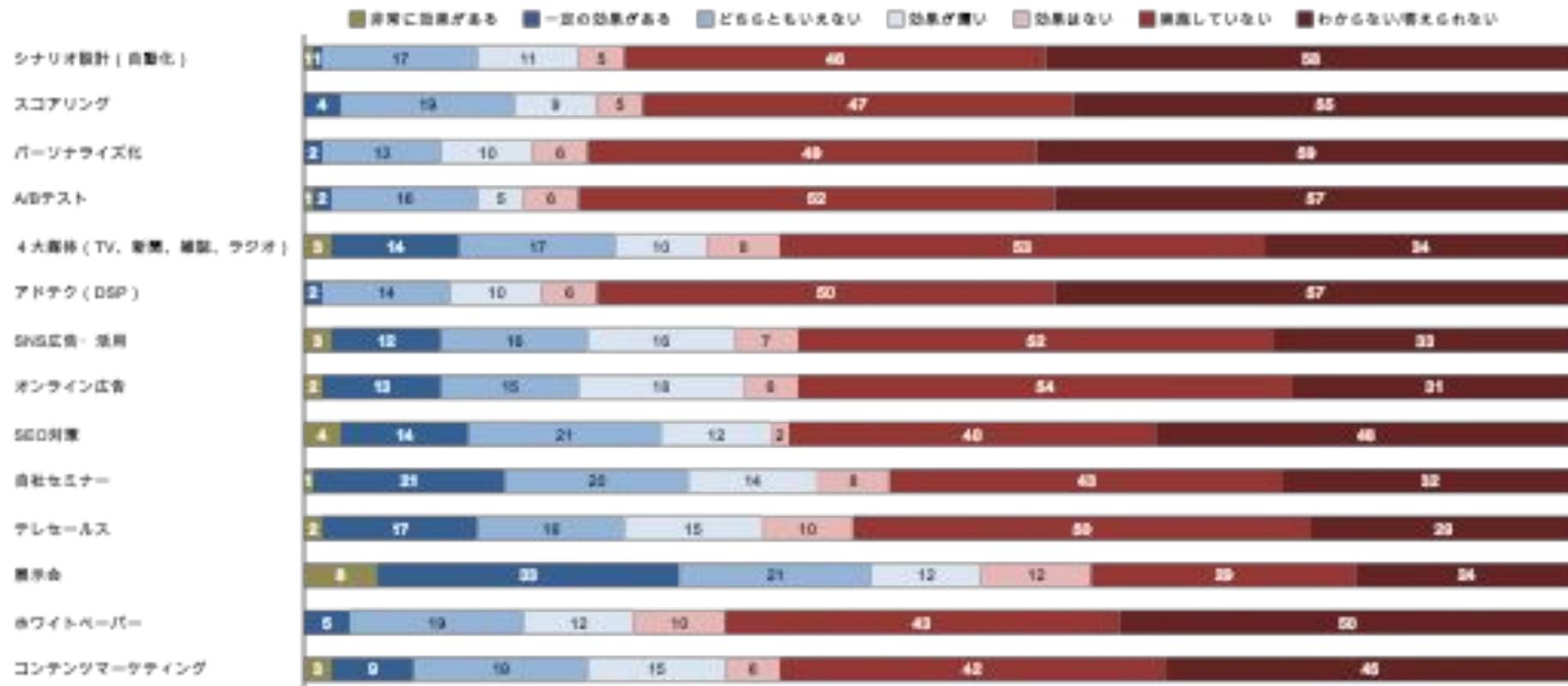


Q. あなたのお勤め先、またはあなたが実施しているマーケティング施策と効果について教えてください。

■MA導入者はマーケティング施策の効果を得られている割合が高い

MA非導入者はマーケティングによる効果を感じられていない割合が高く、MA導入によって効率化が図れているのではないかと推測できます。

■MA非導入者 (n=254)



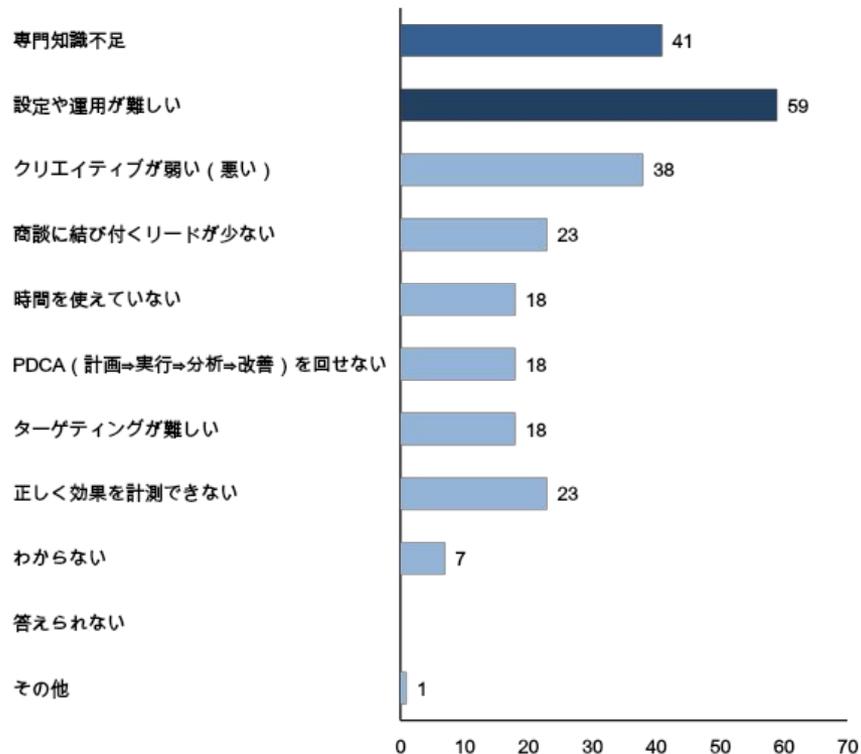
※前問で「効果が薄い」または「効果はない」と答えた方に質問。

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)

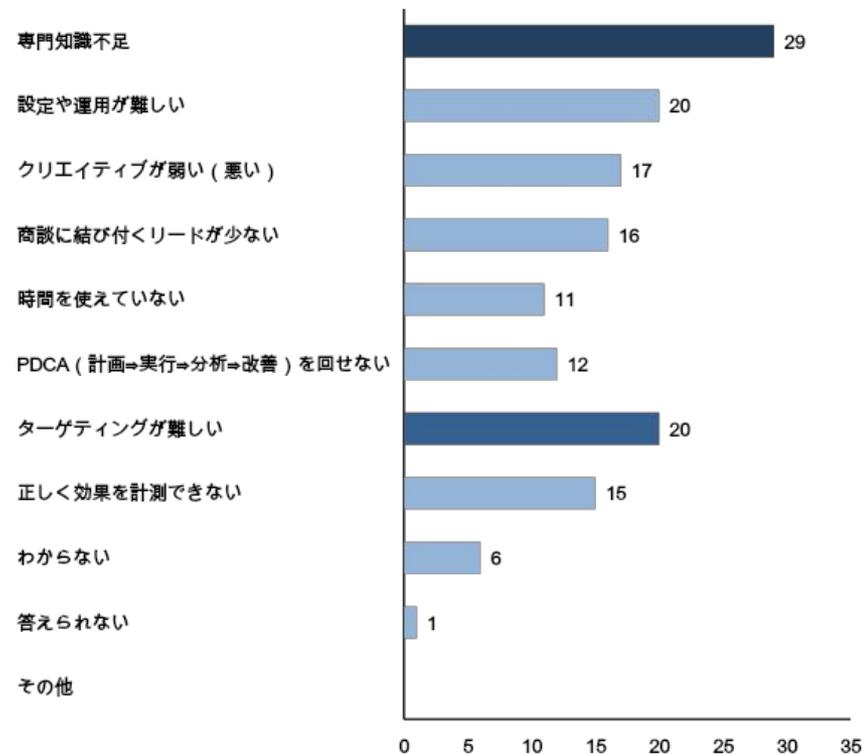
■マーケティング知識を持った人材が不足している

マーケティング施策の効果が無い理由として、MA導入者(134名)では「設定や運用が難しい」(59名)が一番多く、MA非導入者(74名)では「専門知識不足」(29名)が一番多い回答として挙げられる結果となりました。

■MA導入者(n=134)



■MA非導入者(n=74)





Bow Now

[バウナウ]

本当に現場で使えるMAツール

無料プラン 申し込み受付中!



4ステップでカンタンにはじめられます。

STEP 1

無料プラン
申し込み



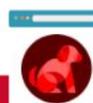
STEP 2

アカウント
発行



STEP 3

BowNowに
サイトURL
登録



STEP 4

WEBサイト
コード設置



**設置
完了**



エムタメ!

マーケティング担当者のための 情報メディア

情報配信

マーケティング情報を 定期的に配信

企業キャッチコピーの作成に煮詰まった方に！キャッチコピー自動生成ツール



新米WEB担「ついに完成！アナログ青木は一人前のWEB担当になりましたよ！お母さん！」【第9話：最終回】



個人投資時代到来！ピーター・ティールに学ぶこれからの時代を生き抜くための逆説的な真理とは。



キャリアは失敗の連続。失敗から学んだマーケティング理想像とは。



横文字を使わずにマーケティングの横文字を徹底解説！BtoBマーケティングハンドブック限定公開

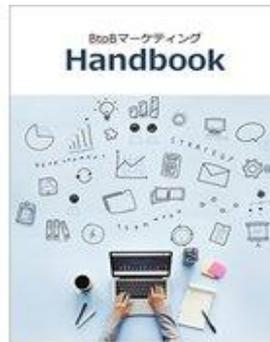


マルカン大食堂の奇跡 ～小友康広氏が考える良質な業がりとは～



資料ダウンロード

マーケティング資料の ダウンロード無料



セミナー

マーケティングセミナー 無料開催

マーケティングオートメーションBowNow紹介セミナー ～基本性能・使い方・活用事例まで大公開～

【共催セミナー】売り上げ3倍を無料で実現する今話題のマーケティング手法と助成金セミナー

BtoB企業がインターネット広告で成果を出す方法とは？

新規顧客獲得につなげるこれからの営業手法と、マーケティング部門との連携方法

インハウスSEO成功のための実践テクニック 分析方法からコンテンツ作成まで大公開

About us



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 第二博多借成ビル 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株式会社 東証プライム市場 3393(連結100%子会社)