



Cloud**CIRCUS**

MAツール運用支援 施策事例集

休眠顧客の掘り起こし 編

休眠顧客の掘り起こし

- | | | |
|----|--|------|
| 01 | <u>廃棄物処理業 大企業マーケから営業を巻き込むまでの施策</u> | p.4 |
| 02 | <u>IT業 デジタルマーケティング施策の全体最適支援の施策</u> | p.10 |
| 03 | <u>専門商社 アナログな接待営業を脱出のため、ABMをつかった顧客アプローチを実施</u> | p.14 |
| 04 | <u>印刷業 既存顧客へのアップセル・クロスセルを狙った施策</u> | p.18 |
| 05 | <u>人材業 接点が薄れてしまった保有名刺から過去最高額の受注獲得の施策</u> | p.22 |

デジマ施策0から社員数1000名以上の大企業マーケにコンサル → 営業を巻き込むまでの施策一覧！
ホットリードに営業から架電したところ、2日で1件アポ獲得！

業種 貴金属回収・産業廃棄物処理

会社規模 1000名

メイン担当 マーケティング担当 5名

MAコンサルティング導入前の課題

- ・コロナ禍で通常通りの営業が難しくなっていたので、オンライン経由で営業に渡せるホットリードを増やしたい
- ・新規顧客に対してもオンラインで営業活動出きる体制を整えたい

実際に行った施策

- ①保有名刺に対してメールマーケティングを行う
- ②ホットリード定義の提案 → 営業にそれがホットかどうか FBをもらう×3
- ③スクリプト改善 & 営業のアプローチを可視化するシートの作成



MAコンサルティングで行った施策

①保有名刺に対してメールマーケティングを行う

送付しているメールの内容

お客様の方で定期的の送付していたメルマガを添削したもの 法令改正情報・貴金属回収以外の事業 など

結果

平均クリック率2~3%以上！ 法令改正情報など時流に沿っているものは **5%~6%以上**！

メール配信コンテンツ結果一覧	配信日	配信時間	リスト数	開封数	開封率	クリック数	クリック率	DL数	お問い合わせ数
金メッキ液について	2021/09/22	8:00	9080	2086	22.97%	397	4.37%		3~4件ほど
プラスチックに係る資源循環の促進に関する法律について	2021/10/07	8:00	8926	1675	18.77%	400	4.48%		
【貴金属回収だけじゃない】真空成膜装置内部部品精密洗浄について	2021/10/25	8:00	8769	1591	18.14%	212	2.42%		
【最新法令情報】 の政令改正について	2021/11/08	8:00	8576	1587	18.51%	599	6.98%		
【電子デバイス業界向け】 のボンディングワイヤの特徴とは	11月29日	8:00	2031	359	17.68%	45	2.22%		
【最新情報】 の適正処理に向けた更なる処理推進に係る課題への	2021/12/21	8:00	8206	1651	20.12%	156	1.90%		1件(直接)
【最新情報】脱炭素化への移行に向けた	2月1日	8:19	8155	1556	19.08%	321	3.94%		
【最新法令情報】「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法	2022/02/10	8:22	8084	1355	16.76%	461	5.70%		
【最新情報】 の不法投棄等の状況(令和2年度)について	2022/03/09	8:00	8074	1385	17.15%	177	2.19%		



MAコンサルティングで行った施策

②ホットリード定義の提案 → 営業にそれがホットかどうかフィードバック

メール配信後の状況

コンサルティング支援をしているご担当者様がマーケ部署所属だったため、
こちらでホットリードを定義しても、営業部目線でのホットリードかが分からない…



どういう提案をしたか？

「コンサルタントから複数回ホットリードの定義をご提案」→「それを営業部に確認」を繰り返し実施

【例】ホットリード定義

・メールクリック後3PV以上しているなど



結果

- ・会社の認知度が高く、指名検索でのセッション数が比較的多く、結果そこまで検討度の高くないリードリストが数多く抽出された
- ・価格を確認するだけのページでセッション数が多く、商材ニーズのあるコアターゲットに中々ヒットしない
- ・営業部署にて新規のテレアポを行ったことがないこともあり、よりアポが取りやすい条件をホットリード条件に設定
- ・メールクリックからの流入3回
- ・サイトアクセス 3～8回



営業に架電させる前に何をよく決めているのかというと

- ・営業数値を管理する方法
- ・スクリプト（導入部分だけの提示）
- ・目標

[illegible]



営業に架電させる前に何をよく決めていること

- ・営業数値を管理する方法
- ・スクリプト（導入部分だけの提示）
- ・目標

とにかく笑わせる！こちらが笑うとお客様も笑ってくれます。

「そうですね～～～。大変失礼致しました。」はシリアスに言うのではなく、明るく、微笑みながら

「久々なので緊張しちゃって、もう笑いながら言えるとよし

①接点を伝える

②お客様のターゲットによって、導入部分を変える

重要ポイント

- ①本日何故電話をしたのか？を冒頭に伝える
- ②「御社のような〇〇業界でも」で聞かなければ話だと印象付ける
- ③営業電話と思わせけるのではなく、有益な情報したいです！と印象づける

デジタルマーケティング施策の全体最適

月間商談数5件→13件

業種

IT業界(介護業界特化の勤怠管理システム)

会社規模

641名

メイン担当

営業担当

(営業3名、マーケ2名)

有効リード数

2800件

MAコンサルティング導入前の課題

- ・メディア運営、メールマーケティング、広告運用などを行っているものの成果につながらない
- ・各施策をつなぐ全体最適の方法がわからない

実際に行った施策

- ① アプローチ方法の最適化
- ② ペルソナ、カスタマージャーニー、コンテンツマップの整理
- ③ メールマーケティングの改善
- ④ セミナーの企画



MAコンサルティングで行った施策

① アプローチ方法の最適化

- ・デモ申し込みのCVがあった方にのみアプローチ
- ・他のリードにもアプローチしたほうがいいことはわかりつつ、うまくテレアポトークができず施策が頓挫してしまっていた
→アプローチすべき理由を営業部署の皆様に説明し、実行に移してもらう、トークスクリプトの作成

結果

資料ダウンロード顧客 → 商談18%

資料DLから商談獲得ができると実感！

そのほかの施策からもホットリードを作れば商談獲得につながる事が会社内で認識される。

どのような行動をしたら	リード属性	Hot or Warm ▼
顕在層向けメールクリック	過去名刺	Warm ▼
サイトアクセス（メールから流入以外）	全て	Warm ▼
サービス資料DL	新規	Hot ▼
お役立ち資料DL	新規	Warm ▼
お問い合わせ	全て	Hot ▼
無料デモ申込	全て	Hot ▼
過去3か月潜在層向けメール2回以上クリック	過去名刺	Warm ▼
過去CVリスト（アクション無し）	過去名刺	Warm ▼



MAコンサルティングで行った施策

②ペルソナ、カスタマージャーニー、コンテンツマップの整理

フェーズ	コンテンツの種類1	コンテンツの種類2	キーワード	版のタイトル案	文字数	公開日	URL	タイトル	URL	DLコンテンツ
ニーズ非認知	課題未認識の状態でも、然とした不満や不安を抱えている	コラム	介護 働き方改革	介護現場の働き方改革とは	12	9/17				
		ホワイトペーパー	介護 働き方改革		0					
		コラム	介護 シフトエクセル	【テンプレ付】エクセルのシフト作成	34	8/18				
			介護 シフトエクセル			2021.11.18				
		ニュース	介護報酬改定 人員配置基準	2021年度介護報酬改定！サービスの	36					
		コラム	介護 業務効率化	介護業界の業務効率化のために今すぐ	24	10/19				
			介護 実地指導		0					
			介護 人件費		0					
			介護 有給消化		0					
			介護 コンプライアンス		0					
			介護 コンプライアンス		0					
			介護報酬請求		0					
			常勤換算 計算		0	12/15				
ニーズ認知	課題解決のための方法を模索している	コラム	人員配置基準 チェック		0					
		コラム	人員配置基準 常勤換算		0					
		コラム	介護 シフト公平	職員に「シフトが不公平！」と言われたら		6/1				
		コラム	介護 シフトコツ	【介護施設向け】シフト作成のコツ	26					
		コラム	介護 実地指導	実地指導で引っこからないための●	20	8/16				
		コラム	シフト変更 面倒	介護現場におけるシフト作成は大変	29					
		コラム	介護 シフト管理		0					
		コラム	介護 シフト例		0					
		コラム	介護 シフトアプリ	介護のシフト作成アプリおすすめ●	17					
		コラム	介護 シフトソフト		0					
		コラム	シフト変更		0					
			介護 勤怠管理 おすすめ	介護の勤怠管理システムおすすめ●						
			勤怠管理システム							
			勤怠管理システム 比較							



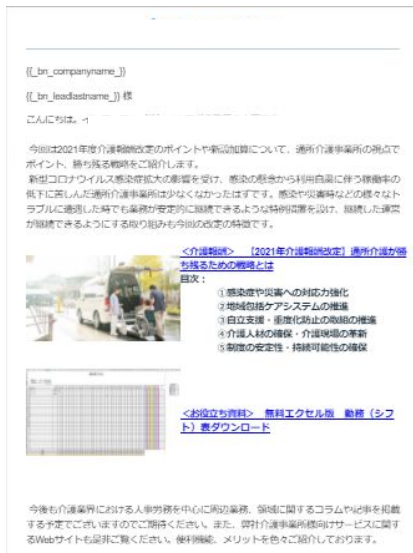
MAコンサルティングで行った施策

③メールマーケティングの改善

Before



After



【変更点】

1メールにつき1コラムの紹介に変更

→配信頻度を増やすことができ、

クリック数増加！！

クリックしたリード月間平均数

73件→**95件**

アナログな接待営業からの脱却！ 緻密なリスト管理による営業業務を効率化！

業種 ダイヤモンドの品質管理・輸入販売

会社規模 5～10名

メイン担当

社長・営業担当

有効リード数

670件

MAコンサルティング導入前の課題

検討度がわからない見込み客、既存客へ訪問営業を行っているため効率化させたい

実際に行った施策

- ① 接点創出を狙ったメールマーケティング
- ② ポテンシャルごとのアプローチの最適化
- ③ 顧客のニーズを分析するためのクライアントへのヒアリング調査





MAコンサルティングで行った施策

① メールマーケティングによるクイックウィン

概要

休眠顧客との接点を持つために改めて、提供できるサービスと具体的に何ができるのかを紹介
(MAコンサルティングサービスの一貫で会社紹介資料の作成)

結果

サービスに興味を持つ見込み顧客の掘り起こしができた。

獲得ホットリード49件、内コール5件のみでアポ2件獲得(アポ率40%)



MAコンサルティングで行った施策

② リスト管理とアプローチ業務の最適化

施策概要

- ・普段から定期的な接点を持つポテンシャルの高い企業をピックアップ（製品紹介やつよみ紹介系のメールからは除外）
- ・反応があってもアプローチしないリストを区別（例：小ロット、海外顧客など）
- ・ニーズ喚起系のメールを配信し、対象のリストのみピックアップ

メール配信結果

607件配信→クリック98件→架電対象73件→コネクト34件→サンプル提供5件



MAコンサルティングで行った施策

③ 顧客に対してのヒアリング調査

施策概要

- ・取引先へサービス導入前後で、どう変わったかヒアリング調査を実施
- ・他社からの乗り換えが多かった為、乗り換えた背景、経緯を中心にヒアリング
- ・自社が打ち出しているアピールポイントと顧客のニーズや期待値にずれがないか確認
→Web,メールなどのコンテンツへ反映

既存顧客からのアップセル、クロスセルを狙ったメールマーケティング！
メール配信後平均クリック率 **3～4%**！半年で1200件のリストから10件ほど見積もり発行！

業種 印刷業界

会社規模 38名

メイン担当

企画部、営業部担当

有効リード数

1400枚

MAコンサルティング導入前の課題

- ・売上構成の70%が3社のみと偏っており、売上を別のお客様に分散させたい
- ・1回見積もり発行した、1回発注もらったっきりになってる久しぶり客を掘り起こしたい

実際に行った施策

- ① 既存顧客に対してのリアクティブを図るメールマーケティング
リアクティブと関係構築を交互に配信
- ② ホットリード抽出条件の明確化
- ③ トークスクリプト改善





MAコンサルティングで行った施策

① 既存顧客に対してのリアクティブを図るメールマーケティング

課題

顧客ターゲット層が「販促物や工事現場の印刷物を取り扱っている商社の営業の方々」のため、より依頼をくれそうなメールマーケティングが必要になっていた

行ったこと

①リアクティブを図るメール

②関係構築メールを交互に送付

→その答えに行き着くために顧客ターゲット層のニーズ洗い出しを徹底的に実施

配信済み	2021-12-23 17:48 に配信されました。	作成 2021-12-22 20:12 更新 2021-12-23 17:48 この配信を複製する	1,277 送信済み 全体-対象外	1,270 到達 99%	673 開封 53%	42 リンククリック 3%
一般配信	コンサル					
配信済み	2021-12-01 18:00 に配信されました。	作成 2021-11-30 17:41 更新 2021-12-01 18:00 この配信を複製する	1,257 送信済み 全体-対象外	1,253 到達 100%	671 開封 53%	31 リンククリック 2%
一般配信	コンサル					
配信済み	2021-11-17 18:36 に配信されました。	作成 2021-11-17 14:00 更新 2021-11-17 18:36 この配信を複製する	1,256 送信済み 希望者all、除ターゲット外	1,252 到達 100%	697 開封 55%	26 リンククリック 2%
一般配信	コンサル					
配信済み	2021-10-25 17:00 に配信されました。	作成 2021-10-21 13:25 更新 2021-10-25 17:00 この配信を複製する	756 送信済み 全体-工事-アート確認	756 到達 100%	342 開封 45%	33 リンククリック 4%
ターゲット配信	コンサル					

その結果平均クリック率が3~4%、メール配信後見積もり請求が2~3件ほど発生！



MAコンサルティングで行った施策

② ホットリード抽出条件の明確化

	条件	該当条件	除外条件	出てくるリスト	目的
HL①	過去1か月 自然流入リスト	工事寄り代理店 商業寄り代理店 印刷・施工屋 エンド	受注 テスト配信 問合せフォーム サンプル請求 SS・S・A ターゲット外	過去サンプル請求や問合せをしていないお客様で SS・S・Aのリスト以外で 直近1か月HPから来てくれているリスト	SS・S・A以外の直近アツそうなリストを抽出
HL②	過去1か月 メールから3PV以上	工事寄り代理店 商業寄り代理店 印刷・施工屋 エンド	受注 テスト配信 問合せフォーム サンプル請求 SS・S・A ターゲット外	過去サンプル請求や問合せをしていないお客様で SS・S・Aのリスト以外で 直近1か月メールから3PV以上来てくれているリスト	SS・S・A以外の直近アツそうなリストを抽出
HL③	過去1か月 メールから流入	工事寄り代理店 商業寄り代理店 印刷・施工屋 エンド	受注 テスト配信 問合せフォーム サンプル請求 SS・S・A ターゲット外	過去サンプル請求や問合せをしていないお客様で SS・S・Aのリスト以外で 直近1か月メールから来てくれているリスト	SS・S・A以外の直近アツそうなリストを抽出
HL④	SS・S・A以外 過去1か月 メールもしくはサイトアクセス 1回以上	工事寄り代理店 商業寄り代理店 印刷・施工屋 エンド	受注 SS・S・A	SS・S・Aのリスト以外で 直近1か月メールから流入もしくはサイトアクセスをして きてくれているリスト	SS・S・A以外の直近アツそうなリストを抽出
HL⑤	アボ獲得・案件化・受注案件	工事寄り代理店 商業寄り代理店 印刷・施工屋 エンド	SS・S・A	アボ獲得・案件化・受注した案件で SS・S・Aのリスト以外で 直近1か月メールから流入もしくはサイトアクセスをして きてくれているリスト	案件化以降のリストで再度新しい案件があるリストに関しては再度アプローチしていきたい

アボ獲得、訪問済み、案件化、受注



③ トークスクリプト改善

営業の方に架電していただいていたのですが、「案件があるかどうかの確認電話」になっていることが発覚！

営業担当にナーチャリングの概念をお伝えし

3. パターンのスクリプトをご用意してご提案。

- ①「初めて架電する方向け」
- ②「一度架電して、NGIになったけどまたホットリードとして上がってきた」
- ③「過去展示会での名刺交換」

していない

導入から3か月で**最短、最高額の165万の受注**を生み出すことに成功！

BowNowでホットリード抽出し、リアクティブ受注を **単月6件獲得**

業種 求人メディアによる採用支援・人材紹介など

会社規模 118名

メイン担当 社長・Web担当者・営業部長

MAコンサルティング導入前の課題

- ・過去求人広告を契約していたが、解約してしまったお客様の掘り起しをMAツールで行いたい
- ・コンテンツは多くあるけど、いつどの内容を打ちだしたら良いか分からない

実際に行った施策

- ① 過去解約リストに掘り起し目的のメールマーケティング
- ② BowNowダッシュボードを使用して、リアクティブの抽出
- ③ 営業を巻き込み、アポ獲得後の進捗管理





MAコンサルティングで行った施策

① 過去解約リストに掘り起し目的のメールマーケティング

送付したメールの内容

課題別 サービス概要情報

目的

- ・一度1つの商材を解約しているお客様に対して、他の事業も行っていることを周知するため
- ・顕在層を刈り取り

結果

- ・メールから**12件のアポ、5件の受注！**
- 4770件→831件開封→78件クリック→
12件アポ獲得→5件受注

1)最適なサービスを知りたい

【事業 / サービス】

◎求人メディア事業

→マイナビ転職、doda、シニア求人ナビ、バイトル、アイデム、ディースタ-GLEAなど

【サービス概要・当社の強み】

- ・中途・新卒・アルバイトすべての採用領域に対応
- ・地方媒体も含め全国300以上のメディアと直取引
- ・短期間(1週間～2ヵ月)での採用を実現

■商品ページ

- ・インターネット

<https://www.XXXXXXXXXX.com>

- ・新聞折込チラシ

<https://www.XXXXXXXXXX.com>

- ・フリーペーパー

<https://www.XXXXXXXXXX.com>



MAコンサルティングで行った施策

② BowNowダッシュボード機能を使用して、リアクティブ現状の抽出

ホットリード条件

- ・メールクリックから再度自然流入で訪れているとき → 保存条件①
- ・メールクリック、資料ダウンロード後すぐ → 保存条件②③
- ・メールクリック、資料ダウンロードしてNGだったお客様が再度顕在化になった時 → 保存条件②③



リアクティブ」とは？

BtoBでは論理的、機能的に購買判断するため購買意欲が一定のペースで上がることはまずありません。長期的に情報収集し、何らかの理由で突然アクティブになり、急速的に検討が進む現象のことを指します。

リードステータス分布	潜在	準顕在	顕在化	アポ見込み	アポ獲得	案件化	受注
HL① 自然流入リスト（メールから） 新規獲得 19 5	4 潜在	7 準顕在	8 顕在化	0 アポ見込み	0 アポ獲得	0 案件化	0 受注
HL② メールクリック 新規獲得 538 0	461 潜在	35 準顕在	5 顕在化	0 アポ見込み	0 アポ獲得	0 案件化	0 受注
HL③ フォーム通過者 新規獲得 297 27	248 潜在	30 準顕在	11 顕在化	0 アポ見込み	0 アポ獲得	0 案件化	0 受注
ALL 全てのリード 新規獲得 57	1.05K 潜在	74 準顕在	23 顕在化	0 アポ見込み	0 アポ獲得	0 案件化	0 受注



③ 営業を巻き込み、アポ獲得後の進捗管理

→スプレッドシートの管理が浸透し次第、MAツールで管理させる方向に

[illegible]

MAコンサルタントとのカジュアル無料相談



クラウドサーカスでは
マーケティングオートメーションの運用支援サービスを実施しております。

※弊社提供の MAツール(BowNow)以外もご支援可能！

コンサルタントとのカジュアル相談会を実施しておりますので、ご興味がある方は左の QRコードからお気軽にお問い合わせくださいませ。

