

これから始める

# マーケティングオートメーション 入門ガイド



# もくじ

## 第1章

### マーケティングオートメーションの概要

- マーケティングオートメーション（MA）とは？
- SFAやCRMツールとの違い
- BtoBとBtoCにおけるMA導入の目的の違い
- マーケティングオートメーションが必要な背景

## 第2章

### マーケティングオートメーションでできること

- 見込み客の獲得（リードジェネレーション）
- 見込み客の育成（リードナーチャリング）
- 見込み客の抽出（リードクオリフィケーション）
- 見込み客の管理（リードマネジメント）
- マーケティングオートメーションの機能

## 第3章

### マーケティングオートメーション

#### 「Kairos3 Marketing」活用事例

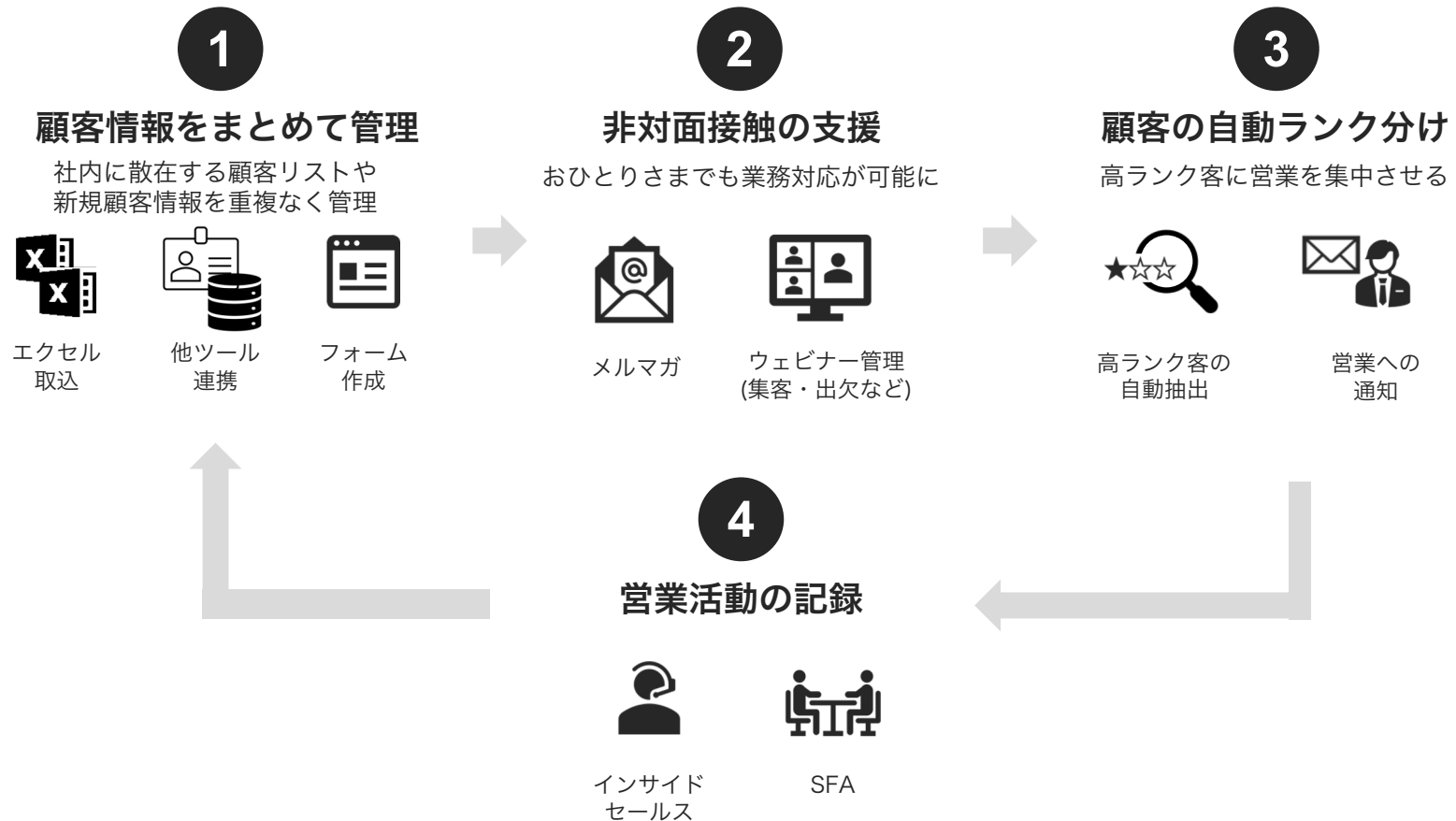
- 人を増やさず受注アップ「Kairos3 Marketing」の概要
- 活用事例（1）製造業
- 活用事例（2）建設・不動産
- 活用事例（3）コンサルティング
- 「Kairos3 Marketing」を選ぶ3つの理由

# 第1章

## マーケティングオートメーションの概要

# マーケティングオートメーション（MA）とは？

マーケティングオートメーションとは、顧客情報を一元管理し、興味・関心に合わせたコミュニケーションを実施することで、見込み客（商談につながる可能性が高いお客さま）を商談に引き上げることができるツールです。



# SFA・CRMとの違い

MAとSFA・CRMは、大きく分けると「活用すべきフェーズ」が違います。

MA

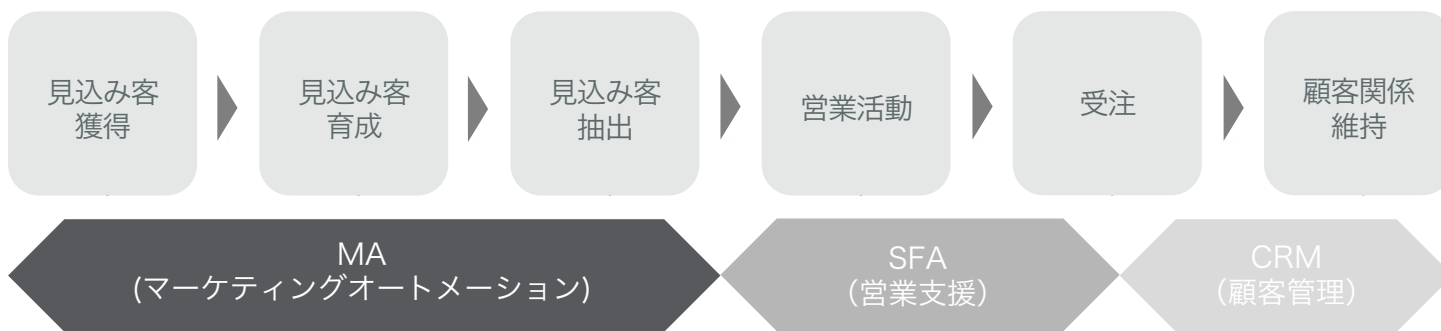
見込み客育成・抽出までのプロセスにおいて、**見込み客を商談に引き上げる**ことが目的

SFA

営業支援システム。営業プロセスにおいて、**活動内容や実績の可視化により営業成果を最大にする**ことが目的

CRM

顧客管理システム。受注後のプロセスにおいて、**顧客満足を高めることで、生涯購買額の最大化**することが目的



# BtoBとBtoCにおけるMA導入の目的の違い

## BtoB

### 「見込み客の発掘」が目的

BtoBでは、マーケティングオートメーションを活用して**有効商談になりそうな見込み客を発掘**することがゴールになります。マーケティング活動で獲得した見込み客とメールやセミナーなどでコミュニケーションを図り、購買意欲を高めることで商談に引き上げていきます。商談から購入までは、営業商談ツールなどを活用し、効率化を図るモデルが一般的です。

## BtoC

### 購入していただくことが目的

BtoCでは、マーケティングオートメーションを活用して**お客さまに購入させる**ことがゴールになります。BtoCは個人に裁量権があり安価な製品が多いため、製品認知から購入までの期間が短いため、細かく営業フェーズを分ける必要がありません。しかし営業担当者が商談のクロージングをするような業種や業態では、有効商談になりそうな見込み客を発掘することがゴールとなります。

# マーケティングオートメーションが必要な背景

顧客の購買行動が変化し、顧客接点の構築や営業人材の不足が課題化しています。

見込み客の 購買行動の変化	見込み客の情報収集手段がWEBサイトを中心としたオンラインに変化。オンライン上の購買行動を可視化し、購買意欲の高まった見込み客を把握することで商談創出のチャンスが広がる。
人材不足への 対応	営業現場での人材不足が課題となる中、生産性の高い営業活動の実現が急務に。商談にならない訪問や非効率なテレアポからの脱却、手間のかかる営業のフォロー業務の自動化を実現できる。
非接触での 営業体制の需要急増	コロナ禍を経て、非対面での営業で受注につなげる動きが一般的になりつつある。顧客リストに対し、メールやオンライン商談で接触するためのツールとして、MAに注目が集まっている。

## 第2章

# マーケティングオートメーションで できること



# 4つのできること

マーケティングオートメーションには、「お客さまを獲得」して「商談に引き上げる」までの流れをデジタル化、効率化する機能が備わっています。

## 見込み客の一元管理 (リードマネジメント)

顧客情報のデータベース化によってマーケティングや営業活動に有効活用。データの連携によって常に最新の情報を施策に活用。

## 見込み客の獲得 (リードジェネレーション)

WEBサイトからの資料ダウンロードやお問合せ、営業担当者の名刺交換、展示会出展、セミナー開催などで見込み客情報を獲得する。

## 見込み客の育成 (リードナーチャリング)

購買意欲の低い見込み客に対して、ニーズや関心度に合わせた情報提供を行い、商談につながる見込み客に育てる。

## 見込み客の抽出 (リードクオリフィケーション)

見込み客の行動に基づいて、有効商談になりそうな見込み客を抽出する。

# 見込み客の一元管理（リードマネジメント）

マーケティングオートメーションを使って、社内に散在する顧客リストや新規顧客情報を重複なく管理しましょう。

お客さまの属性情報に加え、Web上の行動も記録。どんな人？がひと目でわかる。

一元化



エクセル情報



名刺情報



Web  
閲覧履歴



メール  
開封履歴

取得・管理



利用する機能

- ・スコアレポート機能
- ・CSV取り込み機能

# 見込み客の獲得（リードジェネレーション）

マーケティングオートメーションには、フォーム作成機能があり、欲しい情報と一緒にお客さまのメールアドレスを取得できます。

フォームで集客

必須	項目ラベル	ヘルプメッセージ (任意)	説明	削除
<input checked="" type="checkbox"/>	名前(漢字)	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	名前(かな)	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	会社・組織名	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	部署・部門名	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	役職名	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	都道府県	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	住所:郵便番号	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	メールアドレス	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	電話番号	項目の補足説明	?	×
<input checked="" type="checkbox"/>	問い合わせ内容をご記入ください	項目の補足説明	?	×

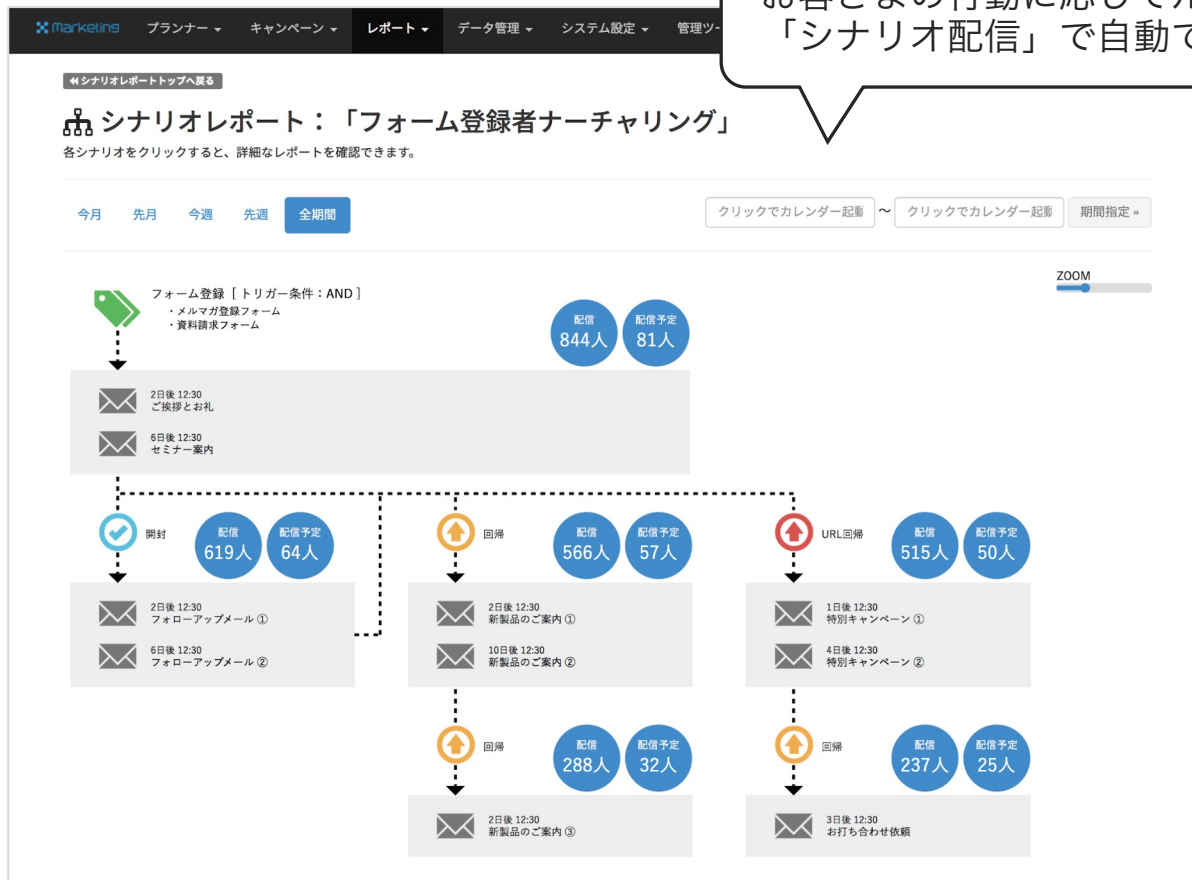
### 利用する機能

- ・フォーム作成
- ・ランディングページ作成
- ・集客効果測定

# 見込み客の育成（リードナーチャリング）

メルマガやウェビナーを通じて、購買意欲の低い見込み客の関心度を育て、商談に引き上げましょう。

お客さまの行動に応じてルートが分かれる  
「シナリオ配信」で自動で育成。



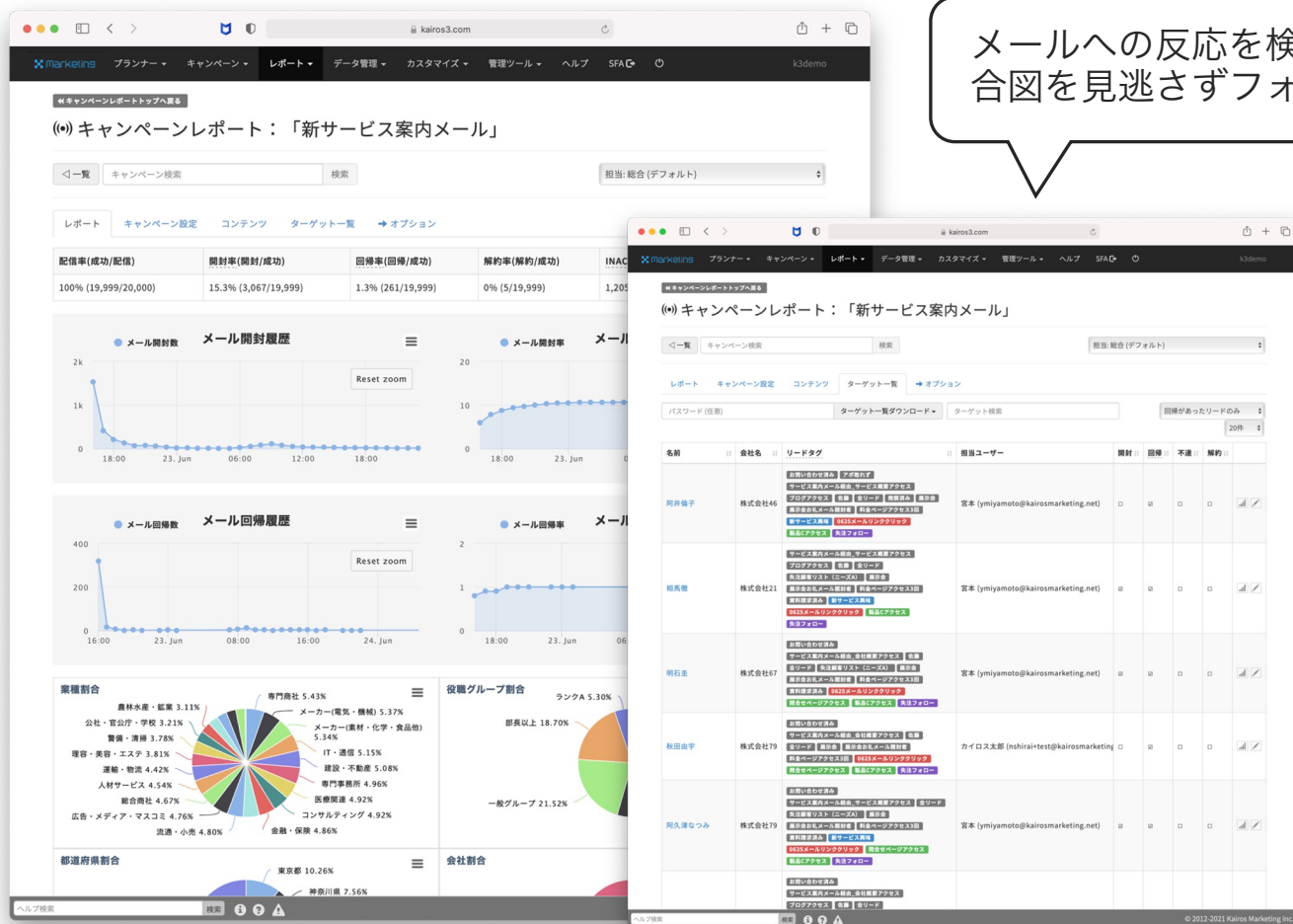
## 利用する機能

- ・ Web解析
- ・ メール配信
- ・ シナリオ配信

# 見込み客の抽出（リードクオリフィケーション）

メルマガやウェビナーを通じて、購買意欲の低い見込み客の関心度を育て、商談に引き上げましょう。

メールへの反応を検知。興味度が高まった  
合図を見逃さずフォロー。



### 利用する機能

- ・スコアリング
- ・レポート機能

# マーケティングオートメーションの機能

マーケティング・営業活動に必要な機能が1つのツールにまとまっています。

## 顧客情報管理



見込み客の情報と行動履歴を一元管理

## WEB解析



見込み客のWEBアクセスやメールへの反応を記録

## フォーム作成



LP、資料請求やセミナー登録フォームの作成

## メール配信



一斉メールやセグメントメール、個別メールの配信

## スコアリング



見込み客の行動に基づいて購買意欲を数値化

## Hotリード通知



営業活動すべきHotな見込み客をメールで通知

## シナリオ配信



予め設定したメール配信シナリオを自動実行

## セミナー管理



セミナー登録者の出欠管理、フォローアップの実行

## 第3章

# マーケティングオートメーション

## 「Kairos3 Marketing」活用事例

# おすすめのマーケティングオートメーション 「Kairos3 Marketing」

当社が製造・販売する国産のMA「Kairos3 Marketing」は、シンプルで直感的に操作できる使用感と、手厚いサポートでユーザー様よりご好評いただけてます。

「Kairos3 Marketing」の詳細は、[こちら](#)からごらんください。※製品Webサイトに遷移します



**買いたい人が、  
こんなに見つかる**

マーケティングオートメーション[MAツール]

**marketing**  
Kairos3

お客さま行動を見える化できるから、  
ホットなお客さまとの出会いを逃さない。

マーケティングオートメーション  
(MAツール)Kairos3 Marketingは、  
あなたのマーケティング・営業活動を、  
あつく支援するツールです。

**ウェブアクセス**  
2022/06/26 10:16:36  
form.k3r.jp/f/?status=end

**フォーム登録**  
2022/06/26 10:16:36  
キャンペーン：カタログ

**メール開封**  
2022/06/26 10:12:24  
アウトバウンド：メルマガ

製品Webサイトを見る

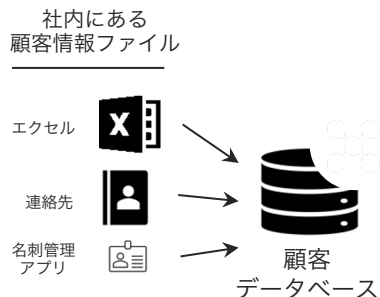


# Kairos3 Marketingが実現する営業DX

顧客リストにメールを送信。受信者のメール開封、その後のオンラインの行動を可視化。Kairos3が行動を集計して顧客を自動でランク分け。高ランク客に集中することで、営業効率が改善します。

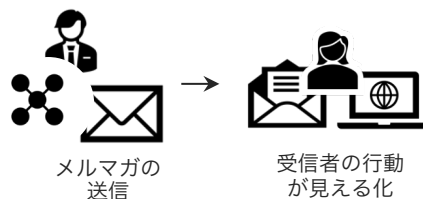
1

社内に散在する顧客リストのファイル(Excel)を取り込む。



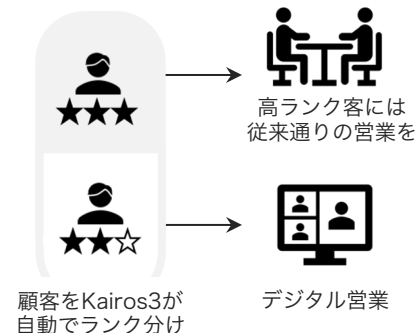
2

顧客リストに対してメルマガを送信。開封の有無や、オンライン上の行動がわかる。



3

顧客を自動でランク分け。高ランク客に営業を。



# メルマガから商談化。 下請けメーカーから全国提案型のメーカーに

業種

製造業

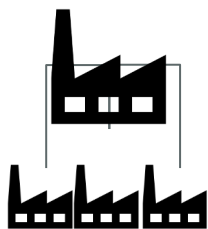
従業員数

10~50名

## この事例のお客さまについて

- 表面加工処理を主力とする地方の中小製造業
- 営業品目が多いことが強みの一つで、量産品から試作品まで幅広いニーズに対応

## やりたかったこと



下請け体質から  
の脱却



全国対象の営業  
スタイルへの変革

## できたこと



メルマガ返信率が10%、  
商談化したケースも。



増員無しで全国の  
お客さまへ対応

## Kairos3 Marketingで実施されたこと

- すでに持っていた名刺を名刺管理アプリで取り込み、取り込んだ名刺情報をKairos3 Marketingにまとめる。アタックリストが完成。
- Kairos3 Marketingのメールテンプレートを活用し、展示会参加者へのお礼メールやメルマガを配信
- メールへの反応やお問い合わせがあったお客さまの WEB行動履歴 からニーズを推測して提案活動を行った

# 新規の売上比率が48%まで拡大！ 月7,8回のセミナー運営で広告宣伝費が業界水準の半分程度に

業種 建設・不動産

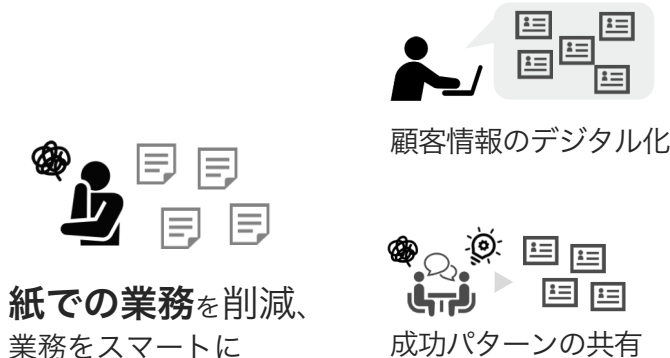
従業員数 10～50名

設立 2002年

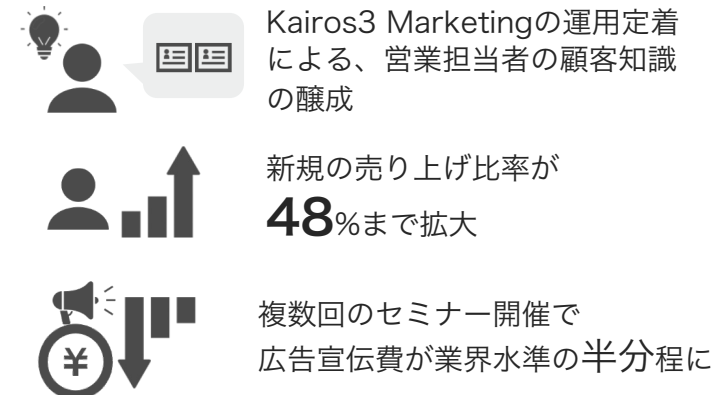
## この事例のお客さまについて

- ・ 都心を中心とした投資用のマンションを販売するBtoC企業
- ・ 不動産の購入から管理までのワンストップでの対応が特徴

## やりたかったこと



## できたこと



## Kairos3 Marketingで実施されたこと

- ・ 顧客情報を整備し、Kairos3 Marketingに取り込み
- ・ セミナー運営に関する一連の業務（申込フォーム作成・受講票発行・リマインドメール・出欠管理・フォローメール）
- ・ セミナー参加者のWEB行動履歴を事前に確認し、推測したニーズを基にセミナー当日に参加者と会話

# 新規顧客獲得が課題だった。 1人でもメルマガ、自社セミナー運営ができ、受注アップへ

業種	コンサルティング
従業員数	10～50名
設立	2002年

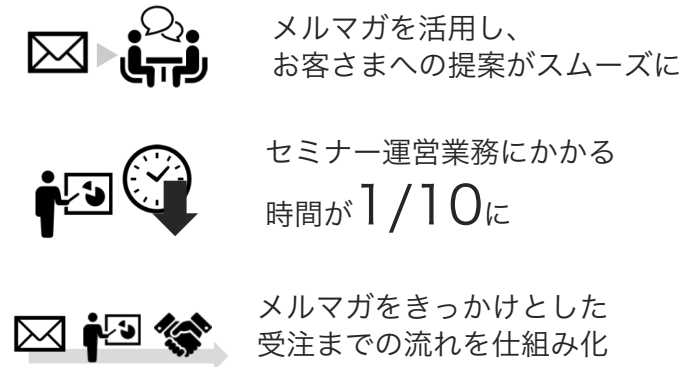
## この事例のお客さまについて

- ・ 組織マネジメントのインフラづくりのサポートを行うBtoB企業
- ・ 数時間のワークショップから3ヶ月かけて実践するプランなど、リーダー向けの各種研修プログラムを提供

## やりたかったこと



## できたこと



## Kairos3 Marketingで実施されたこと

- ・ 社内の名刺をCSVファイルに整備して、Kairos3 Marketingに取込
- ・ メルマガを配信し、メルマガ反応者がリストアップされたら都度営業がフォロー
- ・ セミナー後に参加者のWEB行動履歴を確認し、WEB上の行動が多く、興味関心が高いと推測できた参加者には営業がアポ取り

# 導入実績は 2,000 アカウト、 「Kairos3 Marketing」を選ぶ3つの理由

中小企業でも導入しやすい、使いやすい、マーケティングオートメーションです。

## 高い費用対効果

Kairos3 Marketingは、使った分だけお支払いいただく従量課金制です。また、スタンダードプラン、プロプランの2つプランからお客さまの利用シーンに合わせたプランを選ぶことができます。

## 誰でも使える シンプルな設計

マニュアル一体型で直感的にわかる画面設計だから、特別なトレーニングは不要。専門的な知識がなくても使えるので、はじめての運用でもつまづくことはありません。

## 充実の サポート体制

専任チームがツールの活用促進をサポート。サポート費用は基本料金に含まれており、回数制限なしでお電話やメールにて対応いたします。セミナーなどを通してマーケティングや営業の業務に役立つノウハウもご提供し、ツールの活用を後押しします。

# 導入前に知っておくべき！MAのキホン徹底解説セミナー ～活用イメージが持てる入門編～

当社では、ウェビナーを定期的を開催しています。

## 内容

- ・ マーケティングオートメーション（MA）ツールの全体像
- ・ MAツールでできる集客施策と顧客管理
- ・ MAツールで見込み客の興味関心を高める方法
- ・ MAツールで見込みの高い案件を発見する方法
- ・ 実際の導入・活用事例

## ＼こんな方におすすめです／

「マーケティングオートメーションって、結局どんなツール？」 「一挙に情報収集を済ませたい」



マーケティングオートメーション  
活用セミナーに参加する

マーケティングを、もっと身近に。

**KAIROS**  
MARKETING