


難しくない！



INNOVATION

目次



1	はじめに
2	MA導入がおすすめの企業って？
3	MA導入を成功させるために大切な3つのこと
4	マーケティングオートメーション(MA)とは？ <ul style="list-style-type: none">- MAが必要とされる背景- MAで解決できる課題- MAの基本的な機能
5	MA活用事例 <ul style="list-style-type: none">- MA導入企業のリアルな活用事例～マーケティング編～- MA導入企業のリアルな活用事例～営業編～
6	MA導入お悩み相談室
7	初めてでも使いこなせる「List Finder」のご紹介

はじめに

「マーケティングオートメーション(MA)の教科書」をダウンロードいただき、ありがとうございます！
まずは本資料で分かることをご紹介します。

コロナ禍の影響もあり、自社の営業・マーケティング改革に乗り出す企業が増えています。
情報収集をする中で「マーケティングオートメーション(MA)」というツールを初めて知ったという方も多いのではないのでしょうか。

しかし、調べていくうちに「なんだか難しそう」「中小企業が導入するには予算も人的リソースも足りないから無理」という感想を抱く企業が多いのも事実です。

実は、MAツールの導入・運用は基本的なポイントを押さえれば決して難しくはなく、
大げさな準備も必要ありません。






この資料では、MAツールとは？といった基本知識に加えて、**MA導入がおすすめの企業の特徴や
導入を成功させるために大切なこと**をご紹介します。

「MAは難しくない」「うちの会社でもできそう！」と思っていただければ幸いです。
皆さまのMA導入検討の後押しとなりますように。



MA導入がおすすめの企業って？

「うちの会社って、そもそもMA導入に向いているの？」と思っていませんか？
MA導入がおすすめの企業のチェックリストに、あなたの会社は何個あてはまるでしょうか。

-  新規の見込み顧客や商談をもっと増やしたい
-  限られたリソースで効率よく売上を伸ばしていきたい
-  マーケ・営業をDX化していきたい
-  非効率なテレアポに限界を感じている
-  活用できていない埋もれた名刺が社内にたくさんある

ほとんどの企業が「商談数を増やしたい」「売上を伸ばしたい」と常に考えているはずです。
社内に名刺情報・顧客リストがあれば、MAを利用して定常的に商談を生み出す仕組みを構築できます。
チェックリストに1つでも当てはまるならMAツールの導入を検討してみてください！

MA導入を成功させるために大切な3つのこと

MA導入に失敗する企業は決して少なくありませんが、
これからご紹介する3つのことを守れば、成功に大きく近づくことができます。



メンバー全員で共通認識を持つ

運用には営業やマーケティングなど、立場の異なるメンバーが関わります。
導入の目的や目指すゴールの共通認識が無いと連携がうまくいきません。



まずは欲張らずスモールスタートする

最初からシナリオ/スコアリングといった専門性の高い機能を使おうとせず
少しずつできることを増やすことで、導入初期に運用定着が進みます。



役割分担を明確にする

運用する上での役割分担が決まっていないと
導入自体が目的化したり、責任の所在が不明瞭になり効果を実感できません。

MAの導入は決して難しくありません！これら3つのことを守れば、**どんな企業でもMAを導入することができます。**

マーケティングオートメーション(MA)とは？

マーケティング活動を自動化・可視化できるMAツール。
具体的にどのような目的で運用されるツールなのか、改めておさらいしましょう。



MAツールとは、見込み客獲得～育成～商談獲得を支援し、**商談獲得数を最大化するツール**です。

MAが必要とされる背景

MAツールはなぜ必要とされているのでしょうか？
背景には、企業を取り巻く様々な状況の変化があります。



情報収集方法の変化

インターネットの普及で、顧客は**事前に商品の比較検討をし、候補を絞り込んでから**問い合わせることが当たり前になりました。

企業は顧客の検討度合いが低い段階から接触を始め、継続してコミュニケーションを取ることで、本格的な検討開始のタイミングで比較対象に入る必要が出てきたのです。



営業手法の見直し

企業の人手不足や働き方改革によって、少ない人的リソースでの営業活動を展開せざるを得ない企業が増えています。

非効率なテレアポや御用聞き営業から脱却し、時代に即した効率的な営業活動への変革が求められています。



顧客視点の重要性

情報過多な現代社会においては、企業が発信したい情報ではなく、顧客が必要とする情報を発信しなければ話を聞いてもらうことすらできません。

顧客一人ひとりに合った情報を適切なタイミングで届ける仕組みづくりが必要です。

こういった状況の変化に対応していくためにも、**MA導入が必要です！**

MAで解決できる課題

MAを導入すると、どんな企業でも「あるある」な課題を解決することができます。
例えば、あなたの会社にはこんな課題ありませんか？

課題1

営業マンはいつも多忙。
久しぶりに連絡したら
「もう他社さんに決めちゃった…」

解決策1

MAなら、顧客一人ひとりの状況が
見える化され、
「いつの間にか失注」を防ぎます！

課題2

「この企業は多分うちの商品に
興味があるはず…」 勘頼りの営業は
終わりにしたい

解決策2

MAなら、Web行動解析で
見込み顧客が興味を持っている内容
が分かります！

課題3

社内に放置された名刺の山を
有効活用したいけど、
1件ずつ連絡するのはちょっと…

解決策3

MAなら、
一括メール配信×アクセス解析で
有望リードを発掘します！

課題4

マーケティングと営業の連携が
いまいち。獲得した顧客情報を
生かし切れていない

解決策4

MAなら、
マーケティングから営業への
顧客情報の受け渡しがスムーズに！

課題5




兼任マーケティング担当はもう
限界！業務負担を軽減したい

解決策5

MAなら、複雑な
マーケティング活動を効率的に
進める仕組みを構築できます！

MAの基本的な機能

MAは多機能すぎてよくわからない…という方も多いのでは？
ツールによって名称は違いますが、主要機能を目的別にざっくりまとめてご紹介します。

リード獲得	リード育成	リード選別
<ul style="list-style-type: none">・フォーム作成・LP作成  <p>リード(見込み顧客)を獲得するために必要な機能。 資料ダウンロード用のフォームや自社セミナー開催時に概要を記載した集客ページ(LP)を作成することができる。</p>	<ul style="list-style-type: none">・メール配信・シナリオ  <p>リードを育成(ナーチャリング)するための機能。 BtoBでのリード育成はメール配信が主な手法であり、メール配信を自動化して運用するためにシナリオが利用される。</p>	<ul style="list-style-type: none">・スコアリング・アクセス解析・優先リード通知  <p>Hotリードを選別するための機能。 スコアリングで確度を点数化したり、サイトへのアクセス状況を解析した上で、営業に自動通知できる。</p>
その他		
<ul style="list-style-type: none">・リード管理機能・営業アプローチ管理・外部ツール連携・SNS/広告連携 <p>リードへのメール配信、営業アプローチの履歴管理や、関連ツールとデータ連携することができる。</p>		

MA導入企業のリアルな活用事例～マーケ編～

実際にMAを導入した企業はどんな活用をしているのでしょうか？
まずは、情報セキュリティ・IT運用サービスを提供するA社の事例をご紹介します。

Before

「案件化しなかった名刺が、各事業部のサーバーで休眠状態になってしまう。」

展示会出展やセミナー開催など、事業部ごとに新規開拓をしていました。
獲得した名刺は、営業が一度アプローチした後はそのまま放置されてしまうことが課題でした。



MAで実施 したこと

- ・ 5000件以上のリード情報に業種・部署・役職などの**タグを付与して管理**
 - ・ 新サービスやお役立ち情報の**メルマガを月3～4回セグメント配信**
- 開封者には、関連サービス資料のダウンロードやセミナー開催を追加案内



After

「休眠顧客だと思っていたお客様からセミナーの申込みがありました！」

確度が低いと思ってフォローしていなかったお客様からセミナーのお申込みをいただいたり、
「詳しく話を聞きたい」とご連絡いただくことが増えました。
また、メルマガの開封やWebサイトの来訪履歴の分析で、**お客様一人ひとりに合ったご提案ができるようになり**、
MAツールを活用することの価値を実感しています。今後は営業活動の効率化、売上拡大に貢献していきたいです！

MA導入企業のリアルな活用事例～営業編～

実際にMAを導入した企業はどんな活用をしているのでしょうか？
続いて、研修等の人材育成サービスを提供するB社の事例をご紹介します。

Before

「このままでは新規顧客が枯渇してしまう…営業手法の見直しが必要でした。」

商材の特性上、経営層による紹介を中心に新規顧客を獲得してきました。
Webでの問い合わせは年間わずか1～2件で、新たな営業先が見つからない状況に危機感を覚えていました。



MAで実施
したこと

- ・ 定期的なメルマガ配信や単発メールの**開封状況を分析**
- ・ Webサイトへの来訪を**自動で営業担当者に通知**
→来訪時の閲覧ページを参考に営業がアプローチする



「顧客の動きが見えるから、営業先と商談数が急増して売上が3倍に！」

After

MA導入前は新たな営業先が見つからず、営業担当者のモチベーションは低下していました。
お客様の行動を可視化したことによって、**アプローチ先が格段に増えました**し、興味・関心がわかるので
適切な提案やコミュニケーションが取れるようになりました。商談の数も質も上げることができ、
結果として売上が3倍にすることができました。

MA導入お悩み相談室

MA導入には不安がつきものです。導入したいけれど、あと一歩が踏み出せない…
そんな企業様のよくあるお悩みや疑問に回答します！

Q. 機能が多くて使いこなせるか心配です…

A. 最初からすべての機能を使う必要はありません！

自社の体制なども考慮して、**本当に必要な機能からまずは使ってみましょう。**

どの機能を使えばいいかわからない場合は、MAベンダーに「できるところから始めたい」と相談してみましょう。高機能すぎるツールを選ぶと初期の準備や設定が大変な場合があるので、その点も注意して選ぶようにしましょう。

Q. マーケティングに詳しい担当者がいませんが、運用できるでしょうか？

A. サポート体制がしっかりしていれば大丈夫

自分たちだけで活用を進めることに不安がある場合は、**サポート体制がしっかりしているツールを選びましょう。**費用面だけでなく、サポート方法も重要です。電話などで気軽に相談できるか、など事前にしっかり確認しましょう。

マーケティングの詳しい知識は、MAを活用していきながら学んでいっても遅くはありません。

MA導入お悩み相談室

MA導入には不安がつきものです。導入したいけれど、あと一歩が踏み出せない…
そんな企業様のよくあるお悩みや疑問に回答します！

Q. MAツールはメール配信が重要と聞くけど
メルマガを作成したことがありません

A. 難しく考える必要はありません！

メルマガというとデザイン性があって、季節の挨拶から始まる長い「読み物」を想像される方が多いと思います。ただ、**文章だけのメルマガであってもOK**ですし、テンプレートを用意しているツールも少なくありません。

まずは月に1回でも定期的に配信を続けることで、徐々に成果につなげることができます。

Q. 「MAは難しい」という印象が強く、導入
後にどのくらいサポートしてもらえるか
不安です

A. 実際のユーザーの声をチェックしましょう

各ベンダーのサポート充実度を確認するには、「ITReview」などのIT製品・サービスのレビューサイトで、実際にツールを使用しているユーザーの口コミを読んでみましょう。

導入～運用時のベンダー側の**対応の素早さや親切さなどにも言及している口コミが多い**ため、参考になるはずです。

MA導入お悩み相談室

MA導入には不安がつきものです。導入したいけれど、あと一歩が踏み出せない…
そんな企業様のよくあるお悩みや疑問に回答します！

Q. MA導入のメリットを社内で上手く説明
できず困っています

A. MAは「商談数」を増やすものだと言
明してみましょう

MAツールにはいろいろなメリットがありますが、シンプルに伝える
には、まずは**保有している顧客リストや見込み顧客からの商談数が増やせるツール**だと説明してみましょう。

商談数が増えれば、同じ受注率でも受注数が増えてきますので、メ
リットを感じてもらえると思います。

Q. 他にやるべきことが多くてなかなか導入
検討が進まないけれど、MAツールって
早く導入した方がよいもの？

A. 導入が早ければ成果が出るのも早いです

MAは導入してすぐに成果が出るものではなく、継続して運用し続け
ることで安定的に効果を発揮するものです。

今月導入すれば得られていた半年後1年後の成果が、**導入を先延ばしに
しては得ることができません**。導入のタイミングが早ければ
早いほど、自社の成長も早くなると言えるでしょう。

初めてでも使いこなせる「List Finder」のご紹介

初めてのMAツール導入でも安心して使える「List Finder」のご紹介です。
List Finderの3つの特徴は以下の通りです。

1

複雑な設定が必要なく、**B2B企業にとって使いやすい機能/画面設計**

マーケティング知識を必要とする複雑な設定を必要とせず、直感的に使うことができます。

2

コンサルティングサービス/テクニカルサポートの両輪で活用を徹底サポート

テクニカルサポートはもちろんのこと、一般的には数百万円ほど必要となるコンサルティングサービスがプラン費用に含まれております。

3

安価な価格帯

月額4万円台から利用できるため、スモールスタートにぴったりです。

株式会社Innovation X Solutions

〒150-0002
東京都渋谷区渋谷3-10-13 TOKYU REIT 渋谷R ビル3F

03-5766-3800（フリーダイヤル：0120-665-702）
<https://www.innovation.co.jp>



List Finder の詳細資料は以下からダウンロードいただけます。

詳細資料をダウンロードする >>