

# esm marketing

## ご紹介資料

 SOFTBRAIN Co.,Ltd.

ソフトブレン株式会社

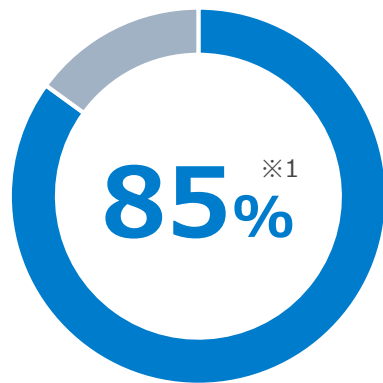


# 1.

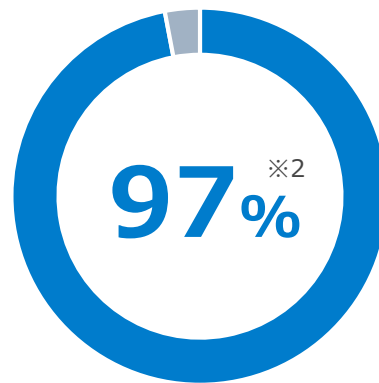
## 顧客の購買行動の変化と アンノウンマーケティングの 重要性

- 顧客とのコミュニケーションのうち85%がWebやメールなどの非対面で行われる
- 見込み顧客のうち97%が問い合わせや資料DLなどをせず、匿名状態のままサイトを離脱する
- 見込み顧客のフォローを行わなかった場合、2年以内に80%のお客様が競合商品を購入する

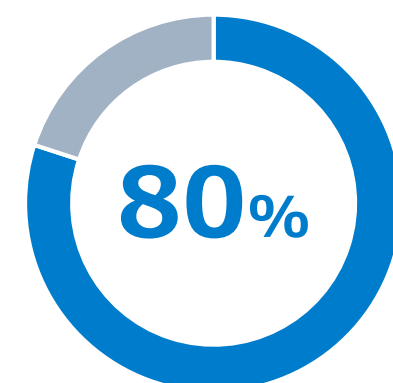
非対面コミュニケーションの割合



見込み顧客のうち  
匿名の割合



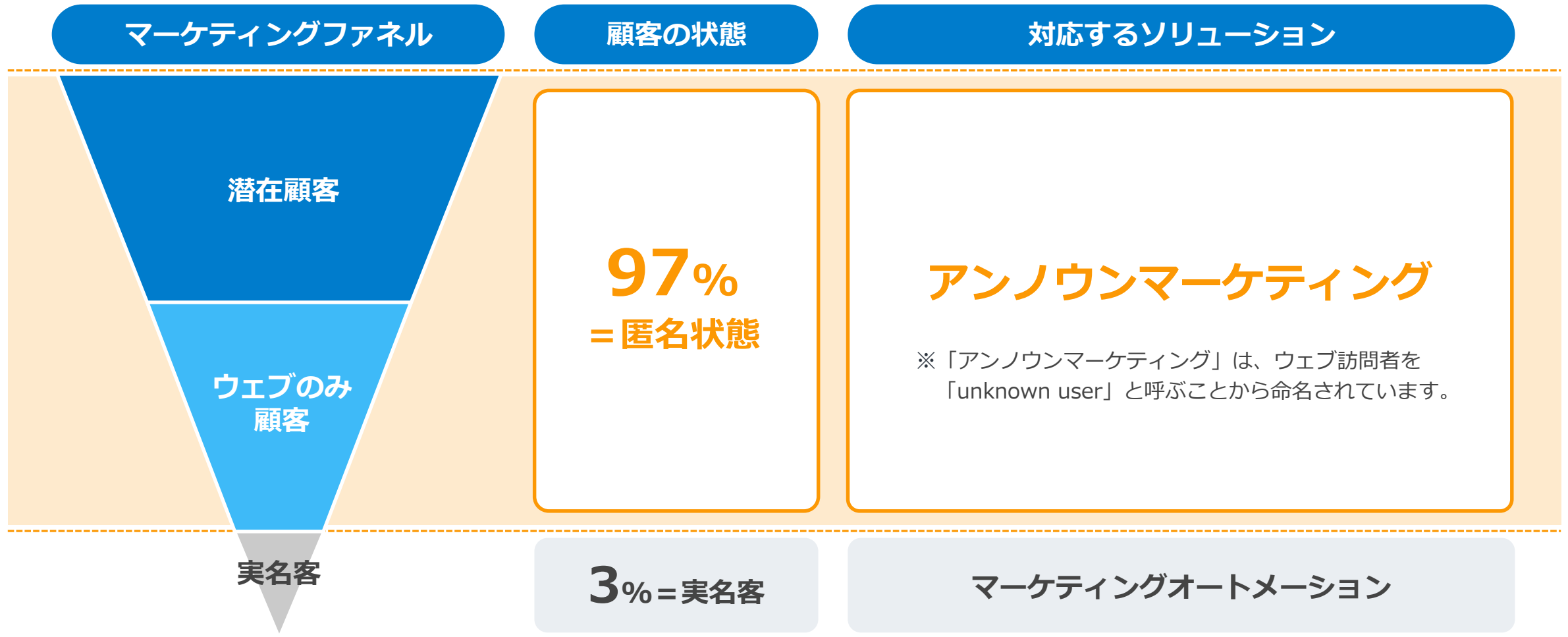
フォローを行わないと  
2年以内に競合に奪われる割合



※1 出典 : Gartner Predicts, Gartner Customer 360 Summit 2011 ※2 ソフトブレイン調べ

これらのデータから、**対面でのセールスには限界**があると言えます。

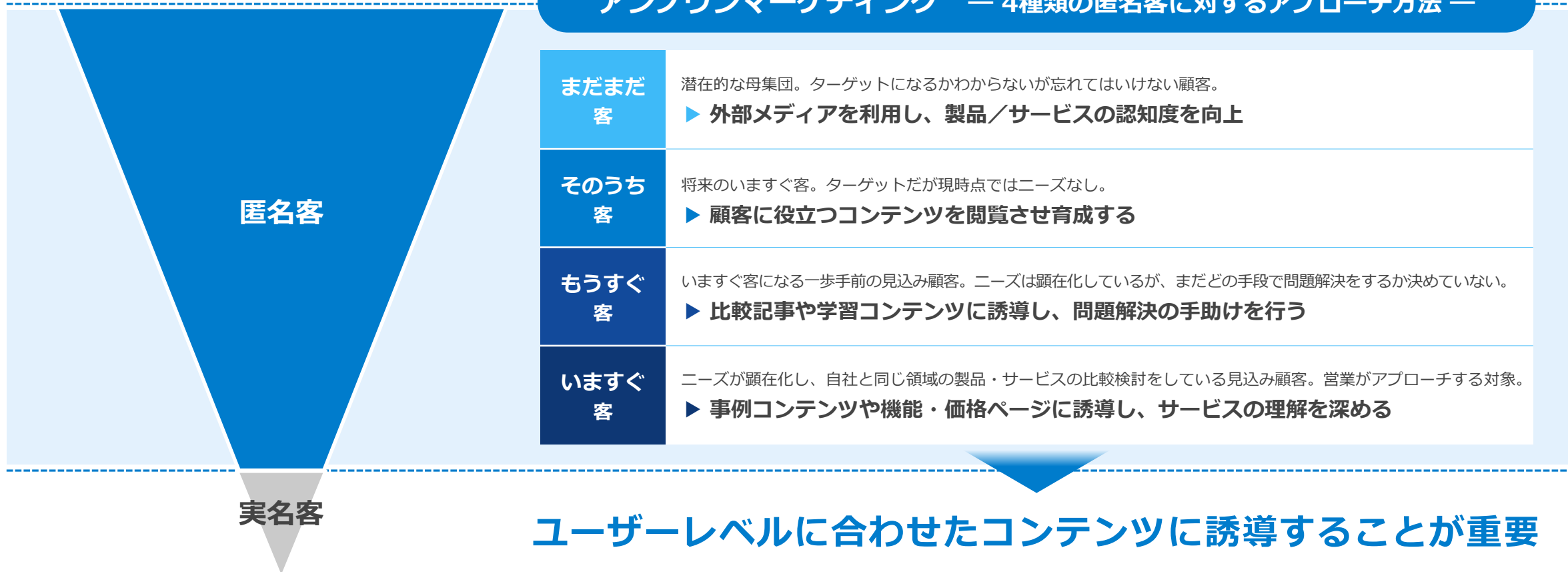
ウェブサイトに訪れる方のほとんどは、個人が特定できない「匿名状態」の顧客です。したがって、匿名客へのアプローチ手法「アンノウンマーケティング」が欠かせません。



「アンノウンマーケティング」とは、自社のWebサイトは閲覧しているがまだ個人情報を入力していない人に対して、**Webサイトの閲覧履歴を分析する事により適切なアプローチを実現**することです。

その結果として個人情報を入力する数が増え、効果的なリードジェネレーションを実現します。

## アンノウンマーケティング — 4種類の匿名客に対するアプローチ方法 —



積極的な購買意欲が見られないためフォローをやめてしまったリードのうちの

**80%** は、**2年以内** に **競合企業から商品を購入** ※

※ 出展：米国 Sirius Decisions社の調査より

- 年間で営業担当／人が、名刺獲得する数は約**200**枚。 ※ 名刺1枚の獲得単価：**5千円～1万円**
- 名刺獲得後に商談化 → 成約するのは**20～30%**。
- この長期フォローが必要な**70%**を捨てずに、根気よく効率的にフォローすることが必要。



# — 2.

## マーケティング オートメーションとは

顧客データを一元管理して、顧客の行動が見える  
その行動に合わせて、アプローチできるツールのこと

顧客情報を可視化し  
一元管理

オフライン行動履歴



営業名刺

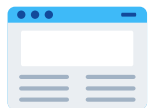


セミナー



展示会

オンライン行動履歴



Web



広告



Mail



顧客の検討度合に合わせて  
非対面アプローチ

行動履歴に合わせてアプローチ



できること

※一部抜粋

- メール
- ポップアップ
- パーソナライズ
- プッシュ通知
- フォーム作成
- ウェブページ制作



フェーズ毎に成果を出す為ツールを使い分ける。  
必要なデータについては「SFA」「MA」間で相互連携。



— 3.

esm marketingの

ご紹介

「esm marketing」は、匿名の見込み顧客にもアプローチができ、一般的なMAツールよりも**顧客獲得機能が強い**のが特徴です。

**導入も操作も簡単、シンプル**で即日運用をスタートすることができます。

MAをはじめてご利用になれる方にも安心の**手厚いサポート体制**で、お客様の「成功」へ向けて共に伴走いたします。



特徴  
1

**顧客獲得**に強い

一般のMAツールにはない  
匿名の見込み顧客へのアプローチ



特徴  
2

導入も操作も  
**簡単、シンプル**



特徴  
3

**手厚い**  
サポート体制



## esm marketing の強み

- 匿名リードでも興味関心に合わせたアプローチができる
- 実名リードを増やすことができる
- サイトから離脱したリードを再度連れ戻すことができる

97%の匿名顧客にアプローチができ、**リード獲得にも強い**

## 見込み客を**獲得**する

アクセス企業リスト

セグメント

ポップアップ表示

プッシュ通知

パーソナライズ

Webページ制作

フォーム作成

## 見込み客を**育成**する

メール配信

ポップアップ表示

プッシュ通知

スコアリング

セグメント

自動メール配信

パーソナライズ

Webページ制作

ステップメール

タグ通知

ホットアラート通知

Webhookによる外部サービス連携

## 見込み客を**管理**する

商談情報管理

スコアリング

タグ管理

ダッシュボード

目標設定・管理

セグメント

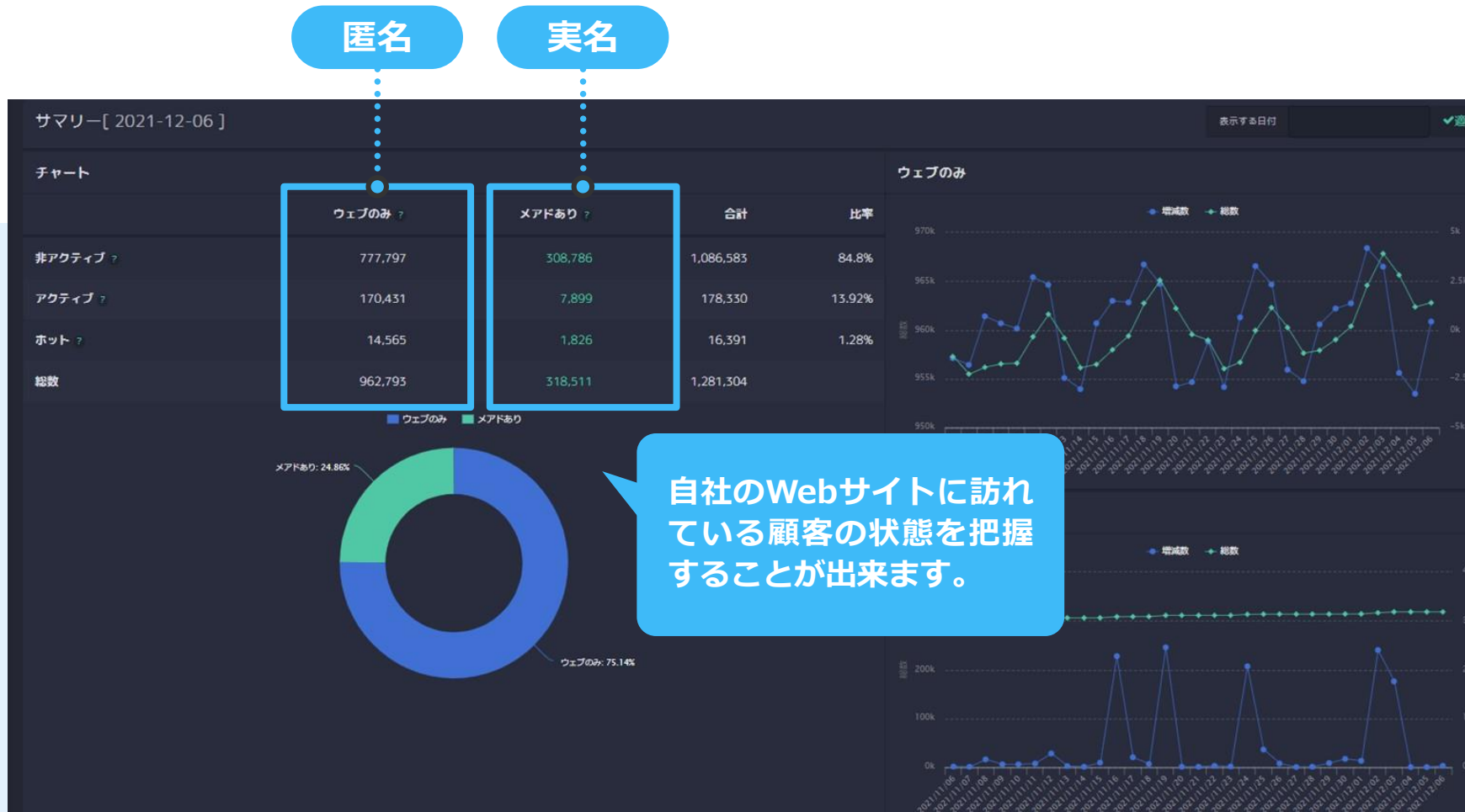
ホットアラート通知

カスタマー情報閲覧

アクセス企業リスト

キャンペーン作成・管理

## ダッシュボードで全体の状況把握



## 基礎項目

## タグ

顧客を「タグ」という機能を使ってグルーピングすることができます。これにより、イベント来場など、オフライン接触の管理もできます。

カスタマー管理 - カスタマー詳細

☆ [Customer ID]

スコア	メール送信回数	セグメント該当数	配信ステータス
37	2	0	正常

会社名	部署・役職	メールアドレス	電話番号
ソフトブレイン株式会社			
携帯電話	住所	WEBサイト	メール状況
			送信済
配信許可	ステータス	情報獲得経路 / 情報獲得日	郵便番号
承認	訪問済	〇〇展示会 2020-02-14	150-0031
ライフステージ	予算	誕生日	ご職業
新婚	6000	1991	会社員

タグ

【4月】〇〇展示会来場 【資料DL】展示会訪問のコツ メルマガ会員

## カスタム項目

氏名やメールアドレスといった基本的な顧客情報管理だけではなく、「カスタム項目」として自由に項目を設定することが可能です。



**アクション一覧**

Webページの閲覧、メール開封、メールのリンククリック、資料ダウンロードといった顧客がオンラインで行った行動を可視化する機能です。

**スコア**

顧客のオンライン行動に合わせてスコア（点数）をつけ、顧客の購買意欲を判定する機能です。

スコア  
2

スコア  
0

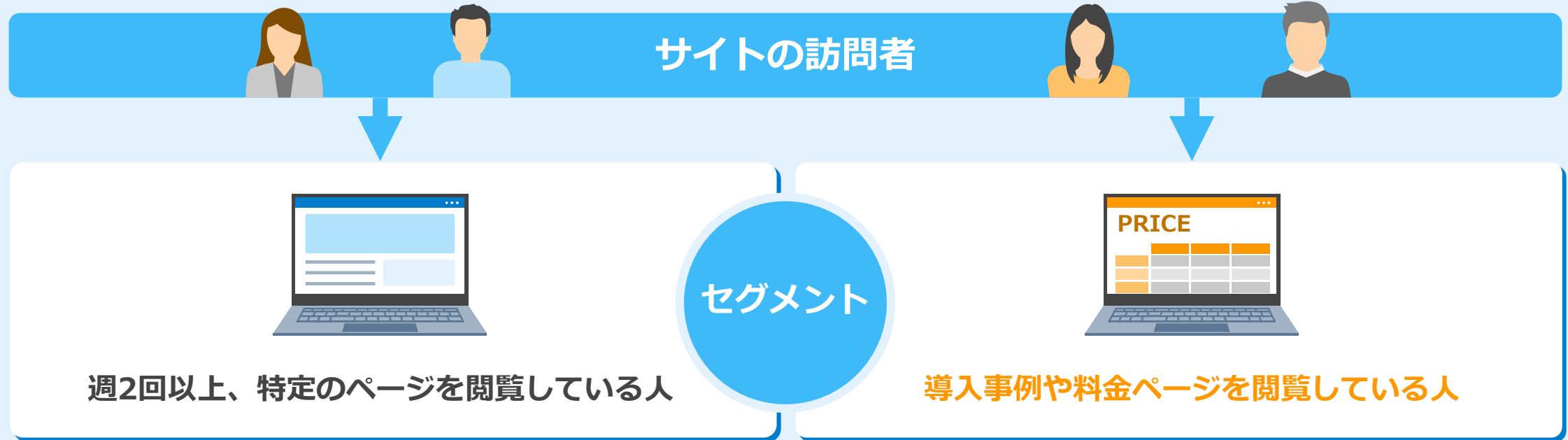
内容 (流入元)

【最新MA活用事例】未経験でも「SATORI」導入わずか1か月半でマーケティング実践企業へ変貌！

内容 (流入元)

【最新MA活用事例】未経験でも「SATORI」導入わずか1か月半でマーケティング実践企業へ変貌！





## 実現できること



- Webサイト訪問者の中から、特定の行動を取った人をグルーピング
- 顧客の興味関心を把握することができ、顧客に合わせたコミュニケーションが取れる。

## お客様が成果を感じられたポイント



- 顧客の興味関心を把握することができ、適切なコミュニケーションがとれることでサイト訪問数は**半年で2倍に**。



## 実現できること



- Webサイトにアクセスしている顧客に対して興味のあるコンテンツを表示させる。
- 遠回りさせずにCVに導くことができる。

## お客様が成果を感じられたポイント



- オウンドメディアに流入してきた情報収集層の顧客にメルマガ登録を訴求。**242%の効果改善に。**



## 実現できること

- ブラウザ上で許可を得たサイト訪問者に対して、情報を出すことで再来訪を促す。
- Web行動履歴に合わせた出し分けも可能。

## お客様が成果を感じられたポイント

- CVに至っていない顧客へのアプローチに活用。サイトへの再来訪を促し、ポップアップと絡めたリード獲得のアプローチが可能になり**毎月のCVは200件以上獲得**。

## セミナー申込済みのユーザー

もそうではありませんし、むしろ「商品のスペックや料金を見る」という行為は、実は購買プロセスの早い段階で行なわれることが多いのです。

では、どのようにスコアリングを設計すれば「ベンダーリストアップ/ショートリスティング」のタイミングを上手に検知できるのでしょうか？

### キラーコンテンツで「今すぐ客」をあぶりだす

先ほどの購買プロセスの話をもう一度考えてみます。お客様は「課題認識」から始まり「解決策の模索」「ベンダーリストアップ」「商談・購買交渉」「社内承認・発注」「導入」と進んでいきます。

お客様にとって、「営業を呼びたい/営業からの情報が必要なタイミング」は、「比較・検討」つまり「ベンダーリストアップ/ショートリスティング」のタイミングということになりますので、このタイミングを検知したいわけです。お客様のためにも、営業のためにも、マーケティングチームはお客様が「比較・検討」をしているタイミングを正しく検知しなければなりません。

その方法は、「比較・検討」に必要なコンテンツをウェブサイトやメールマガジンでお客様に提示し、そのコンテンツへの興味関心を検知するという事です。

「比較・検討」に必要なコンテンツ(以下キラーコンテンツと呼びます)は、その1つは「他社・競合サービスとの比

## セミナー申込なしのユーザー

行なわれることが多いのです。

では、どのようにスコアリングを設計すれば「ベンダーリストアップ/ショートリスティング」のタイミングを上手に検知できるのでしょうか？

[PR]本当に成果が出るMAツール導入のポイント



参加者満足度99%！導入後に後悔させない受講  
マーケティングオートメーション紹介セミナー

パーソナライズ

### キラーコンテンツで「今すぐ客」をあぶりだす

先ほどの購買プロセスの話をもう一度考えてみます。お客様は「課題認識」から始まり「解決策の模索」「ベンダーリストアップ」「商談・購買交渉」「社内承認・発注」「導入」と進んでいきます。

## 実現できること



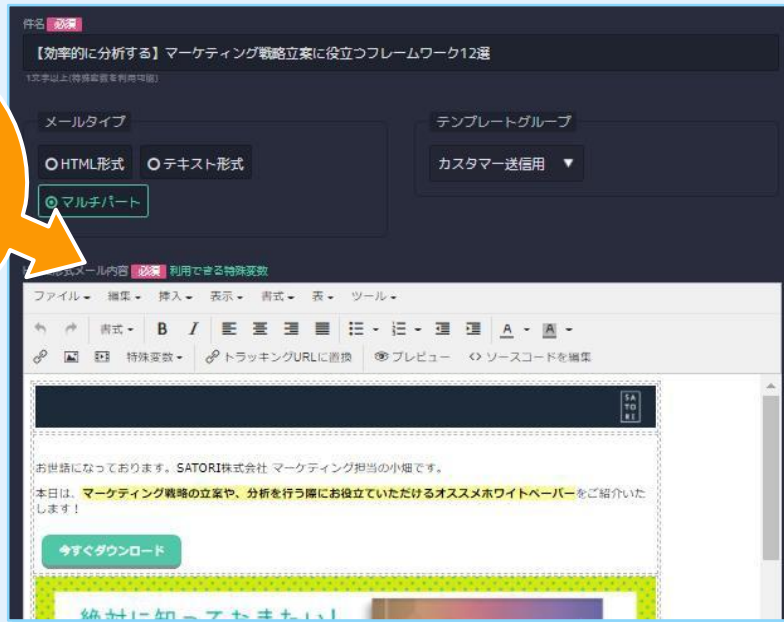
- Web行動履歴に合わせてサイトの見せ方を変えることができる。
- コンテンツを出し分けることで効率的にCVに促す。

## お客様が成果を感じられたポイント



- セミナーの告知バナーをアクセス数が多いブログ記事へ設置して誘導。
- ユーザーの興味に沿った内容を訴求することで、**クリック率・CV数が向上。**

メルマガ  
作成画面



メルマガ  
配信結果

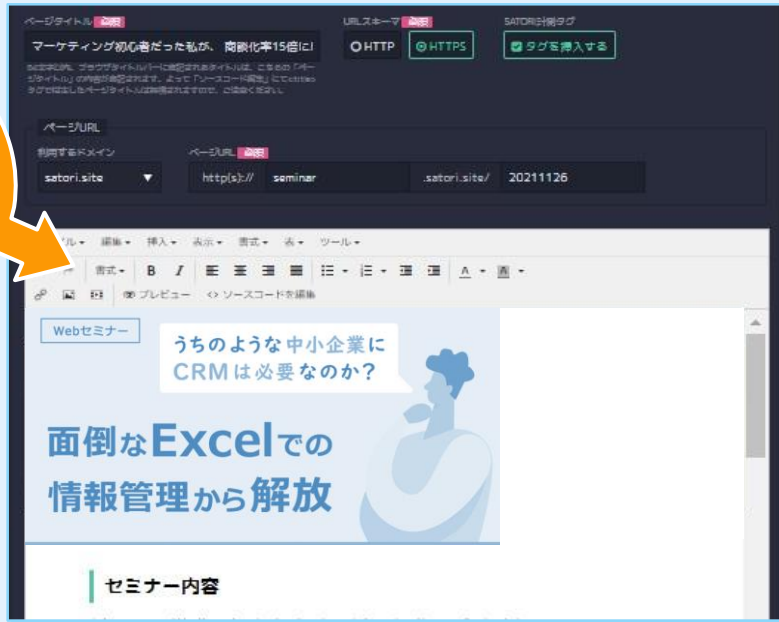
## 実現できること

- メール作成もWordを触るイメージで簡単に作業できる。
- リンククリックや資料DLも検知できる。

## お客様が成果を感じられたポイント

- メルマガ作成工数を約1/6に削減。
- 効果測定もまとめてみることで、次の改善につなげるスピードがUP。

LP作成



フォーム作成

氏名	<input type="text" value="氏名"/>
会社名	<input type="text" value="会社名"/>
電話番号	<input type="text" value="電話番号"/>
メールアドレス	<input type="text" value="メールアドレス"/>
部署	<input type="button" value="営業"/> <input type="button" value="マーケティング"/> <input type="button" value="情報システム"/> <input type="button" value="経営企画"/> <input type="button" value="管"/>
	<input type="button" value="その他"/>
役職	<input type="button" value="一般"/> <input type="button" value="主任/リーダークラス"/> <input type="button" value="課長クラス"/> <input type="button" value="部長クラス"/>
	<input type="button" value="役員クラス"/> <input type="button" value="代表"/>

## 実現できること

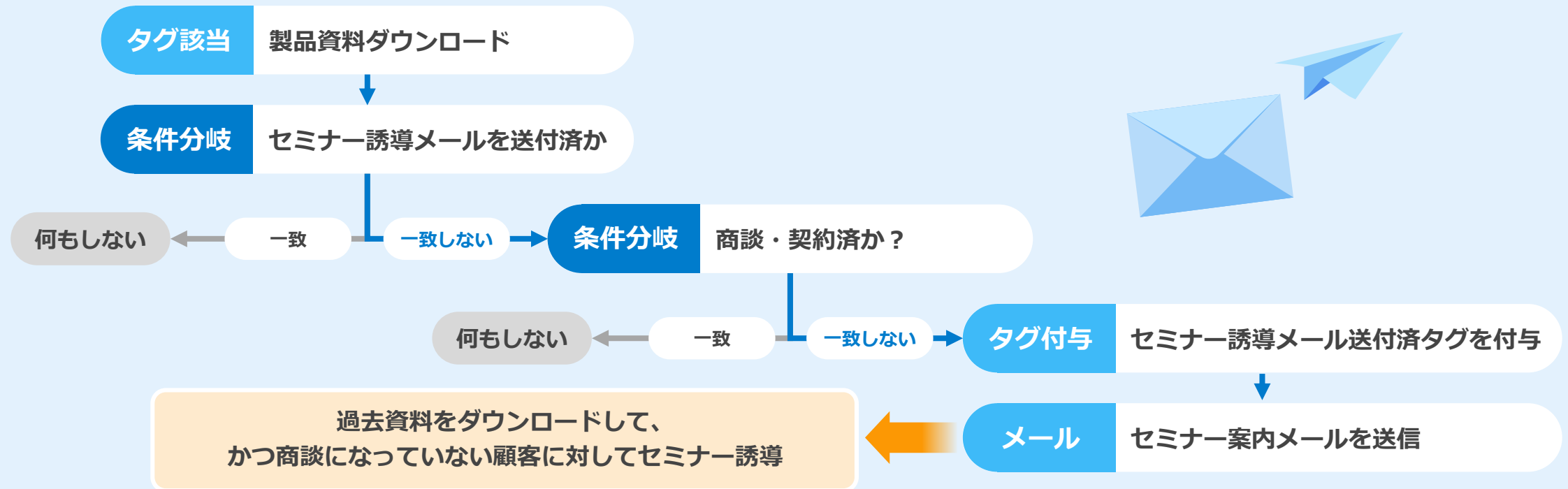


- ウェビナー申込の流れを改善。
- 申込ページやアンケートフォームの作成。

## お客様が成果を感じられたポイント



- 専門知識がなくてもLPの内製化やフォームの作成が簡単で、外部リソースを縮小できた。
- セミナー参加フォーム、Webページ制作、メルマガ配信設定が**実質的に半日で完了した。**



## 実現できること

- 顧客のアクションきっかけに自動でステップメールを配信。

## お客様が成果を感じられたポイント

- 担当者ごとにメール配信の精度やタイミングがバラバラだった「フォローメールの自動化」
- フォローの抜け漏れ防止や業務効率化へ。





# 4. 導入・サポート体制

## 導入も運用も簡単だから、ミニマムスタートできる。

### 即日運用が可能

自社サイトに計測タグを埋め込んでいただくだけで運用開始いただけます。MA導入時に悩みがちなスコアリング、esm marketingのおすすめ設定が行われた状態で引き渡しいたしますので迷う必要ありません。

導入してからわずか  
1ヶ月で運用開始できる

### 管理画面がシンプル

インターフェースは日本語で、シンプルに構成されており、マニュアルなどもすべて日本語に対応しています。MA運用経験の少ない初心者マーケターも安心して利用できます。

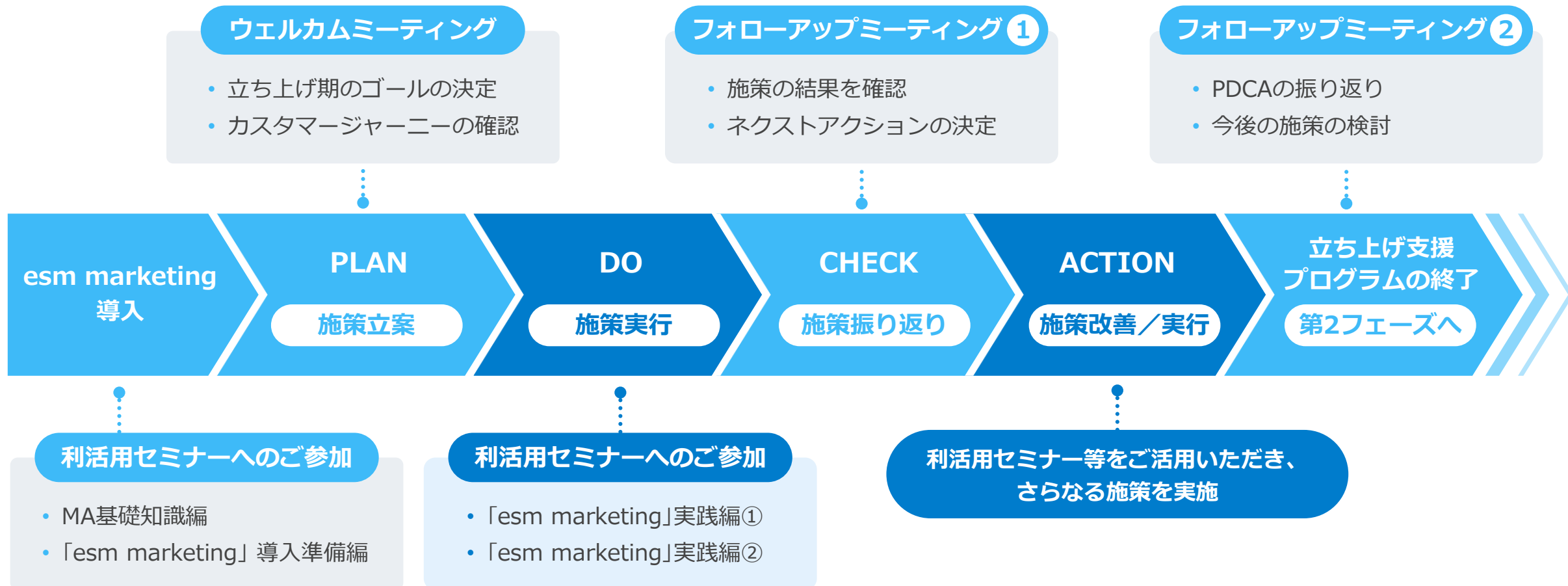
MA運用経験の少ない  
初心者マーケターも安心

### 模倣できるコンテンツ

「esm marketing」活用事例の動画やセミナーなど、結果の出た施策を契約者様限定で公開しています。効果の良かった施策を模倣しながら実施いただくことでお客様の成果に貢献いたします。

効果の出る施策を  
簡単に実施

## 充実のサポート体制。すべて月額費用内で対応します。



# 5.

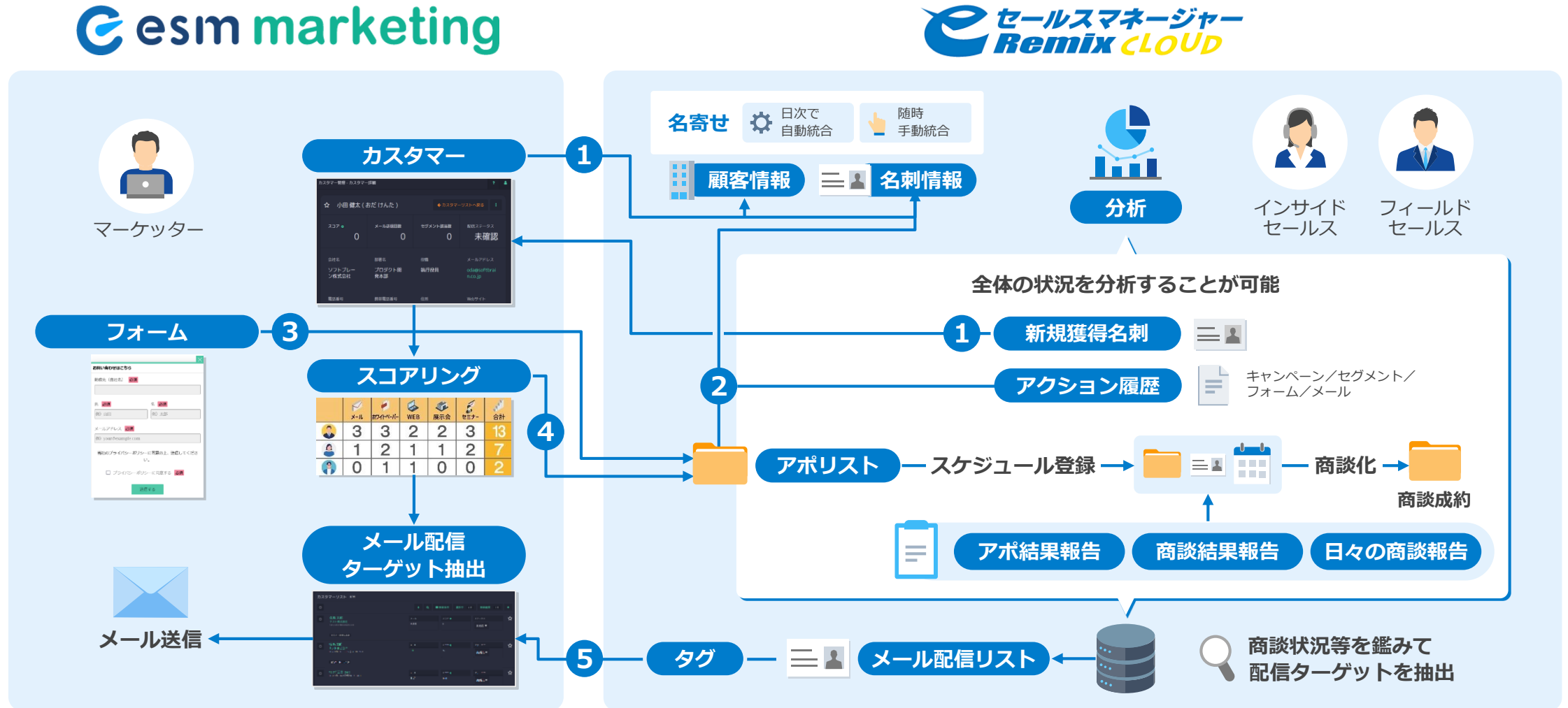
## 成果を最大化する マーケティングと営業の 協業手法

# ROIを追求！マーケティングと営業の連携効果を最大化！

「マーケティング投資が成果に繋がらない」「リードのフォローが属人的」「マーケティングとセールスの分断が悩ましい」  
そんな課題を解決するのがマーケティングオートメーション（MA）機能です。



マーケティング情報をセールスに簡単に共有ができ、セールスの状況をマーケティング活動に活かすことが可能になります。



# 1 名刺情報の相互連携



## カスタマー

カスタマー管理・カスタマー詳細

☆ 井上 裕太 (いのうえ ゆうた)

← カスタマーリストへ戻る

スコア	0	メール送信回数	1	セグメント紐着数	0	配信ステータス	正常
会社名	部署名	役職	メールアドレス	電話番号	携帯電話番号	住所	Webサイト
ソフトブレイン株式会社	事業開発部	執行役員	inoue-y@softbrain.co.jp	03-0000-0000	03-0000-0000	東京都	https://www.softbrain.co.jp/
メール状況	配信許可	ステータス	情報獲得経路	送信済	承認	未対応	

情報獲得日  
2024-06-25

タグ  
非ユーザー、24年5月〇×イベント参加者



## 名刺情報

名刺

名刺詳細

☆株式会社大澤商事  
伊集院橋本部 役員  
☆岡田 武

☆ ウォッチする 投稿する 参加中グループ (0)

名刺コード	10635			
住所	〒103-0027 東京都中央区銀座3丁目7-9			
電話番号	03-3246-3131	携帯番号	080-8888-9999	
FAX番号	03-3246-3132	email	email@email.jp	
URL	https://www.yamasita.co.jp/	在籍フラグ	在籍中	
詳細内容	本件における管理担当部長様、 時限に際してはご迷惑な点も、納期などの交渉の際は注意が必要。 反面、費用に関しては比較的柔軟な考えをお持ち。			
役職タイプ	課長クラス	部署タイプ	その他	
受取人	受取人	部署名	役職名	受取日
	★中村和也	東京支店	担当	2024-05-31
	及川真穂奈	東京支店	担当	2024-04-05

紹介元  
紹介元が選択されていません。

esm marketing esm marketing アクション履歴

▼ スコアの合計値

配信許可	承認
スコア値	20
タグ	非ユーザー、24年5月〇×イベント参加者、〇〇サービスカタログダウンロード
ID	333405

## 「連携頻度」及び「連携項目」を任意で設定可能（拡張項目も連携可）

※「マーケティング連携機能」を用いて、eセールスマネージャー上の名刺情報のうち、  
どの名刺をesm marketingと連動させるかを選択可能

## 2 アクション履歴の可視化



### アクション一覧

最新アクション一覧

2024/05/24 08:25:03  
タグ 追加  
スコア 0 内容 (既入力) 解約ページ追加

2024/05/06 16:35:51  
メール 開封  
スコア 1 内容 (既入力) 【ご案内】MA機能実装のご案内

2024/05/06 16:35:47  
メール 送信  
スコア 0 内容 (既入力) 【ご案内】MA機能実装のご案内

2024/05/05 16:04:10  
メール リンククリック  
スコア 10 内容 (既入力) https://www.e-sales.jp/demo/functions/ (【ご案内】MA機能実装のご案内)

### 名刺情報

名刺詳細

☆株式会社大澤商事  
事業統括本部 役員  
おかだたけし  
☆岡田 武

名刺コード 10635  
住所 〒103-0027 東京都中央区銀座3丁目7-9 [周辺]  
電話番号 03-3246-3131 携帯番号 080-8888-9999  
FAX番号 03-3246-3132 email email@email.jp  
URL https://www.yamasita.co.jp/ 在職フラグ 在職中

役職タイプ 課長クラス 部署タイプ その他

受取人	部署名	役職名	受取日
★中村和也	東京支店	担当	2024-05-31
及川真理奈	東京支店	担当	2024-04-05

esm marketing アクション履歴

MA上のアクション履歴がesmの名刺情報に取り込まれ、  
オンラインの行動が可視化される

※ 取り込まれるアクション履歴は「メール」「タグ」「セグメント」の3タイプ

ID	登録日時	登録者	最終更新日時	最終更新者	アクション発生日	アクションタイプ	esm marketingアクション詳細
10001	2021-08-03 11:15	管理者	2021-08-03 11:15	★中村和也	2024-04-2	配信済みメール	たった30分で10個以上の記事企画を生み出す方法
10044	2021/10/13 5:24	管理者	2021/10/13 5:24	管理者	2024-04-0	メールリンククリック	8%の見込み客が望む、現代の営業のあり方   営業は長期的アプ... 詳細
10045	2021/10/14 5:37	管理者	2021/10/14 5:37	管理者	2024-04-0	メール開封	受注率を20%上げるインサイドセールスの極意と
10046	2021/10/19 5:36	管理者	2021/10/19 5:36	庵形 嘉昭	2024-04-1	タグ追加	4060xセミナー参加
10047	2021/10/21 5:29	管理者	2021/10/21 5:29	庵形 嘉昭	2024-04-1	セグメント追加	「製品サイトと料金サイトを見ている」セグメン
10048	2021/10/22 5:20	管理者	2021/10/22 5:20	★中村和也	2024-04-1	配信済みメール	5%が「参加しづらい」と答えた、ウェビナーの





#### Webフォーム

氏名

会社名

電話番号

メールアドレス

部署

役職



#### 案件情報

案件

案件詳細

★株式会社スマイル  
○×カタログDL

初回訪問 > アプローチ > 案件化 > 提案済み > 内示 > 受注 > 受注後フォロー > 納品 > 失注 > 中断

案件コード 16293  
顧客コード 10001  
案件タイプ 商談  
案件名 (セレクト)  
進捗状況 継続/終了 継続中  
代理店

案件コンタクト先	最終有効接触日	名刺情報	立場	意欲	備考
役員 推進者					
その他 ★山岡 修 部長 (窓口)			推進者	?	不明

窓口  
やまおかあさひ  
★山岡 修 部長

MAで作成したWebフォームへの登録情報がesmに取り込まれ、案件が自動生成される

※Webフォームへの登録者情報が「コンタクト先」に自動セットされる

## 4 スコアやセグメントを起点にアプローチリストの自動作成



### カスタマー

カスタマー管理

直川 哲也  
ソフトブレイン株式会社  
naokawa@softbrain.co.jp

メール 1件    スコア 1    ステータス 未対応 ▼

非ユーザー

大澤 周平  
ソフトブレイン株式会社  
ohsawa@softbrain.co.jp

メール 2件    **スコア 12**    ステータス 未対応 ▼

ユーザー

スコア



### 案件リスト

案件    案件リスト    案件検索

案件リスト一覧

お気に入りリスト    表示形式: アイコン形式    表形式

2024-06-26 11:54    2023-04-29 02:04    2024-06-26 09:29    2023-06-27 14:37

ホットリードList    見積提出後1週間放...    1000万円以上案件...    Aランク顧客リスト

更新    更新    更新    更新

案件    案件リスト    案件検索

★営業部    ★営業太郎    ホットリードList 2024-06-26

該当件数 5件    50件    表示    2023-08-16    時点からの差

	法人	電話番号	住所	案件名	進捗状況	窓口氏名	担当
<input type="checkbox"/>	株式会社フロントワーク	06-6322-2032	大阪府大阪市東...	ホットリード		宮田 昭夫	★営業太郎
<input type="checkbox"/>	マクロマイクロ株式会社	06-6792-5331	大阪府大阪市平...	ホットリード		阿部 文男	★営業太郎
<input type="checkbox"/>	中央鉄鋼株式会社	072-961-1511	東大阪市吉田下...	ホットリード		伊藤 誠一	★営業太郎
<input type="checkbox"/>	堂林交通株式会社	072-239-5221	大阪府堺市中区...	ホットリード		加藤 美咲	★営業太郎
<input type="checkbox"/>	★株式会社スマイル	06-6751-0069	東京都中央区銀...	ホットリード		★山岡 修	★営業太郎

※ MA上で特定の顧客条件(スコアやセグメント)に該当した際、esm上に案件が自動生成される

スコア値 (0点以上) やセグメント (製品及び料金サイトを見ている) を起点に案件を自動生成し、アプローチリストとして活用することができる

# 5 SFA商談状況に応じたメール配信ターゲットリスト作成



## カスタマー

Customer profile for 井上 裕太 (いのうえ ゆうた). The page shows various metrics and contact information. A red box highlights the 'タグ' (Tag) section at the bottom, which contains the text '非ユーザー 24年5月イベント参加者'.

スコア	メール送信回数	セグメント所属数	配信ステータス
0	1	0	正常

会社名	部署名	役職	メールアドレス
ソフトブレイン株式会社	事業開発部	執行役員	inoue-y@softbrain.co.jp

電話番号	携帯電話番号	住所	Webサイト
03-0000-0000	03-0000-0000	東京都	https://www.softbrain.co.jp/

メール状況	配信許可	ステータス	情報獲得経路
送信済	承認	未対応	

情報獲得日: 2024-06-25

タグ: 非ユーザー 24年5月イベント参加者

タグ



## 名刺リスト

Screenshot of the '名刺リスト' (Name Card List) management interface. A red box highlights the 'マーケティング連携' (Marketing Linkage) section, which includes a checkbox labeled '連携する' (Link) and a '登録' (Register) button.

※「進捗状況」や「O×イベント参加者」等を条件に作成した名刺リストに対して、「連携する」に✓をつけるとMA側にデータを流し込むことが可能

esm上の進捗状況等の情報をキーにMAにタグ付けできるため、  
顧客のステージに応じた情報提供が可能

(例：中断顧客へのステップメールやディスロイヤルティ顧客へのオンライン動画案内メール配信等)

# 6. ご利用料金

## 初期費用

**300,000** 円

(税別)

+

## 月額費用

**148,000** 円/月

(税別・年間契約)

ぜひWebページにもお越しく下さい  
多数の導入事例をご覧ください

eセールス



eセールス 事例



ソフトブレイン セミナー

