

エクスリード 導入事例

ExLead-DSP Introduction Case



ExLead-DSP



営業を科学する

SOFTBRAIN SERVICE Co.Ltd.

ソフトブレン・サービス株式会社様

3カ月でCVが7件、4カ月でクリック数も2倍となり、新規顧客獲得や認知度向上に貢献。

「営業」特化型の専門コンサルティング会社として、独自の営業プロセスマネジメントを通じ、営業課題の支援をしているソフトブレン・サービス様。同社では、セミナーへの新規顧客の誘導や、同社事業の認知度向上を目的に、ExLead-DSP(以下、エクスリード)を導入。3カ月でCV(コンバージョン)が7件、4カ月でクリック数も2倍となるなど、短期間で確かな効果が出始めた。事業理解力のあるメンテナンス担当者による助言やバナー制作などのサポートにも厚い信頼を寄せる。今後は、動画でのバナー配信や、パートナーとしての同社顧客へのエクスリードの提供など、更なる展開も見据えている。



小松 弘明様 取締役会長

亀井 梓乃様 マーケティング部



導入の背景①

「営業プロセスマネジメント」コンサルティングを提供

ソフトブレン・サービス様は、営業に特化した「営業プロセスマネジメント」コンサルティングのバイオニア企業である。同社では「営業を科学する」をコンセプトに、気合・根性・精神論の盲信や個人商店からの脱却、再現性&検証性のある科学的組織営業を提案。顧客が成果を出すために、気づきを与え、実行を支援し、仕組みをつくり、営業課題を解決するお手伝いをしている。具体的な事業としては、個別コンサルティングである「営業マン育成コンサルティン

グ」集合型コンサルティングである「プロセスマネジメント大学」そして、組織の活性化・自律的成長を促す「各種アセスメント」などを行っている。

「当社では、こうしたコンサルティングにつながる顧客を獲得するため、全国でセミナーを開催しています。そこでの参加者リストをもとに営業活動を行っているのですが、セミナーに来られるお客様が固定化し、新規顧客獲得につながらないケースが多くなってきたのです。」と、取締役会長の小松弘明氏は現状の課題をそう語る。



導入の背景②

「SBSのことを全く知らない人たちにこそ情報を届けたい」

セミナーや公開講座は、月4回~5回、2018年の実績では全国で104回行われた。有料もあるが基本的には無料で、営業に関わる様々なテーマで開かれ、営業の役員やマネージャー、経営者が多く集まる。「これまで集客に関しては、自社のサイトに告知したり、名刺交換したお客様にメールを出したり、ビジネスパーソン向けの総合的なサイトのメルマガに掲載してもらったりしていました」と、マーケティング部の亀井梓乃氏。こうした一般的な手段では全くの

新規顧客には情報が届かない。むしろ、ソフトブレン・サービスのことを全く知らない人たちにこそ情報を届けたい。2018年頃からセミナーに関する問い合わせが伸び悩み始めたことで、そうした問題意識を強く持つようになった。そんなときに知ったのがエクスリードの存在だった。ちょうど認知度向上などを目的にホームページのリニューアルを進めており、それと併せWebマーケティングを展開したいという同社の思いが合致したのである。



導入のポイント

「すぐに効果は期待できないという説明が心に響いた」

2019年4月のメンテナンスの担当者からエクスリードの概要を聞き、検討を開始した。

「最初に言われたのが、すぐに効果は期待できない、6カ月は継続して欲しい。そうすれば効果は表れるということでした。普通の営業なら何でもできます、すぐに効果が出ますと言うところを、BtoBのWebマーケティングの特性をしっかりと伝えてくれ、正直に話してくれたことで逆に信頼感が増しました」(小松氏)。

どのメディアにどれくらい出せば、どれだけクリックされるか数値

データに裏打ちされており、「営業を科学する」という再現性・検証性を標榜する同社のやり方と近いものをそこに感じ、すぐに契約をした。実際、同社が想定しているターゲット層であるビジネスパーソンが、スポーツ新聞やラグビーワールドカップ関連の記事から誘導されるということを知って驚いた。同社では予想すらできないところからの流入だったからだ。しかし、エクスリードは職種にターゲティングするので、必要な層が見ているのならそこから誘導される。それがマーケティングの幅を広げるのである。



導入の効果

「専門的な見地からのきめ細かいサポートがあり全て任せられた」

今回のエクスリード導入の目的は、セミナーへの集客とともに、認知度の向上があった。

「導入にあたってはバナーも作っていただき、認知度を上げるならコーポレートサイトのトップに、集客なら今開催しているセミナーページにと、実際のページを見ながらアドバイスをいただき、全てお任せできましたのでとても助かりました」(亀井氏)。

実際、マーケティング部のメンバーはホームページのリニューアルにリソースがさかれていたこともあり、専門的な見地からのきめ細かい

サポートはありがたかったと言う。また、導入の段階でWebマーケティングについて学ぶことも多く、マーケティング部のメンバーへの教育的効果も大きかったと語る。導入の時点では、効果は継続的に考えていったほうが良いとアドバイスされたが、3カ月でCVが7件、4カ月でクリック数も2倍となるなど、効果は月を追うごとに表れてきた。継続することで今後も認知度は確実に今後も認知度は確実に上がってくるものと思われる。



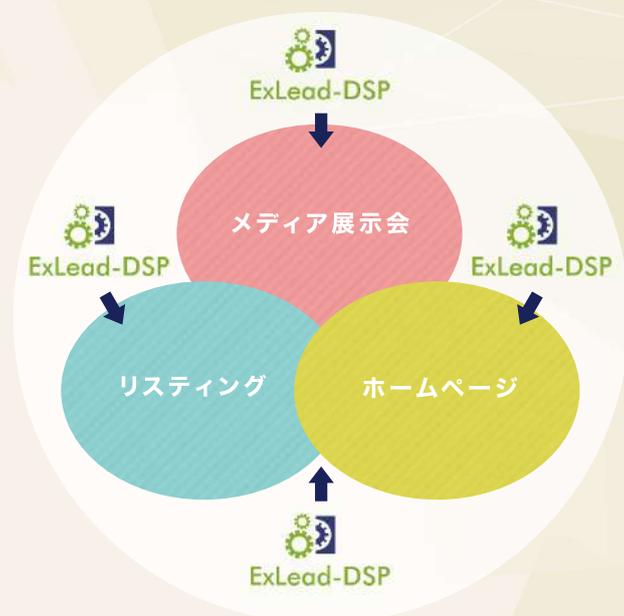
今後の展望

「セミナーや研修の風景を動画でバナー配信」

現在の新規顧客獲得や認知度向上の成果をもとに、今後は同社の第3の柱であるアセスメント事業への活用をはじめ、今後新規事業を立ち上げていく際の認知度向上の手段として活用していくことを考えている。

「お客様にとっては、当社でどんなセミナーをやっているのか、研修はどんな雰囲気なのか、他社とどこが違うのか、いろいろな不安があると思います。それらは単にテキストの文章では説明しづらい

ものです。そこで、セミナーや研修の風景を動画でバナー配信し、更なる認知度の向上や成約へとつなげていければと考えています」(小松氏)。また、同社の顧客の中には、同社と同じように新規顧客獲得や認知度向上に悩みを抱えているところは多い。そこで、エクスリードのパートナーとして自社のビジネスの一部に取り入れていくことも志向していると言う。今後の両社の展開に目が離せなくなりそうだ。



エクスリードの活用方法

- 商品認知度、興味度の向上
- 自社WEBサイトの引き合い増加
- ECサイトへの集客
- 特定ターゲットに向けての新商品告知
- 特定ターゲットに向けての既存商品の再告知
- 自社が出展する展示会の来場者の集客
- 特定職種の人材の求人募集
- 顧問先の拡大

エクスリードでの確なターゲットにPRすることで、現在の販促活動をより効率的に活かすことが可能になります。

無料トライアル実施中です。
販促活動をご検討ならぜひお試ください。



株式会社メイテンス

MEITENS <https://meitens.biz/>

TEL 03-5318-9654

MAIL meitens@meitens.biz