

エクスリード 導入事例

ExLead-DSP Introduction Case



ExLead-DSP



株式会社ユーロテクノ様

EUROTECHNO

他サービスからエクスリードに乗り換えて、サポートが充実し、低コストで効果が3倍に。

工作機械・三次元測定機・プレスや射出成型用金型部品の商社であるユーロテクノ様。同社では3年前からDSP広告を販促に用いていたが、コストがかかり、サポートも物足りないと感じ、乗り換えの検討を始めた。そこで知ったのが、BtoBに特化したExLead-DSP(以下、エクスリード)の存在だった。膨大な対象に一気に配信する従来のDSPに対して、エクスリードは業界や業種を絞れ、ターゲットとするユーザーに確実に広告を届けられることができる。その結果、3分の1のコストで同等の効果を得ることができ、資料請求の数も確実に増えた。きめ細かなサポート体制で提案や助言も得られるようになり、満足度も大幅に向上した。



導入の背景

「コストがかかり、助言や提案もない従来のDSPからの乗り換えを検討」

ユーロテクノ様は、その名の通り、ヨーロッパの工作機械や測定機メーカーの日本総代理店として、トップレベルのもの作りを追求するユーザーに、最適な提案と情報提供で大きな信頼を得ている機械商社である。「当社の取扱商品はかなりニッチなもので、BtoB向けということもあり、Googleやヤフーのリ스팅広告などで一般の方が入ってきても、当社のビジネスにはつながりません。それよりも当社がターゲットとする業界の方々に確実に届けたいということで、DSP広告を考えました」と、営業チームの藤田篤氏は、3年前から始めたDSP広告の導入の経緯をそう語る。しかし、最初に導入したDSP広告は、料金設定が高く、レポートを提出してくるだけで、こうすればさらに効果が上がるといったような助言や提案もなかった。そこで、一からDSPのサービスを探すことにしたのである。



導入のポイント

「BtoBに特化したDSP広告で必要なターゲットに配信できる」

エクスリードは、藤田氏が広告の媒体資料やマーケティングの資料を無料ダウンロードできるポータルサイトのメディアリーダーでDSP広告会社を調べていたところから見つけた。「まず、BtoBに特化したDSPをやっているということで、当社のニーズにマッチするのではないかと興味を惹かれました。それから、今までやっていたDSPに比べ料金設定が3分の1であったこと。そして、従来のものが膨大な対象に一気に配信するものであったのに対して、エクスリードは業界や業種を絞れるということが大きな魅力でした」膨大な量に配信するというはDSPの特性上、その分費用がかかってしまうことにもなる。エクスリードは、業界と業種を絞り込むことができ、広告を出す相手がイメージしやすいということがあったと言う。



導入の効果①

「コストを抑え、効果を高めたいという同社のニーズにまさにフィット」

2018年9月、同社が扱っている非接触三次元測定機でエクスリードの導入を開始した。同社の三次元測定機は工具メーカーなどで多く使われているほか、自動車メーカー、重工、鉄鋼業、地方の工業技術センター・産業技術センターなどで導入されている。「当社が対象とする三次元測定機のユーザーである業界や業種を絞って限定した広告を打てるようになったことで、以前のように幅広く配信していたDSPに比べ、3分の1のコストで同じ効果を得ることができるようになり、費用対効果では3倍になりました」と、藤田氏はエクスリードの効果をそのように語る。なるべくコストを抑え、効果は高めたいという同社のニーズに、エクスリードはまさに最適なシステムであったわけだ。



導入の効果②

「資料請求の数が増え、サポートの満足度も高まる」

同社のDSP広告の最終的なゴールとしては、ユーザーに同社ホームページの測定機のページに来てもらえば成功であり、資料請求までいけばさらに言うことはない。

「資料請求の数は増えており、効果は上がっています。しかも、今まで資料請求していただかなかった企業の方に来ていただいていますし、展示会と一緒にやると、展示会に来てくださった方がクリックしてくださるということで相乗効果も出ています」

エクスリードからの問合せに対して、藤田氏自身半分以上営業に行っているということで、直接の販促にもつながっていると言う。

もちろん、サポートに関しても、広告のパナーを増やしたり、キャッチコピーを追加したりと、様々な形で助言や提案を行っている。

「サポートに関しても、十分対応していただけていますので何の不満もありませんし、とても感謝しています」と、

サポートに関する満足度もかなり高い。



今後の展開

「測定機だけでなく、金型関係でもエクスリードを活用していきたい」

現在、測定機の2つの商品でエクスリードを使っている。今後は、金型部品でエクスリードを使っていくことを考えていると言う。

金型部品は、プレスなどの機械につける標準部品で、効率性や精密性、生産性を高めてくれる重要な部品である。

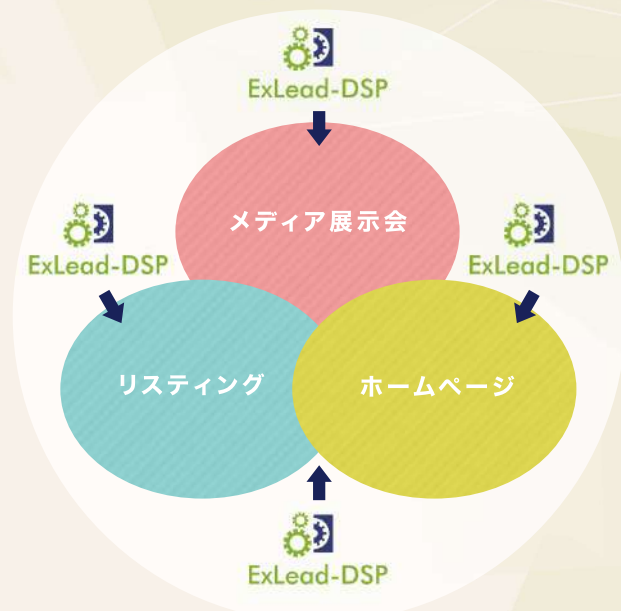
「以前のDSPではやっていましたが、かなりマニアックな製品であるため、それほど効果がありませんでした。

求めている方々がどのようなキーワードで検索するかも未知数ですから、ただ検索していただくのを待っているよりエクスリードを利用して、このような製品があるのだとわかっていただけたほうが、効果があると思っています」

金型部品は同社にとって、測定機と並ぶ二本柱の一つであり、プレスも様々なものがあり、業界は広く、発展性がある。

同社の製品をユーザーに知っていただくためにも、マーケティングの強化が大きな課題と語る藤田氏。

その課題に、エクスリードが少しでも役立つよう、今後とも同社が望むクライアントファーストのサポートは続いていく。



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

エクスリードで的確なターゲットに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しください。



株式会社メイテンス

MEITENS <https://meitens.biz/>

TEL 03-5318-9654

MAIL meitens@meitens.biz