

エクスリード 導入事例

ExLead-DSP Introduction Case



株式会社NSD 様

3商材で認知度向上・問合せの効果が表れ、さらにAIを使ったコンテキスト配信にも挑戦。

国内有数のシステムインテグレーターとして、ソフトウェア開発やITインフラの構築、ソフトウェアプロダクトなどのITソリューションを提供しているNSD様。同社では、Excel自動集計ツールの『コピロボ』、ファイル転送システムの『eTransporter(イートランスポーター)』、次世代型セキュリティソフトの『Sophos(ソフォス)』という3つの商材の認知度向上、問合せ増加を目的にExLead(以下、エクスリード)を運用。実際の資料ダウンロードや問合せにつなげている。さらに、今は特権ID管理の『iDoperation(アイディーオペレーション)』という商材で、AIを利用したクッキーレスのコンテキスト配信という新しい手法を取り入れ、より積極的な活用を進めている。



櫻井 俊宏 様

市場開拓事業部 デジタルサービス営業推進1部 部長

黒田 祥平 様

市場開拓事業部 商品企画グループ

城岡 美乃 様

市場開拓事業部 商品企画グループ



導入の背景①

拡販のためのリード発掘は永遠の課題

NSD様では現在、システム開発とソリューション事業という2つの柱で事業を展開している。その中で、市場開拓事業部はNSD唯一の営業事業のセクションであり、デジタルサービス営業推進1部では、自社のソフトウェア製品や先端技術開発から生まれる新たなDX系のソリューション、国内外のサードベンダーのセキュリティ製品等を組み合わせ、お客様のIT周りにおける総合的な満足度を高めるためのソリューションを提供している。

「現在、多種多様な自社開発製品を扱っていますが、拡販のためにはどのような形でリード発掘をしていくかというところは永遠の課題でもありました」と、デジタルサービス営業推進1部 部長の櫻井俊宏氏は、エクスリード導入の経緯をそう語る。2020年の初め頃から、新型コロナウイルスにより対面での営業や情報発信ができなくなり、オンラインから情報を収集するという流れが急速に高まる中で、Webでの認知度向上に役立つサービスを探していた。そこにメンテナンスから提案されたのが、エクスリードだったのである。



導入のポイント①

状況に合わせたサービスや契約形態に配慮した提案が決め手に

これまで、同社では認知度向上のための施策に対して、予算的な面や部内の運用リソースの面もあり、優先度を上げることができないでいた。「資料ダウンロードサイトに一部掲載したり、定期的にWebサイトを改修してSEO対策を行ったりということをしていました。わかりやすい成功報酬リード課金型の広告を行っていましたが、競合の参入が多く、より認知拡大を目指していくためには別のアドテクの手

法が必要だと考えていました。かといって、最低月100万～200万円かけないと想定した効果が出ないと思われるリスティング広告に、いきなり予算をかけるには判断材料が不足していました」と、黒田祥平氏。

そんな中で、メンテナンスから、同社の状況に合わせたサービスや契約形態に配慮したきめ細かな提案があったことから、最終的にエクスリードの導入を決めたと言う。



導入の効果①

同社が伝えなかったことと手段としてのDSPがベストマッチ

メンテナンスからの提案により、無料トライアルで感触をつかんだ後、2021年9月から短期間少額でのスモールスタートを行い、エクスリードの本格的な運用を始めた。当初は、Excel自動集計ツール『コピロボ』と、ファイル転送システム『eTransporter』の2商材をターゲットにした広告配信を行った。「運用を開始して、『eTransporter』は脱PPAPを今まで通りメールで手軽に実現したい企業様に、『コピロボ』は日々のExcel集計業務を手作業で行っている方に、私たちが商材に対して伝えなかったサービスの強みやメリットと、それを届ける手段としてのDSPというチャンネルが非常にマッチしていることがわ

かってきました。実際に毎月のレポートでも、メンテナンスさんが持っている平均スコアよりも高い数値が出てくるなど狙い通りでした。その後、具体的な資料のダウンロードやお問合せといったCV(コンバージョン)の成果も出てくるようになりました(黒田氏)。一定の成果が出たことから、予算を増やし、2022年から次の注力商品である次世代型セキュリティソフトの『Sophos』を追加。さらに、特権ID管理の『iDoperation』では、コンテキスト配信というAIを利用したクッキーレスの新たな配信手法を取り入れた。



導入の効果②

コンテキスト配信という手法で、関連する記事が書かれたサイトに配信

『iDoperation』のターゲットとしているのは、システム上で特別な権限が付与される特権IDを扱える人間で、その層は限られている。そこで、広くバナー広告を配信するのではなく、例えば“情報システム”や“特権ID”といったキーワードを選択し、選んだキーワードの文脈に沿った記事が書かれているサイトにバナー広告を配信するというAIコンテキスト配信を選択した。「ターゲット範囲が限られている分野なので、そこに対して問題意識を持っている人に直接アプローチできると

いうことで提案を受けました。当社でも以前から興味をもっていただけということもあり、効果が期待できると考え、導入することにしました」と、メンテナンスとの窓口になっている城岡美乃氏。現在、導入1カ月が経過し、リターゲティングでの効果も出始め、クリック数やクリック率の推移を見ているところだと言う。「キーワード修正やデザイン修正などでもレスポンスは非常に早く、その分早く配信ができ、効果も測定しやすいのでとても助かっています」(城岡氏)と、メンテナンスのサポートに対する評価も高い。



今後の展望

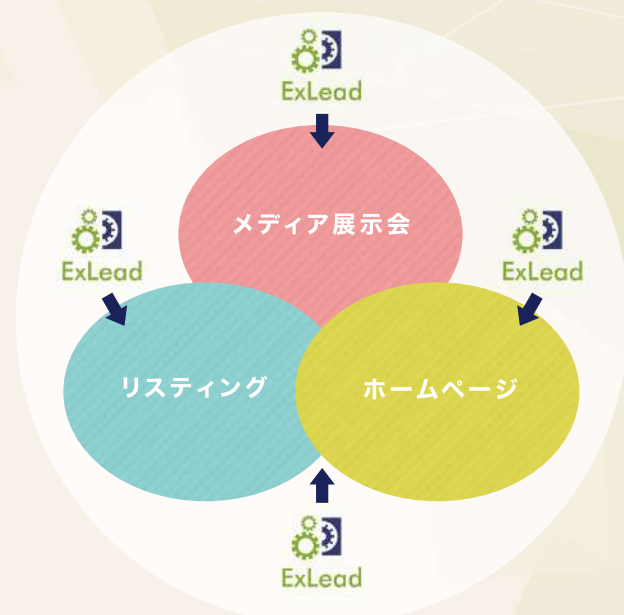
商材の認知度向上に加えブランディング向上にも期待

「エクスリードにより、すでに何千、何万ものバナー広告が表示されており、広告を見たことがあるという人たちを確実に増やせていると思います。そういう意味では、今後もサービスの認知度向上に使っていきたいと考えていますが、個人的には会社自体のブランディングとしてもエクスリードを使っていけたらと考えています」(黒田氏)。

エクスリードにより『eTransporter』という単語やロゴを見たという人は増えてきたが、『NSD』という会社の存在自体はまだまだ広く

は浸透していない。そこでの認知度向上にもつなげていきたいと言う。

「今後、先端技術開発から生まれたDXソリューションなど、新たな商材は確実に増えていきます。新商品をいち早く市場で認知してもらい、リードにつなげていくためにも、様々な提案をしていただければと期待しています」(櫻井氏)。BtoB市場を熟知するメンテナンスとしての提案力が、今後も試されていきそうだ。



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かなターゲットに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。



株式会社メンテナンス
 MEITENS <https://meitens.biz/>

TEL 03-5318-9654

MAIL meitens@meitens.biz