

優良見込顧客へのアウトバウンドコールで、 挨拶状の受注率が約30%向上



GREETING WORKS

会社名	株式会社GREETING WORKS
事業内容	印刷物・物販のECショップの 運営、インターネット関連の ITサービス
設立	1972年5月
従業員数	60名(2017年6月現在)

インターネットで簡単に挨拶状・はがきが作成できる「挨拶状事業」と、写真にスマートフォンをかざすと動画が楽しめる「ピモリー事業」を展開。利用実績は年間12万人、ご満足・納得のお声は毎年5千件以上寄せられている。

課題

- 挨拶状通販の見積見込顧客の成約率アップを図りたい
- 新規顧客の離脱率が高く、リピート利用になかなかつながらない
- 問合せが急増し、顧客管理システムを持つことが急務であった

解決策

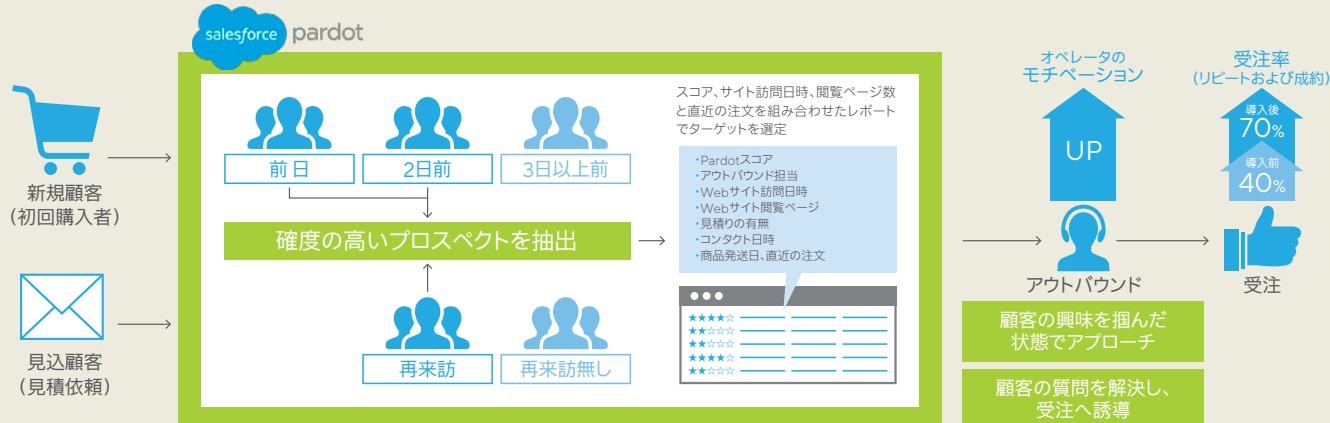
- Pardotでサイトの閲覧履歴が把握できるため、予めお客様の興味を掴んだ状態でアプローチができた
- アウトバウンド担当のアルバイトやパートを含めた研修や教育指導を行い、社内の水平展開を実施
- 顧客の求めるベストアンサーをより早く、正確に対応するためにSalesforceを導入

導入後の効果

- 優良見込顧客へのアウトバウンドコールで、受注率が40%から70%へ向上
- アウトバウンドコール時に顧客が好印象を持ってくれているケースが大半で、社員のモチベーションもアップした
- Salesforceのアシストにより、顧客管理をしながら接客対応ができ、顧客からの褒め声が増えた

Customer Success Story Deep Dive

顧客が欲しいと思うタイミングをPardotで察知した上で、
きめ細やかな提案を行い、気持ちよく購入いただける仕組みを構築



サイト閲覧履歴を含んだレポートで優良見込顧客を抽出

Pardotのスコア、サイト訪問日時、閲覧ページ数と直近の注文を組み合わせたレポートで顧客ターゲットを選定し、あらかじめお客様の興味を掴んだ状態でアウトバウンドコールが可能になった。

優良顧客へのアウトバウンドで受注率が40%から70%へ向上

価格ページ閲覧者には割引のトーク、宛名印刷ページ閲覧者には申込方法の案内をするなど、顧客の要望や質問を電話上で解決でき、すぐに受注へつなげることができた。

導入までの背景

「離脱率の低減」と
「成約率のアップ」が経営課題

挨拶状はがき印刷のインターネット通信販売を手掛ける同社は、2003年の設立以来、挨拶状・はがき印刷専門サイト「挨拶状ドットコム」を中心にネット事業を展開している。

同社では、以前より「新規顧客の離脱率の低減」と「見積見込顧客の成約率アップ」が経営課題として位置づけられていた。ライブイベントで活用される挨拶状は、お客様の欲しいタイミングを察知し、メールや電話でアプローチを行うことが重要である。そうした中、Salesforce社の営業担当からSalesforceに蓄積された多くの顧客情報を活かして、定期的に顧客にご案内ができるPardotというマーケティングオートメーションツールの案内があった。

「弊社には『心地よくお客さんに接していきたい』という命題があります。お客様の欲しいタイミングで、スッと情報を差し出す、もしくはお客様が今言ってくれたらと思うようなタイミングを素早く察知して、その絶妙な間合いでアテンドできると良いと考えていました。究極の接客『心地良いおせっかい』を目指し、Pardotなら通販サイトに来訪いただいたタイミングが、お客様にとって今欲しいタイミングと察知できるので、そこで、アナウンスできたらいいんじゃないかなと、導入に向けて社長を説得しました。toBeマーケティングさんの活用実践セミナーにも参加してみました。」と統括部長の中野氏は振り返る。

導入の経緯

アウトバウンドの精度を高め、
成約率アップを目指す

同社では2010年7月に営業支援・顧客管理アプリケーションのSales Cloudおよびカスタマーサービス支援アプリケーションのService Cloudを導入。顧客管理をしながら注文や問い合わせに対するレスポンスを向上させ、接客技術を落とさずに売上に結びつけることができた。お客様からお褒めの声が増え、インバウンドセールスにおいて、非常に成果が出た。

「PardotはSalesforceと一体型のマーケティングオートメーションということもあり、お客さんに気持ちよく買い物をしていただくためのツールだと社長への相談もしやすかったです。」(中野氏)

Pardotで、商品を未購入の方に対して視認動向から興味のある内容を把握し、メール・お電話で販促を行い

たいと考えていた。具体的には、挨拶状のショッピングカート通過時に購入者に紐付けを行い次回購入のタイミングでアウトバウンドを活用して再購入率を上げることで、「新規顧客の離脱率の低減」を実現したり、見積書ご依頼時もしくは見積書提出時に紐付けを行いサイト再来訪のタイミングでアウトバウンドを活用して約定率を上げることで、「見積見込み客の成約率アップ」を図ることができるのではないかと期待していたという。

導入の効果

Pardotの活用で、
受注率が約30%向上

業務推進副部長兼カスタマーサポート部の責任者を担当する高倉氏は、「以前は、挨拶状を過去にご注文いただいた方のリストから、片っ端から電話をかけていました。いい情報をいいタイミングでお伝えしたいと思っても、結局われわれの都合になってしまっていたんです。」と振り返る。

その後、Pardotを活用したアウトバウンドコールを実施。受注率は41%から73%と、飛躍的に向上した。対象母数は約3万件と変化なく、顧客対応の改善によって成約率が向上したのだ。

「Pardotは、挨拶状のサイトを見に来たということが前提なので、非常に電話がかけやすい。弊社では、来訪しているお客様がどのページを見ているのかをチェックします。価格のページをよく見ている人には割引の話入れてみようかと、事前にトークの流れを考えることができます。よりスピーディに、スムーズに対応ができていると感じますね。」とカスタマーサポートの真柄氏は語る。

そして今後は、「土日を主力としたアウトバウンド運用体制の構築」と「効率的・効果のあるアプローチを実現するためEngagement Studioの投入」に取り組んでいきたいという。

最後に、toBeマーケティングの印象を聞いてみた。

「初期導入時の準備、実運用でのイレギュラー対応もしっかりやってくれました。メールのレスポンスも早く、懇切丁寧に教えていただいて非常に助かりました。」(中野氏)

「こういうことが今後の問題になると思うんですよ、とプラスαの提案をくれるんです。そのスピード感や提案の高い質を、これからも続けて欲しいなと思います。」(高倉氏)

今後も、PardotとSalesforceを駆使し、お客様が挨拶状を購入したいと思っているタイミングでのアテンドを実現し、「心地よいおせっかい」を追求していきたいと語った。



株式会社GREETING WORKS
(左から)
業務推進副部長兼カスタマーサポート部
責任者 高倉 玉彦氏
統括部長 中野 幹彦氏
カスタマーサポート部
真柄 忠明氏



年賀状をはじめ様々な挨拶状のサービスを提供する挨拶状.com。利用者は10万人以上を超え、GREETING WORKSの中核事業となっている。



Pardotを活用したアウトバウンドコールで受注率が飛躍的にアップした。

toBeマーケティングに
満足している理由

- > 初期導入時の準備、実運用でのイレギュラー案件にもしっかりと対応してくれる
- > 丁寧な指導とレスポンスの早さ
- > 高い提案力とスピード感で先を見通したプラスαの提案をしてくれる



“ 今後もお客様が挨拶状を購入したいと思っているタイミングでアテンドをして、究極の接客『心地良いお節介』を目指していきます。

統括部長 中野 幹彦氏 ”