

ジオマテック株式会社 様

デジタルマーケティング内製化へ

伴走2年、商談呼び込む

Account Engagement (旧Pardot) の活用 スモールステップで内製化に成功

リードライフサイクルモデル構築
顧客フォロー、点から面へ

案件創出と商談化へ貢献
毎年KPIを110%以上達成

ジオマテック株式会社様に導入いただいたサービス

- ▶ リードライフサイクルモデル構築・活用の伴走支援
- ▶ Account Engagement 設定内容アセスメント
- ▶ Web解析ダッシュボードをLooker Studio (旧Googleデータポータル) で構築
- ▶ Account Engagement を学ぶMAnavi (マナビ)

GEOMATEC
CREATE COATING SOLUTIONS

ジオマテック株式会社 様

創業70年を迎えた薄膜(はくまく)技術の専門メーカー。精密で高性能なナノレベルの薄い膜を生む「真空成膜技術」を武器に、スマートフォンのタッチパネルディスプレイや半導体、自動車、鉄道など、幅広い産業に貢献する。主な事業は、薄膜形成(コーティング)の受託加工、基材の調達から後工程までを含む薄膜形成、最終製品の製造・販売、技術支援・コンサルティングからなる。本社は横浜市。

■URL

<https://www.geomatec.co.jp/>

サイト刷新の次としてSalesforce活用に本腰 3段階で支援、案件数は毎年10%増

最先端の薄膜加工技術を誇る中間材メーカーとして、年間1万件を超えるプロジェクトを手がけるジオマテック株式会社。マーケティングを担当する組織の目標として「中長期的な視点で案件になりうる見込み客（リード）の創出」「会社の認知度アップとブランドの強化」を挙げる。ウェブサイト刷新（2018年）とあわせてSales CloudとAccount Engagement（旧Pardot）を2019年、導入した。ところが社内に運用できる経験者はゼロで、ツールを活用する基盤を整えていく必要を感じていた。Salesforce Japanの担当者から「toBeマーケティングがいい」と推され、セミナーに参加するなど他社の情報収集もすすめ最終的にBtoB支援の実績が豊富で、価格帯も見合った点などから採用を決めた。

伴走支援は2020年から2年間、デジタルマーケティングの基盤構築、基盤活用、社内体制の構築と3段階で、MA設定・活用状況のアセスメント、コミュニケーション設計と強化を推進した。コロナ禍のオンライン展示会は、オフラインの展示会に比べ2.5倍のリードを獲得し、デジタルマーケティング基盤の活用で案件創出の効率化を実感した。さらに2年連続でリード獲得目標を達成、毎年10%ずつ案件数が増加している。今後の展開として「コンテンツの充実」や「海外向け需要創出活動」を掲げる。デジタルマーケティングにおいても、製造業らしく標準化を図り、戦略的に取り組んでいる。

ジオマテック様が抱えていた3つの課題

1 サイト刷新に伴い デジマ強化探る

自社サイト刷新により、新規リードを獲得する仕組みづくりは一段落した。次のフェーズとして見込み客とコミュニケーションし、信頼関係をつくる手立てを探っていた。

2 Account Engagement 使い方に不安

Account Engagementを導入したものの、Sales Cloudと合わせ、使い方を学ぶ必要を感じていた。運用経験者はゼロで、活用が不安だった。

3 めざすは標準化 頼れる先ない

機能を理解しながらMA基盤を整え、実践を積みかかった。標準化・内製化をめざしていたため、フル外注型より伴走型のサポートを求めている。



リードライフサイクルモデル構築と伴走活用支援で解決！

スコアリングでリードのステージに 合わせた顧客エンゲージメント

興味や関心に応じた情報提供



興味や関心に応じたコンテンツを配信することで、案件を再発掘。リードのリサイクルも可能になった。

初参加のオンライン展示会で 即実践

シナリオ機能

「Engagement Studio」活用



コロナ禍の2020年9月、オンライン展示会で獲得した顧客向けのフォローアップシナリオを実装し、関心やステージに合わせ見込み客の育成を効率的に実施した。

特集コンテンツで集客開始 顧客のエンゲージメントを高める



燃料電池向け製品の導入事例や高値が続く銅の特集など、時勢に応じた記事を配信、関心の薄い層もフォローできるようになった。

選定ポイントと選定理由

Account Engagementの
支援実績は豊富か？

✓ toBeマーケティングは
1,600社を超える支援実績

Sales Cloud の
知見も有しているか？

✓ toBeマーケティングはSalesforceの
カスタマイズにノウハウあり
✓ 営業・マーケティングの両方と
コミュニケーションできる

内製化、標準化を
支援してくれるか？

✓ 小さく始め、将来は内製化したいので
フル外注は求めていない
✓ toBeマーケティングはできる/できないの
線引きが明確で安心感

Voice of Customer

お客様の声

ニーズを深掘りしてから営業へ

事業開発課ではコンタクトのあったリードへの初期対応をして、営業に引き渡すのが役割です。とりわけ名の通り、中長期的な観点から市場や顧客のニーズを深掘りし、次の柱になるようなビジネスのテーマを見つけ出すのがミッションです。課としてのKPIは営業への引き渡し件数やテーマ件数になります。製造業なので検討期間が長いお客様が多いです。新規だとテーマやニーズをしっかりと伺いながら詰めていき、具体的な仕様が固まってから営業にバトンタッチしています。私たちの課でも専門知識は欠かせません。

現場の意識も戦略脳に変化

リードライフサイクルモデルを構築し、この3年間でAccount Engagementについての知識や業務への活かし方の理解が深まって、関心度の違う客層それぞれにあった訴求を考えるようになりました。ここ最近の営業部は、顧客価値を創るというお客様目線の提案をより心掛けるようになって、同時に社内の意識も変わっています。「こういう価値が分かるように伝えたいから、コンテンツをつくって、この層のお客様にメールを送りたい」との声が現場から上がってきて、全社的に「戦略脳」になったなと実感します。これまでは受け身の姿勢だったのが、きちんと戦略的に価値を提案・発信していこう、新しい事業を創出しようとの意識へ徐々に変わり、Account Engagementの活用と日々の営業の仕事が有機的に連携できるようになりました。



ジオマテック株式会社
営業部 事業開発課
課長 菅原 康太氏



ジオマテック株式会社
情報システム部
戸塚 太郎氏

「伴走」者のいる安心感

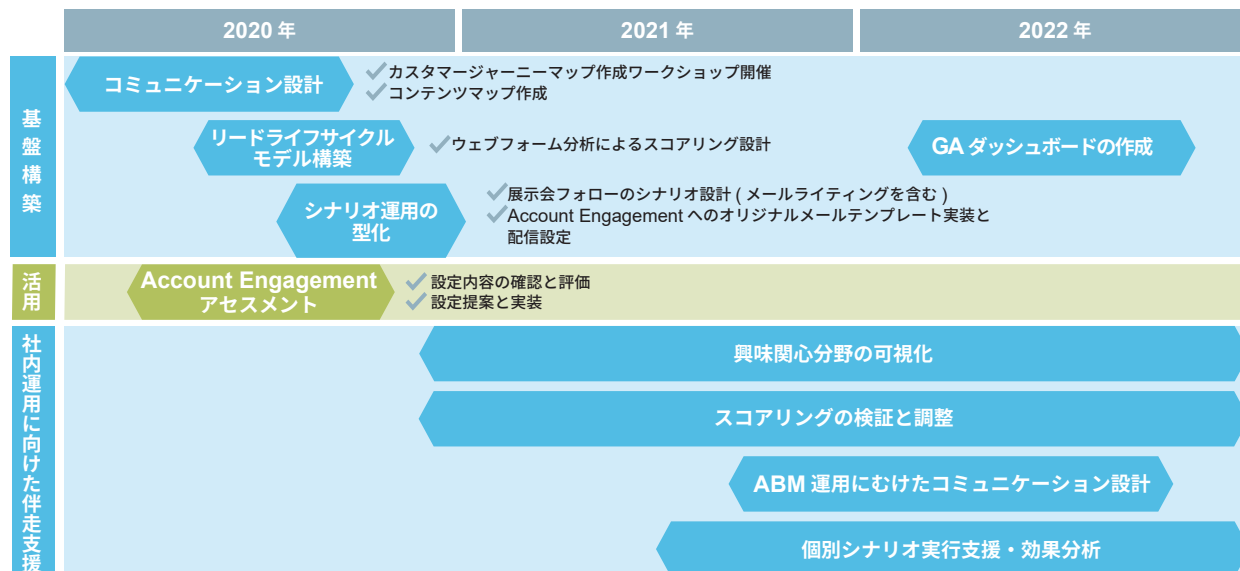
デジタルマーケティングを担当しているのは全社で3名です。情報システム部はウェブサイト運用、ソーシャルメディアの管理、ウェブサーバやCRM、MAの維持を担当しています。Account Engagementは仕様変更や機能の追加が不定期にあります。自社だけでは追い切れなかったり、対応に困ったりすることもあるので、フォローしてもらえるのは大きいですね。

GAダッシュボード支援で効率化

Account Engagementの支援だけでなく、Googleアナリティクス(GA)ダッシュボードの作成をサポートしてもらいました。それまでは毎月、GAからダウンロードしたデータを手作業で加工してアクセス解析レポートを作成していましたが、今では見たい数値がダッシュボード上で自動更新されるためその作業が省力化できました。さらに、Webサイトに関するKPIの達成状況もリアルタイムで可視化できるようになり、営業・マーケティング施策のPDCAを回すうえで有用な情報がタイムリーに提供できるようになっています。toBeマーケティングはウェブ活用に関する知見が豊富で、守備範囲が広く助かっています。

ジオマテック様へのご支援について

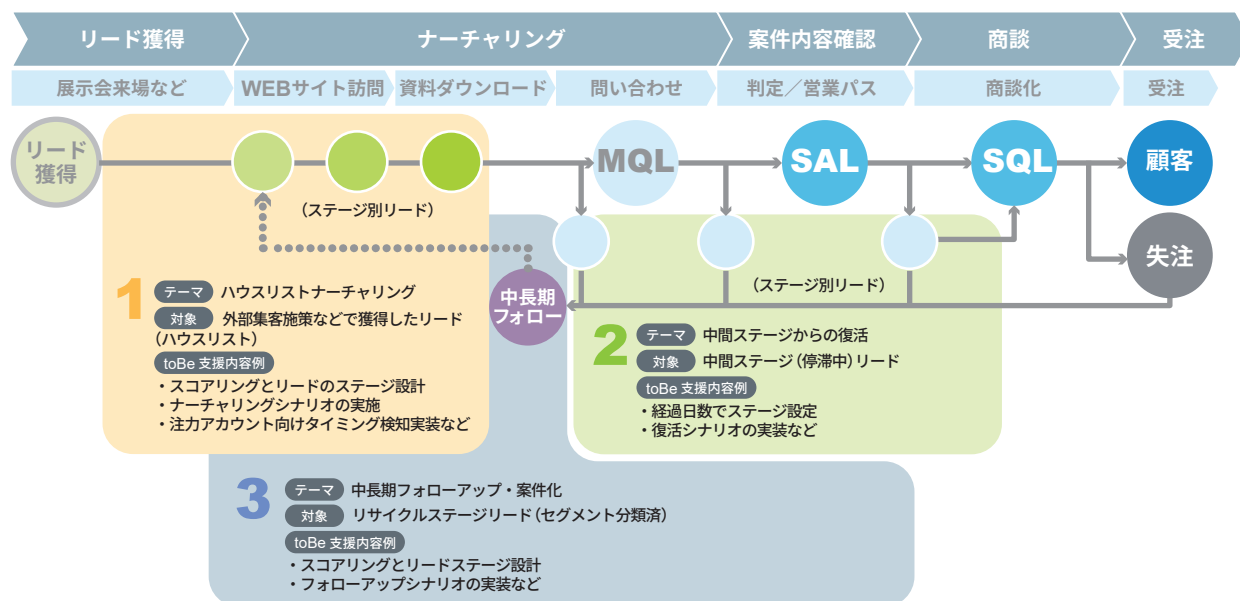
toBeマーケティングは、ジオマテック様のマーケティング課題の解決と目標達成に向けて、2020年4からリードライフサイクルモデル基盤の構築と社内運用化に向けた伴走支援、業務標準化をご支援しています。Account Engagementを有効活用するためには、見込顧客の興味関心をリアルタイムで把握し評価しフォローの優先順位付けが欠かせません。その設定の考え方と運用をお客様自身が実現できるように支援しています。



リードの反響や行動履歴などのシグナルから確度を自動評価する

「リードライフサイクルモデル」とは

『リード獲得→ナーチャリング→案件内容確認→商談→受注』といった、獲得から受注までの全体の一連の流れと、それぞれのステージ毎に、いつ、どのようにアプローチするか役割分担を明確にしたものをリードライフサイクルモデルと言います。リード獲得の流入経路だけでなく、メール開封、クリック、ウェブ閲覧、アンケート回答項目、属性情報などからも、見込みの確度をランク付けし、分類することで、フォローの優先順位付けの精度が高まります。toBeマーケティングが提供するリードライフサイクルモデルは、1,600社を超えるお客様のデジタルマーケティング支援を通じて確立した再現性のあるモデルです。Account Engagementを活用して、成果を向上させるために、リードライフサイクルモデルの構築と実装は不可欠です。以下の図は、リードライフサイクルモデルの一例とステージ別の支援内容例です。



toBeマーケティング株式会社

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-19-19 恵比寿ビジネスタワー 10F

URL: <https://tobem.jp> Tel. 03-6262-6316

※本カタログに記載されている商品名、製品名は各社の商標または登録商標です。