

株式会社スタディスト 様

手順が見える、伝わる、拡がる

Teachme Biz



Pardot データの可視化とSales Cloud データからDMを発送で

クロスチャネル・キャンペーン・マネジメントを実践

必要なデータの抽出が容易になり

集客施策の定量的な評価が可能に

デモグラフィック情報と行動履歴を組み合わせ

見込客の行動履歴を統合的に分析

来訪経路を捕捉できるQRコード付のDM発送で

接点を持ちにくい見込客にもアプローチ

株式会社スタディスト 様に導入いただいたサービス

- ▶MAPlus アクティビティコネクター
- ▶MAPlus ダイレクトメール

株式会社スタディスト 様

「伝えることを、もっと簡単に。」というミッションを掲げ、B to B向けのクラウド型のマニュアル作成・共有システム「Teachme Biz (ティーチミー・ビズ)」および、販促実行管理・支援システム「Hansoku Cloud」の開発、販売を行っている。企業内で日々発生する「手順や方法の伝達ロス」を減らして、業務の生産性向上に貢献することをめざす。

■ 設立 2010年

■ URL <https://studist.jp/>

これまで接点のなかった人へも確実に届けられるDMを採用し マルチチャネルを活用したコミュニケーションを実現

マニュアルの作成や共有をシンプルにすることで、企業の生産性向上を実現するサービス「Teachme Biz」をメインの事業とする株式会社スタディスト。幅広く見込客の創出を担う部門では、データを統合的に分析・集計できていないことでキャンペーンの施策立案や、施策後の効果検証に影響を及ぼすなど多くの課題が顕在化していた。課題解決のため、2021年にtoBeマーケティング株式会社が提供する「MAPlus Direct Mail」と「MAPlus アクティビティコネクター」を導入。キャンペーンパフォーマンスを自動的に把握し、定量的に評価できるようになったほか、蓄積したデータの抽出も容易に。「3日以内に来訪しコンバージョンした見込客」など行動履歴もわかるようになり、Sales Cloudに蓄積されたデモグラフィック情報と行動履歴を統合した分析が可能になったという。さらに、デジタルチャネルでは接点を持ちにくかった業種へのアプローチとしてDM発送を実施。意思決定者へ直接的なコンタクトすること、メールに限定せず電話やFAX、DMなどツールを複数組み合わせたクロスチャネル・キャンペーン・マネジメント(CCCM)を実行できるようになったことで商談化率が上がった。社内にはDM発送やユーザー行動の分析に関する知見が貯まり、更なる取り組みを推進している。

データマーケティングに関する3つの課題

1 現状のデータだけでは 分析に限界を感じていた

特定のWが抜け落ちていたため、集客戦略の立案に5W2Hの考え方をを用いることができなかった。そのため、施策を展開するチャネルが一辺倒になってしまっていた。

2 施策を打っても 効果を把握しにくい

Pardotで把握できるデータでは、どの施策が見込客の獲得に貢献しているのか、集客施策の効果を容易に把握しにくかった。

3 効果検証に課題があり 説明責任を果たすのは難しい

デモグラフィック、ジオグラフィック、サイコグラフィック、行動履歴を統合して分析ができず、施策の効果検証に課題があり社内への説明に苦勞をしていた。



MAPlus Direct Mail、 MAPlus アクティビティコネクターで解決！

定量的に集客施策の効果を把握 できるようになった

コンバージョンしたユーザーが閲覧しているページを自動的に把握



メール送信数やクリック数、コンバージョン数だけでなく、コンバージョンしたユーザーがよく閲覧しているページを自動的に把握。定量的に集客施策を評価できるようになった。

見込客の行動をつぶさに分析 できるようになった

デモグラフィック情報と行動履歴を組み合わせた分析が可能に



例えば「3日以内に来訪し、コンバージョンした見込客」といった行動履歴を容易に把握・分析できるようになった。

Sales Cloudで抽出した見込客へ 効率的にDMを発送

見込客別にQRコードを発行・印字し
誰がDMから来訪しているか把握



DMを発送することで歯科医や店舗責任者など、これまで電話やメールでは接点を持ちづらかった見込客へも到達できるようになった。

MAPlus Direct Mail、MAPlus アクティビティコネクターの選定ポイント

CCCM※を総合的に実践できるか

※クロスチャネル・キャンペーン・マネジメント

- ✓ 見込客との接点を増やすため、タイミングに合わせてLINEや自社アプリ、DMなどを用いたコミュニケーションを容易に行いたい

DM発送作業は容易か

- ✓ SalesCloud 上でDMを発送する対象者リストを作成できる
- ✓ 郵送するDMの入稿から発送までをワンストップで行える

データを蓄積し、統合的に分析できるか

- ✓ サイコグラフィクス、行動履歴、ジオグラフィックなどの情報を統合し「いつ、誰に、何を、どの手段で、いくらで届けるか」を科学して最適化したい

Voice of Customer

お客様の声

数字を背負う責任からこだわった、ツール選定

私が株式会社スタディストに入社したのは2019年12月になります。見込客の集客や潜在顧客への認知訴求、KPIが業績目標として設定されている状況です。現場で顕在化していたのは、データのクリーニングやデータのリッチ化に課題があることでした。私たちの部署は営業が生み出した利益を使ってマーケティング戦略を立案し、実行しているためコストに対する説明責任があります。数字的根拠を導き出して5W2Hのフレームワークで集客施策を立てようにも、取得できるデータにばらつきがあり、設定や抽出にも時間が掛かってスピーディに企画を進められません。CCCM（クロスチャネル・キャンペーン・マネジメント）を総合的に実践できる、MAプラットフォームの必要性を実感させられました。そこで、DMサービスを知人やSNSを通じて情報収集し、自分たちの課題を解決できると感じた「MAPlus Direct Mail」と「MAPlus アクティビティコネクター」の導入を決定しました。



株式会社スタディスト
マーケティング部 マーケティンググループ
マネージャー 佐藤 貴則 氏

One to One コミュニケーションを実現してくれるツール

2021年8月に申し込み、2021年10月から運用を開始しましたが、当初は思った以上にデータが重く、過去のデータの取り込みに時間が掛かったほか、ストレージの容量が足りず分析基盤やBig Queryにデータを移送する作業に苦労しました。ただ、toBeマーケティングに質問すれば、最短でできる解決策をアドバイスいただくなど手厚く支援いただきました。「MAPlus アクティビティコネクター」（以下、MA Plus）を導入したメリットは、ユーザーの行動を細かく分析できるようになったことです。メール送信後、メール経由でのCV数、資料ダウンロード数はUTMパラメーターで確認しますが、どのコンバージョンが紐付くかを集計するのは大変です。MA Plusを使えば施策ごとの数値を可視化できるようになり、メール配信数やクリック数、CV数を把握して定量的な評価が可能です。行動履歴のセグメントが限定的である点なPardotの機能を補完できるようになり、LPやページの閲覧履歴を把握できるようになりました。

もう一方の「MAPlus Direct Mail」は、それまでチャンネルが電話とeメールしかなかったところへ、手紙を送るという仕組みを作りたくて導入しました。eメールはあくまでチャンネルのひとつに過ぎず、人によっては電話やFAX、ハガキのDMがよい場合もあり、これまで接点を持ちづらかった歯科医や店舗責任者などの見込客へDMを発送するために活用しています。この施策のよい点はバリエーションを増やせるだけでなく、送ったものが相手の手元に残るため「効果がでるのでは」という仮説がありました。具体的には70社の歯科医院に発送しましたが、診療が終わり退院されるまでの僅かな時間を逃すとコンタクトできなかったのが、インバウンドしてもらうことで商談率が上がりました。意思決定者が院長になりますから、直接DMを送ることで決めていただけるのかもしれませんが、歯科医院に限らず、電話が繋がりにくく、メールが届きにくい施設に対して同様の効果を期待しています。

Salesforce CRMの中で郵送DMをOne Stopで実現する MAPlus DirectMail

デジタルマーケティングの施策が増える中で、競合との差別化やコンテンツを見つけてもらうための工夫が激化しています。郵送DMは競合との差別化で一定の効果が出ているマーケティング施策です。MAPlus DirectMailは、郵送DMをSalesforce CRMの中でOne Stopで実現できるサービスです。

ウェブ施策だけで限界を感じていませんか？

- ✓ オプトアウトしたリードへアプローチできていない
- ✓ メールアドレスがない顧客データが多い
- ✓ オフライン施策の結果がSalesforce CRM上に残っていない
- ✓ DMの注文、発送までの準備に手間がかかる

MAPlus DirectMailで解決

- ✓ 印刷会社への発注必要なし。
最短翌営業日、Salesforceで郵送DM発送完了！
- ✓ 展示会出展などのタイミングに合わせて1通から発送が可能！
- ✓ Salesforceのデータを使ったパーソナライズしたコンテンツ提供が可能！

Salesforce Sales CloudのリストからDM発送を依頼

MAPlus DirectMailは、Salesforce Sales Cloud に格納されている取引先責任者へ郵送DMの、制作・印刷・宛名印字・発送までをSales Cloudの画面から最短で翌営業日に発送できるサービスです。また、QRコードにパラメーターを付与することで、発送したDMからの来訪やコンバージョンなどの成果をPardot、Sales Cloudで確認できます。



Webサイトのユーザー行動履歴をSalesforceへ連携する MAPlus アクティビティコネクタ for Pardot

「MAPlus アクティビティコネクタ for Pardot」は、Pardotに蓄積されるアクティビティデータを、PardotAPIを利用しSales Cloudへ連携します。企業単位や施策(キャンペーン・メール等)単位でのレポートが可能となり、施策立案や効果検証をするためのデータソースとして有効活用できます。

Pardot ユーザのよくある課題

- ✓ 個人・企業単位でWebページの閲覧情報を把握したい
- ✓ 受注した顧客が閲覧しているページを把握したい
- ✓ フォームを離脱した見込客を特定したい
- ✓ 見込客のWeb閲覧履歴に即してアプローチしたい

MAPlus アクティビティコネクタ for Padot で解決

- ✓ 特定期間のアクセスもSalesforceレポートでリスト化が可能！
- ✓ 受注顧客、失注顧客の閲覧履歴を可視化
- ✓ 営業向け、マーケティング向けサンプル・ダッシュボードを標準提供

MAPlus アクティビティコネクタ for Padot の特徴

- ✓ レポートをカスタマイズ
- ✓ Pardotアクティビティデータを営業にSalesforceで共有
- ✓ Webコンテンツごとの閲覧状況のレポートを作成
- ✓ 企業単位のWeb閲覧状況をレポートを作成

料金・ご利用までの流れ

ご利用までの流れ

1. 前提条件のご確認
2. ご注文書送付
3. アカウント開設
4. インストール
5. 利用開始

料金

- ✓ 初期費用：10万円
- ✓ 月額料金：20,000円

初期費用に、デフォルトレポートの提供を含みます。
初期費用は、ライセンス発効完了月に発生します。



toBeマーケティング株式会社

<https://tobem.jp>

※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。