

# 目標に向けて工程をスモールステップで洗い出し 機能を最大限まで活用して商談数2倍を実現



タイガーモブ株式会社

高校生・大学生・若手社会人の方々を中心に、海外での実践的なビジネスインターンシップの機会を提供するタイガーモブ株式会社。"時代を担うリーダーを輩出する"をミッションに、世界25カ国約180件の海外インターンシップを提供している。

設立 2016年4月

URL <https://tigermov.com/>

課題 1 Webからの問い合わせは伸びるも、人手が足りず機会ロスが多い

課題 2 コミュニケーションツールが個々によってバラバラで情報の共有漏れが起きる

課題 3 蓄積したデータの共有を迅速かつ効率的に行いたい

## 導入の背景

### 手が回らず問い合わせの7割が未対応案件のまま

タイガーモブでは、会社を立ち上げ前の段階からSalesforceの導入を決めていた。代表の菊地恵理子氏が、前職でも同製品を活用していた経験から、これなしでは事業が成り立たないと考えていたためだ。2016年の創業当初は、代表の菊地氏と社員1人、学生インターン1人の3人で100人以上の顧客に対応している状況だった。ニッチな業界だけに、見込み客をリアルタイムにキャッチアップすること

が重要だ。主な集客手段はWebサイトだが、SEO効果でリーチ数は伸びていたものの、未対応案件が7割と機会ロスも多かった。

顧客管理に関しても、個々に対応した案件についてはチーム内での共有が遅れて適切なタイミングでアプローチができなかったり、同じメールを別々の人間が送ってしまったりするなどのヒューマンエラーも生じていた。慢性的な人手不足で深夜までの残業

が常態化しており、ゆくゆくはBtoBの分野や新卒採用、中途採用の分野にも事業を展開していきたいと思っはいたものの、余裕はなかった。

問題解決のためには顧客管理システムのSales Cloud、Pardot、Salesforce Inboxを今のビジネス仕様に組み直して、早急の実装することが必要だった。

## Pardot 伴走活用支援でこう解決

## 1 コンサルタントがペースメーカー的役割を担う

代表の菊地氏自ら何度もtoBeマーケティングのコンサルタント担当者やとりしながらPardotに必要な機能を組み立てていった。目標達成のためには何をしたら良いのか？ to doをスモールステップに

して洗い出しホワイトボードに細かく記載、それぞれに対して期限を切りながら1つずつ進めていった。スタートアップ企業は立ち上げ当初はやることが多い。自分たちだけではこうしたことも後回しに

なりがちだが、定期的なサポートを通じ、toBeマーケティングにペースメーカー的な役割を担ってもらうことができた。

## 2 充実したアドバイスで、Pardotの機能を最大限活用

限られた費用の中では、いろいろな機能を追加する前に、今ある機能を最大化して効率的に使うことが重要だった。やりたいことはたくさんあるが、それをPardotでどう解決できるのか？ そもそもPardotで何ができるのか？ 自分たちではわからない部分を、コンサルタントから詳しくアドバイスしてもらったの

は心強かったという。Engagement Studioを利用することで、顧客が欲しい情報を自動配信できるようになった。また、オフラインイベントに参加した顧客がWebに流入した際に、会員登録やメール登録無しにその後の行動履歴を追えるようになった。顧客データを蓄積することで、海外インターンを終えて

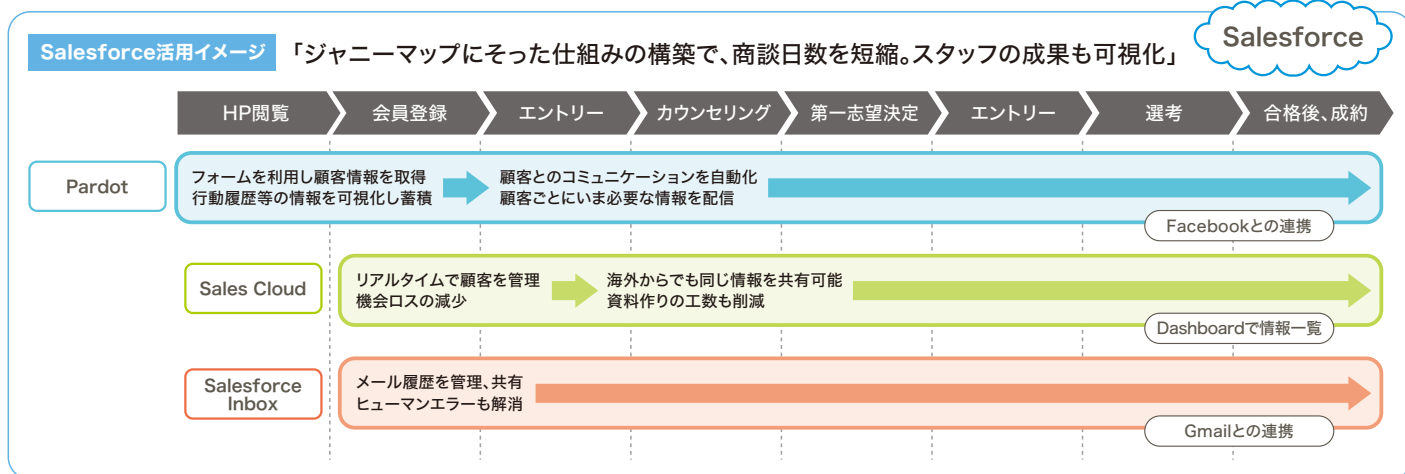
帰国した顧客に対しても、アップセル、クロスセルにつなげるチャンスができた。実際にサービスを導入した後も、はたして現在どのくらい施策がうまくいっているのか、いないのかを確認しつつ、他社の事例や平均数値などのアドバイスを受けながら、新たな施策を進めていくことができた。

## 3 導入後約1年で商談数が2倍に

Pardotの導入により、顧客情報の管理が容易になり、情報の共有化もスピーディーに行えるようになった。各人の業務量が減ったことにより、BtoB向けのキャンペーンや、企業研修事業や採用事業など新たな

な試みにチャレンジできるようにもなった。サービス導入後約1年間で、新規リード獲得数4302件、商談数2倍、商談日数は平均14日かかっていたところを10日に短縮した。メールチェックの時間も3分の1程

度に短縮することができた。全スタッフで目標値や達成度合いを共有化でき、誰が成果を上げていて誰が上げていないのかもリアルタイムで一目瞭然になるため、人材育成ツールにもなっている。



## 今後の展開

現在、海外インターン生限定のFacebookコミュニティの運営に力を入れている同社。今後はPardotとSNSの連携を強化し、Facebook上での顧客の言動もすべてデータとして蓄積してい

たいという。海外から戻ってきたインターン生に対して、新たなインターン先の提案や、採用支援なども行っていく予定だ。to doやワークフローの自動化など、実現したいこ

とはたくさんあるが、自分たちでは未知な部分を、定期的なコンサルティングにより、1つずつ実現に導いていきたいと考えている。

## User's Voice toBeマーケティングを評価しているポイント



タイガーモブ株式会社  
代表取締役 社長  
菊地 恵理子 氏

## 機能を最大限に活用するためのパートナー

サービス導入後も、客観的なアドバイスをいただけたのはありがたかったです。私たちの施策が平均と比べてうまくいっているのかいないのか、自分たちでは見えない部分を、教えていただいています。



タイガーモブ株式会社  
インサイドセールス担当(学生インターン)  
半田 藍子 氏

## 導入までのプロセスをスモールステップで

スタートアップでやることはいっぱいある中、Sales forceのノウハウがなかったため、後回しになりがちなどところを、「何日までにここまでやる」と具体的なステップを描いて導いてくださいました。そばで支援していただき、とてもありがたかったです。