

メールマーケティングへの転換により 説明会参加者が208%増加 FC加盟店アップに貢献



株式会社ワイズコーポレーション

壁面再生工法特許取得商品「e-coat(イーコート)」シリーズを主体に住宅・オフィス・店舗などのリフォーム、企画・設計・施工・監理などに対応。不動産の売買・賃貸・管理、コンサルティングも行っている。

設立 1995年9月

URL <https://www.ys-corporation.co.jp>



①

顧客情報を漏れなく全体共有できるツールが必要だった



②

資料DL後の説明会参加者を増やし、業界の成功者を多く作りたい

導入の背景

フランチャイズ募集のためにMAを活用したいものの運用が不安

超微粒子の吹付コーティング技術により、壁・天井を新品に蘇らせる、ワイズコーポレーション社独自の技術「e-coat」。本来の質感・素材感を損なわずに、かつ環境にもやさしい画期的なこの技術を全国に広め、「成功者を一人でも多く作りたい」という思いから、同社はフランチャイズ(以下、FC)展開を開始した。

代表取締役の染谷康宏氏は、不動産営業出身。昔ながらの電話営業、対面営業を長年続けていた。しかし、時代が変わりマーケティングのあり方も変化している。その潮流を見極めて、オンライン・マーケティングの導入がFCの全国展開のためには効果的であると判断した。

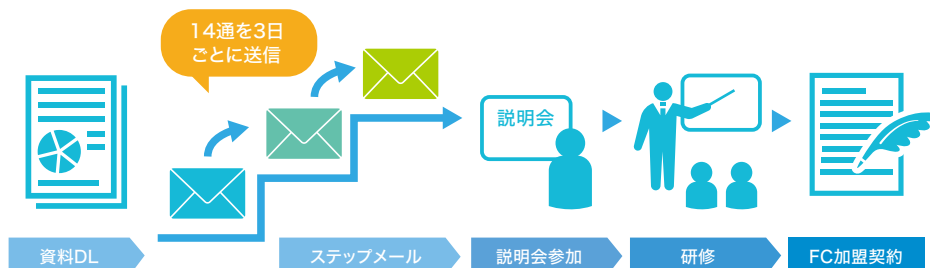
導入により、エクセルなどを使い手作業で行っていたバックエンド業務が効率化され、数値化・全体共有が可能になる。さらに入力の間違いなど、人的ミスも防ぐことができる。そこでオンライン・マーケティングの第一段階として、マーケティングオートメー

ション(=MA)と相性の良いSalesforceの導入を染谷氏が決定した。

FC加盟店獲得の流れは、WEB出稿で資料ダウンロードしてもらい、そこで集めた見込客をメール配信によって定期的に開催している説明会に誘導し、加盟へと進行させていくというもの。この流れの中で、メールの開封率、説明会への申し込み数など、見込客の行動数値の明確化が必要となるためMA導入へと至り、Salesforceとの連携が可能な

Pardotを選定した。

Pardotの導入によって、見込客の動線についてシナリオを仮説立て、メール開封率やリンクのクリック率をもとに顧客をスコアリングし、適切なタイミングで適切な情報を届けることができる。しかし、社員が皆MAの知識がほぼないため、初期設定をはじめ、知らない専門用語も多く、自社運用には不安も多かった。その中で、導入のプロフェッショナルであるtoBeマーケティングと出会った。

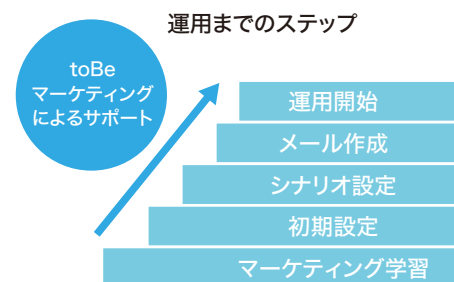


マーケティングオートメーション活用支援でこう解決

1 不安を抱える初期設定等も徹底サポート

これまでエクセルで行っていたお客様管理表などの移行方法が困難で、最初は手入力で行っていたが、toBeマーケティングのコンサルタントが来社し、実際にPardotの管理画面を操作しながら、154項目のチェックシートに沿って設定をサポート。自社の力だけではうまくいかなかったSalesforceとの連携も支援してくれた。するとMA初心者ながら、2ヵ月

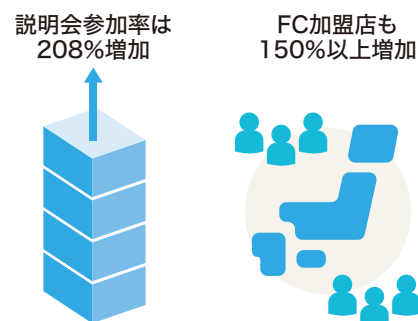
で初期設定を完了。その後マーケティングシナリオを設定し、実際にメール配信まで行うことができた。「見込客がこういう動きをするので、こんなシナリオを立てましょう」という具体的なアドバイスを交えて、1つ1つサポートしてくれた。その後も、シナリオ設定に関して細かな間違いを正してもらするなど、適確なサポートが行われた。



2 適切なシナリオ設定、スコアリングにより効果が倍増

サポートをもとに、Pardotでシナリオを設定、メールマーケティングのA/Bテストなどを繰り返す中で、見込客をスコアリングし、適切なタイミングでのフォローが可能になった。例えば、説明会と開業資金明細のページを両方閲覧した場合は、担当営業に通知しフォローアップTodoを発行する自動ルールを設定。メール開封やページビューごとにスコアが加算されるロジックを設定し、興味関心の度合いを明確に分けて、優先順位をつける条件とした。

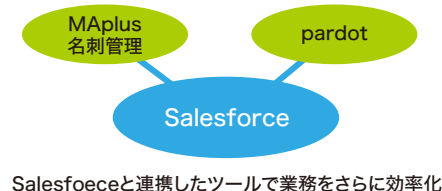
メール開封率やクリック率などの数値の見方も、toBeマーケティングがサポート。説明会までのスコアリングの仮説立ても可能になり、実際「この点数までスコアが上がりれば説明会に参加してくれる」という仮説が、約7割の確率で実現している。MA導入後は申込み率が上がり、導入後の説明会参加率は208%増加。開業に積極的な説明会参加者が増えたことで、FC加盟も前年比で150%～200%増加した。



3 名刺管理ツールとの連携が新たな可能性を生み出す

現在は、Salesforceとも連携した、toBeマーケティングの「MAPlus 名刺管理」も併用。名刺の写真スマートフォンで撮ってアップすれば、そのデータがすぐにSalesforceに入り、Pardotにも自動的に連携し、効率的な名刺管理と、スピーディー

なフォローが実現する。普段の営業活動だけでなく、展示会などでの大量の名刺交換時において、時間の削減、業務の効率化が図れる。その結果新たなビジネスの可能性に、経営資源をフォーカスさせてくれるツールだ。



今後の展開

スコアリングの精度を高め、顧客の優良化を図り業務効率大幅改善を目指す

Pardotの力で見込み加盟店の「量より質を高める」ことを実現していきたい。申込み人数を増やすことはもちろんながら、優良な見込客を説明会参加に促し、そこからの申込み率を上げることにフォーカスしていくのが、今後目指すところである。

そのために、優良な見込客の定義を明確化し、それをPardotでのシナリオ立てに落とし込み、その後スコアリングしていくことで、精度を高める。また、今後はFC加盟店自身の営業効率化にも、Pardotを活用した支援を考えている。電話営業

ベースで、地域人口の問題などで新規営業が厳しいFC加盟店に対して、FC加盟店募集の成功事例を活用していく方針である。

User's Voice toBeマーケティングを評価しているポイント



株式会社
ワイズコーポレーション
代表取締役
染谷 康宏 氏

時代やトレンドに
適応し、事業を拡大

「良い商品だから絶対に広めたい」という思いから、時代を見据えて、電話営業からMAの導入に踏み切りました。Pardotで得られた数値をどう活かすか、その点をサポートいただけるのはありがたいです。



株式会社
ワイズコーポレーション
主任
佐藤 直規 氏

徹底サポートが
理解を深めた

3回の講義を受けた後も、コンサルタントが来てくれて懇切丁寧にアドバイスしてもらえたのは非常にありがたかったです。最近は提案のレベルも上がり、よりMAの精度も高まってきているのを感じます。



株式会社
ワイズコーポレーション
顧問
一条 勝秀 氏

多角的な
業務効率化を実現

展示会に出展すると、1日200～300枚の名刺を獲得できます。MAplus名刺管理を使えば手入力の手間が省け、Salesforce、Pardotと連携しているので、その日のうちにメールを出せるので便利です。