

MAPlus Direct Mailの導入で営業効率化を実現 デジタル施策との併用で 22,000人のお客様へコミュニケーションが可能に

HIRABAYASHI



PRINTING AND FURTHER
HIRABAYASHI
平林印刷株式会社

印刷会社からスタートし、現在ではノベルティを主としたセールスプロモーション（販売促進）商品の企画・制作・提案から販売までをワンストップで行っている。取り扱いアイテム数は1万点以上に上り、国内最大級のノベルティ専門通販サイト「販促花子」を運営する。対面営業にも力を入れ、顧客からの幅広い需要に応じている。今年で創業109年の歴史を持つ。

設立 1910年

URL <https://www.hira-print.jp/>

課題



①

顧客情報の一元管理ができておらず、DMのリスト作成や発送に手間がかかる



②

Pardotでナーチャリングをする中で、メール未開封者へはアプローチができない

導入の背景

部署間の連携と情報の一元化が課題

ノベルティグッズの企画・制作・販売をメイン事業とする平林印刷株式会社では、通販部門と直販部門が事業の2大柱であるにも関わらず、両部署間の連携や情報の共有化が上手くできていないのが悩みだった。顧客情報に関しては部署ごとにエクセルで管理をしていたため、DMを送る際の手間が多かった。

広告や展示会からの新規流入は多かったものの、リピート顧客が少なく初回離脱客の引き上げが課

題となっていた。メールマガジンを週に1度、約13,000人の会員に向けて配信していたが、一方で未開封の顧客に対してはアプローチできていなかった。

「まずは部署間の垣根をなくし、情報を一元化することで、全ての見込み客に対して訪問営業、電話営業、DM、メールマガジン、全方位から最適なアプローチを可能にしたいと考えていました」と販売部 部長 戸倉氏は語る。

そこで、マーケティング担当者主導の元、DM発送ツールのMAPlus Direct Mailの導入を決めた。マーケティング課長の久弘氏は「これまでの経験上、メールよりもDM施策のほうが反応率が高いのはわかっていました。接触回数を増やすためにも、デジタルとアナログを組み合わせたアプローチをしていきたいと考え、導入を決めました」と語る。

MAPlus Direct Mailでこう解決

1 DM発送リスト作成からデザインまで、マーケティング担当者による一元管理が可能に

これまではDMの宛先リストを部署ごとにエクセルで管理しており、社内のデザイナーにその都度発注や修正指示が必要だったため、発送までに工数がかかっていた。今後はSalesforce CRM上でリストの作成からデザイン・入稿・発送までをマーケティング担当者が一元管理できるようになる。リストに関しても、クラウド上で同時編集やチェックができるため、誰か1人の担当者のところで確認作業が止まってしまう、ということもない。

「これまではDMを一通送るにも、営業担当からのリストを待って、デザイナーに発注、確認をして、という手間が生じていました。しかしMAPlus Direct Mailの導入により、デザインに関してもテンプレートを少

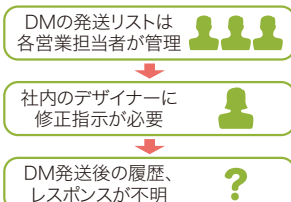
しいじるだけで誰でも発送ができるようになるため、大きく工数を削減することができます」(戸倉氏)。
マーケティング部門から配信したメールやDMの発送履歴、レスポンス履歴は、営業担当者も確認できるため、

反応があった見込み客に対して、スピーディーに営業担当者からアプローチをかけることが可能だ。

「これまではDMの発送にロット単位の料金がかかっていたため、本来なら何度かに分けて送りたいDMもまとめて送ら

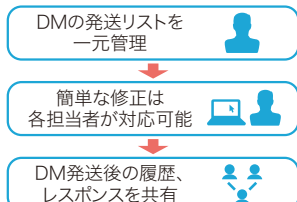
ざるを得ませんでした。MAPlus Direct Mailは小ロットかつ送りたいタイミングで送れることも魅力的な点です」(久弘氏)。

Before エクセル管理



- ・ロット単位の料金が発生
- ・修正に時間がかかる

After MAPlus Direct Mail



- ・1通から安価に発送が可能
- ・一元管理で工数削減

2 メールでの反応が薄い見込み客へ、DMでのアプローチが実現

現在、同社のオリジナルノベルティサイト「販促花子」の会員登録数35,000人の中、メール配信が可能な13,000人の会員に向けて週に1度メールマガジンを配信しており、開封率は20%程度だ。約80%の未開封者に対してはこれまで何のアプローチもしてこなかった。MAPlus Direct MailとPardotを連携することで、今後は簡単に未開封者リストを作成できるようになり、DMでアプローチすることが可能になる。メールでの反応が薄い見込み客だけでなくPardotで分析した顧客動向を元に、ターゲットごとにセグメントしてDMを送ることも可能だ。また、配信停止希望者は現状22,000人おり、アプローチできず多くの見込み客を活用しきれなかった。今までアプローチできなかった22,000人もの見込み客に対してMAPlus Direct

Mailによりマーケティング活動ができることは大きな効果が期待できると感じている。

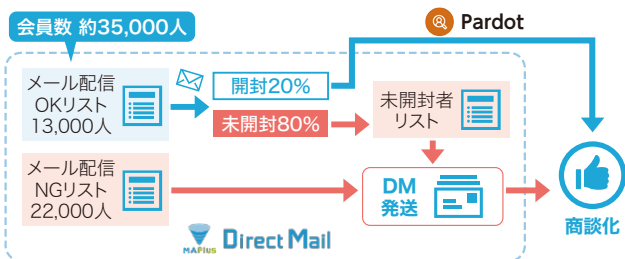
「どこに可能性が眠っているのかを可視化することで、担当者が顧客にアプローチする際のモチベーションも高まるはず」(戸倉氏)。

「これまでも5~8月はうちわ、9~12月はカレンダーのノベルティグッズのキャンペーンDMの発送

を行ってはいいたのですが、作業の手間がかかるので頻繁に送れていませんでした。ツールを導入することで今後もっと気軽にDMを発送し、せっかく興味を持って来てくださったお客様に忘れられないような工夫をしていきたい

と考えています」(久弘氏)。

今後、ホットな見込み客に対しては、現状数ヶ月に1回ペースで発送しているDMを月に1回ペースにするなど、接触回数を上げていきたいという。2018年の4月の段階で1.02%だったサイトでのコンバージョン率を、年度中には1.2%まで上げるのが目標だ。



今後の展開

効果検証をしながら施策の精度を高めていきたい

今後は全ての担当者が持つ顧客情報を共有化し、基幹システムとSalesforceを連携することで、見込み客の行動を分析・見える化し、最適なアプロー

チでリピート購入につなげていきたいという。これまでは何か施策をおこなっても、その都度しっかりと効果検証ができず、次につなげることができな

かった。今後はしっかりデータや数字を見ながら効果測定を行い、施策の精度を高め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



平林印刷株式会社
販売部 部長
戸倉 克也 氏

バラバラだった会社が1つの目標に向けて動きだした

営業部門だけでなく、マーケティング部門にとっても売上にどのくらい貢献しているかが数値で見えるようになれば、社員のモチベーション向上につながると考えています。部署ごとにバラバラで動いていた会社が、1つの目標に向けて足並みを揃え始めています。

他社の成功事例からヒントをもらえた

導入の際、何をどうしていいか手探りだった時期に、同じような業種の成功事例を教えてください参考になりました。使える機能を最大限まで活用するためのご支援をいただいています。今後、さらにPardotのシナリオや、同業種の活用事例等も情報提供いただき、自社のマーケティングに活かせればと期待しています。

平林印刷株式会社
マーケティング課長
久弘 京子 氏