

# 顧客ニーズに合った魅力的なコンテンツを 最適なタイミングで配信し、 問い合わせ数が110%アップ



## 日本情報クリエイト株式会社

24年の歴史を誇る、不動産管理業務をサポートするソフトウェア開発を行う企業。全国に11拠点を置き、『賃貸革命』、『売買革命』などITを通じて不動産業務をサポートするソフトウェアを開発。その導入実績は約5500社以上にもおよび。

設立 1994年8月

URL <https://corporate.n-create.co.jp/>

課題 1 アウトバウンドや飛び込み営業などの非効率な営業スタイルに限界を感じていた

課題 2 お客様の検討状況に合わせた情報提供ができていなかった

## 導入の背景

### Salesforce CRMの顧客情報を活かせる最適なMAツールを探していた

創立当初は建築工務店向けの見積りの積算ソフトを開発・販売していた日本情報クリエイトは、IT時代を見据えて95年より不動産業者向けのITサービスの提供を開始。大家さんに代わって入居者や物件、家賃の管理を行う賃貸管理システム「賃貸革命」や、不動産売買仲介営業システム「売買革命」などを開発し、不動産専門のソフトウェア企業として業界に多数の顧客を抱えている。

当初、同社の営業活動は電話でのアウトバウンドや飛び込み営業に加え、SEO対策やWeb広告などWeb施策での顧客獲得を主としていた。顧客の増加にともない、独自の顧客管理システムを構築して運用していたが、約10年前、当時2,000社を超える既存顧客の管理が難しくなったこと、今後10万社におよぶ新規顧客の獲得を見据えて、Salesforce CRMを導入した。さらに6年ほど運用していく中で、新規顧客の開拓にあたり、もっと効果的な営業活動の必要性を感じ始めるようになった。昔ながらの非効率な営業スタイルではなく、

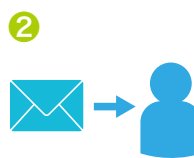
メルマガの開封率やメルマガ文中のリンククリック率、サイトの閲覧状況などといった顧客の動向から、「どの顧客がどのサービスを求めているのか」というニーズを明確にした効果的なアプローチをしていくべきだと考えた。早くからITやWebでの施策を重視していたこともあり、同社はマーケティングオートメーション(=MA)ツールの導入を決めた。選定にあたっては5社の候補があったが、その中で既に顧客情報が入っているSalesforce CRMとの

連携が可能であることから、Pardotの導入を決めた。また、MAの知識に長けている担当者もおらず、当時は操作画面が英語だったこともあり、手厚くサポートしてもらえることも重要な要素だった。その点、PardotはtoBeマーケティングの伴走活用支援が受けられることも選択の理由となった。最初のうちは、多彩な機能を使いこなせずメルマガの配信に使うのがやっとだったが、手厚い支援によって、徐々に使いこなせるようになっていった。

### 顧客のアクションを分析して関心に合わせて提案



メルマガ登録



コラムのURLなどを付けたメルマガ配信



メールの開封やサイトの閲覧状況から興味度合いを把握



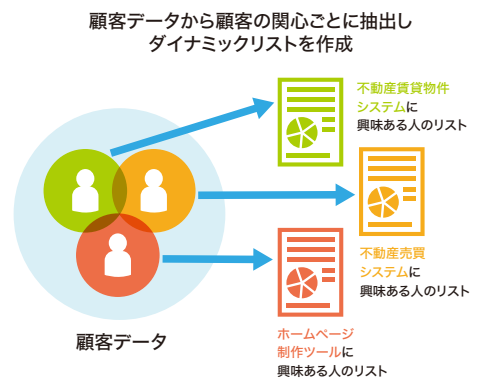
営業がアプローチ

## 伴走活用支援でこう解決

### 1 ダイナミックリストの活用で顧客への最適なコンテンツ配信が実現可能に

同社が重視したのが、コンテンツマーケティングの実施だ。月2回以上は不動産業界の見込み客が興味を持ちそうなコラムコンテンツを作成し、自社サイトに掲載している。また、ダイナミックリスト(抽出条件によって更新される動的リスト)を活用したメール配信を行い、メールの開封率や自社サイトを閲覧した人の動線を分析してSalesforce CRMにてリスト化。マーケティング担当が「不動産管理ソフトに興味がある人」などのレポートを作成し、営業に渡している。既に担当営業が付いている顧客

にもメルマガなどのコンテンツを配信し、顧客の興味を事前に把握することで、的確な提案が可能になった。さらに営業担当のマーケティングの重要性に対する認識も向上した。また、「Engagement Studio」を活用して、シナリオを用意できるようになった。メルマガを開封した人で自社サイトを閲覧した顧客には、翌週にサービスを訴求したメルマガを送るなど、顧客の必要性に応じた情報提供が可能になり、直接のお問い合わせ数も増加した。



### 2 問い合わせ数が110%アップ、配信停止数も3分の1に削減

Pardotを活用し、不動産業の情報資産や、IT導入補助金などの「不動産業界の動向」やExcelテクニックや物件写真の撮り方など、より顧客が興味を持てるコンテンツ配信を行うようになった結果、数万件の顧客への配信に対し、導入前は多い時で

数万件の顧客への配信につき60件ほどはあった配信停止依頼も、現在では20件程度に減少している。また、不動産に関する情報が詰まったコラムを定期的にメールで配信するメルマガ登録数も増加。お問い合わせも110%アップした。



### 3 1年以内にカスタマージャーニーの構築が可能に

同社のマーケティング担当者は、初めのうちはMAの知識がない状態であったが、toBeマーケティングが提供している伴走活用支援やトレーニングを受けることで、Pardotの具体的な操作に加え、MAに関する知識、作成するコンテンツの裏側にある意図、効果的なコンテンツの作成方法などを、動

画サービスで復習もしながら、身に付けていった。なかなか活用が進まなかった「Engagement Studio」などの自動化機能についても、toBeマーケティングのコンサルタントが丁寧に使い方を説明して、1年以内に自分たちだけでカスタマージャーニーの構築をできるようにまで習熟している。



## 今後の展開

### 「お問い合わせ」へ導く魅力的なコンテンツを発信していきたい

Pardotによって顧客の関心が把握でき、効率の良いアプローチが可能になった。また、配信するコンテンツも顧客から高い評価を受けている。今後も顧客のニーズにマッチした情報を適切なタイミングで発信していくことで、お問い合わせを増やしてい

きたいと考えている。また、そのためにもこれまで以上に質の高いコンテンツを、数の面でもさらに充実させていく予定だ。同社が発信する情報を、メール、FAX、DMに限らず資料として残している企業もある。そのように顧

客に有益な情報発信を心がけ、自社の売り上げを上げることだけが目的ではない、顧客にとってもメリットになるマーケティングを目指している。自社の認知度や信頼度を上げていくことで、より多くのお問い合わせを獲得していきたい。

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



日本情報クリエイト株式会社 マーケティング部 部長 古田 公四郎 氏

#### 顧客に最適な情報を発信していくことを大切にしたい

当社は、不動産業務に関する課題を抱える顧客に、最適な情報を最適な時に発信するためPardotを導入しました。toBeマーケティングの支援でその点が実現され、コンテンツ制作に多くの時間をかけられます。



日本情報クリエイト株式会社 マーケティング部 プロモーショングループ データマネジメントチーム 茅川 瑞季 氏

#### 丁寧なサポートでMAをマスター

MAの基礎知識がなく、Pardotの操作には大きな不安がありました。toBeマーケティングのサポート体制や伴走活用支援は大変充実していて、学んだことを真似ていくうちに、短期間で使いこなせるようになりました。



日本情報クリエイト株式会社 マーケティング部 プロモーショングループ データマネジメントチーム チーフ 田中 小春 氏

#### 膨大な顧客データのリスト化が容易

コンサルタントの方の支援によって、PardotとSalesforce CRMが連携したことで、PardotのデータをSalesforce CRMで可視化して営業に渡せるようになり、営業へのパスが非常にスムーズになりました。