

商談さえ設定できれば...を解決するために

商談につなげるための

リード獲得からナーチャリング

のプロセス

kumu

商談さえ設定できれば... を解決するために

本資料は「自社の製品に自信はあるけど、商談件数が増えない」「アポさえ繋がったら案件にできるのに」「自分のアプローチ方法にどこか穴があるのでは」と悩む経営者/営業担当者/マーケティング担当者の方々に向けた資料です。自社のサービスや製品に自信を持っているからこそ、その手前のリード獲得から商談化のための取り組みを強化する一助になれば幸いです。

※各施策の細かいご説明や立ち上げの方法は省略しております。
あくまで全体感を捉えるための参考としてください。

目次

案件化までの道のり

リードとナーチャリングの考え方

リード獲得の概要

リード獲得のアクション | コンテンツマーケティング

リード獲得のアクション | ランディングページ

リード獲得のアクション | 広告配信

ナーチャリングの概要

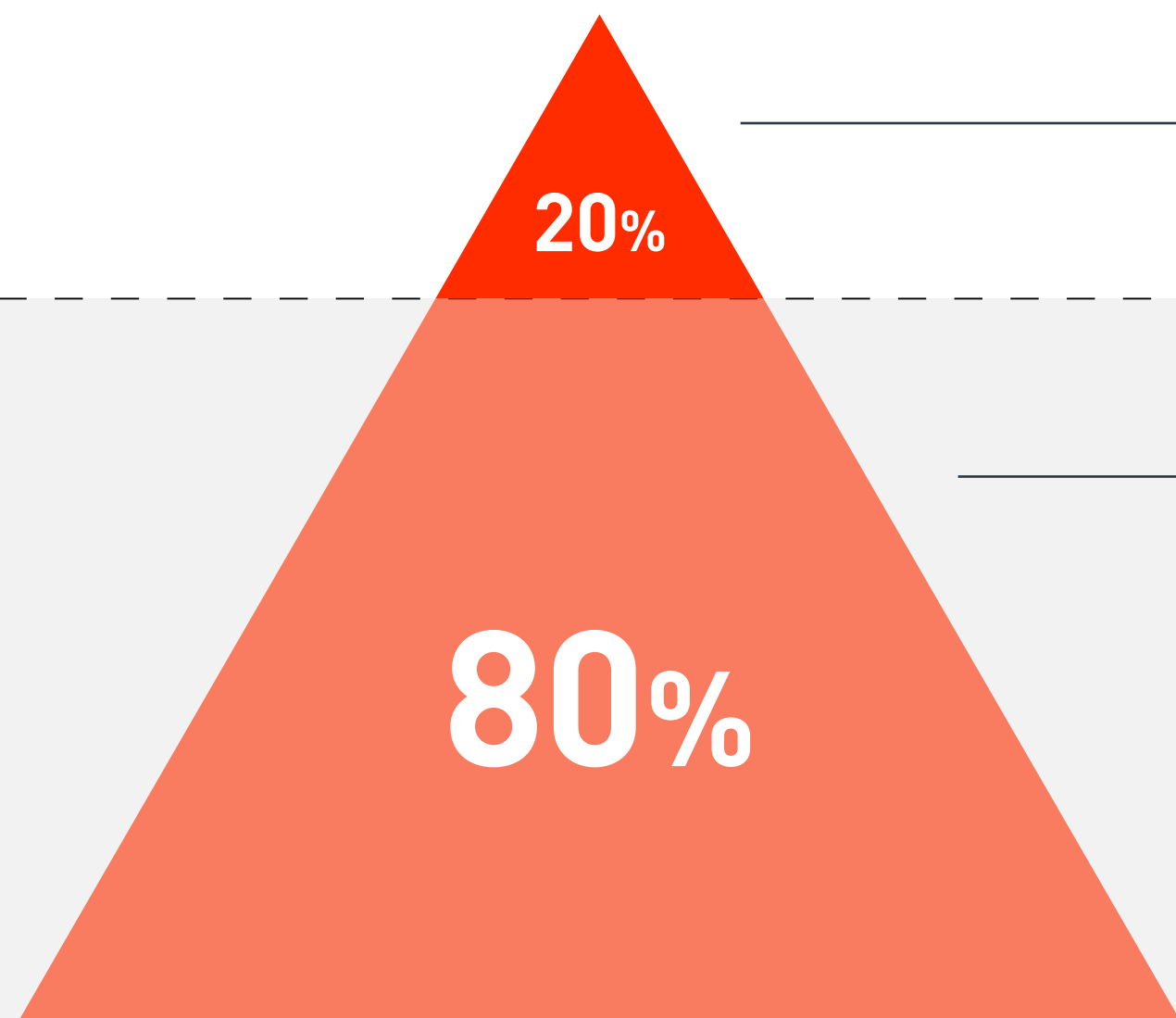
ナーチャリングのアクション

施策の整理

最後に | 持続的な顧客開拓の実現に向けて

約8割の潜在・見込み顧客への アプローチができていません。

マーケティングで獲得したリードの中から実際にインサイドセールスのアプローチを受けるリードは、全体の20～30%程度に留まるケースが多いです。つまり、約70～80%の見込み顧客がインサイドセールスにたどり着く前に離脱していると推論できます。



顧客/受注見込みの高い顧客

見込み顧客/潜在顧客

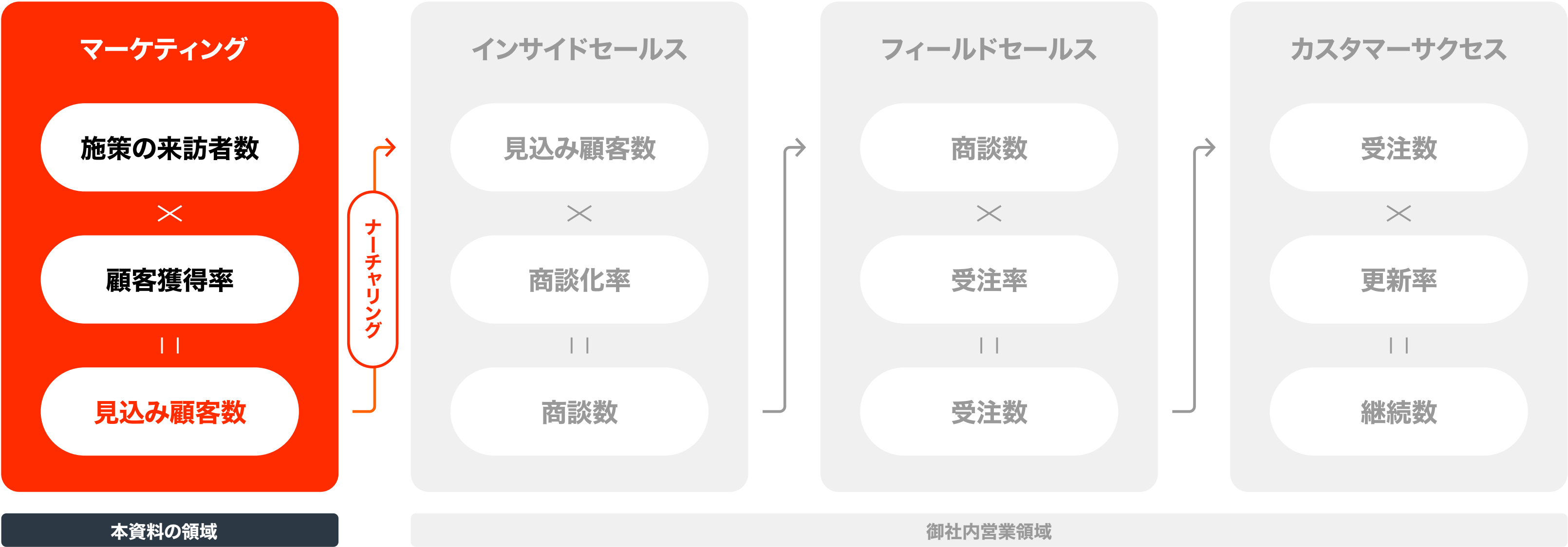
リードの獲得やナーチャリングを行いながら
商談化する必要があります。

主に企業が現段階で接点を持つことが出来ていないが、
自社のサービスを提案できる可能性のある顧客層です。

案件化までの道のり

商談化に向けた取り組みの全体像です。リード獲得からナーチャリングまでの戦術を導入することで、「今まで意識できていなかった見込み顧客」へのアプローチを可能にします。

また、全体像のもと施策に取り組むことでどの箇所が課題になっているかを明確にすることができます。



1.リード獲得について

リードを獲得するために、見込み顧客の
状態を把握することが大切です。

リードを獲得すると言っても、見込み顧客の状況は様々です。一般的には
検討度の高い顧客層へのアプローチから着手し、裾野を広げるように
潜在層までアプローチしていきます。

検討度の高い見込み顧客層からアプローチ				
	検討状況	心理状況	チャネル	コンテンツ
明確層	導入する企業を 比較検討している	すぐに商談したい 商品を購入したい	電話など	商談/サービスのご案内
顕在層	解決策を積極的に 探している	興味があるので 具体例を知りたい	リスティング広告 自社サイト 営業資料	具体的な導入事例 自社ノウハウ 料金体系
準顕在層	課題を感じているが 情報収集はしていない	自社の課題解決の 方法を知りたい	SNS広告 ウェビナー/セミナー ホワイトペーパー	課題解決手法 他社解決事例 サービス概要
潜在層	課題がないもしくは 課題に気づいていない	業界の情報収集を 日常的にしたい	SNS YouTube SEO記事	業界ニュース お悩み例 お得な情報

リード獲得のアクション|コンテンツマーケティング

動画やブログ記事、お役立ち資料の配信などを通して見込み顧客との接点を持つ方法です。**見込み顧客が課題解決のための情報を
探す過程で自社の存在を認知**してもらうための取り組みです。

kumu-オウンドメディア設計シート ☆ 📁 ☁			
ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ			
🔍 🔄 📄 📏 100% ▼ ¥ % .0 .00 123 デフォ... ▼ - 10 + B I ↺ A			
F6	fx		
	A	B	
1	最終更新日	2024/07/07	
2	文字数	5513	
3			
4	項目	記入欄	備考
5	タイトル	中小企業の顧客獲得で経験してきたマーケティング戦略策定の流れ	
6	企画概要	①環境分析②戦略構築分析③アクションプランの順番で進行するのが普通だが、スモールビジネスにおいてはマクロを見なくても成立する場合が多い。それよりもプロダクトを磨くことに時間をかけることを進める記事。最低限のマーケティング。	
7	メインKW	中小企業/製造業/顧客獲得	
8	サブKW	マーケティング/ブランディング/BtoC/顧客	
9	参照元		
10			
11		タイトル	内容
			中小企業の自社サービスのマーケティング日々感じます。もちろん様々な分析・費用も時間もかかる。とはいえ施策善したらいいかも不明なままです。い

設計書を活用したSEO施策



Youtubeなどの動画コンテンツ



ターゲットに向けたブログ記事



お役立ち資料の配布などで見込み顧客情報を取得



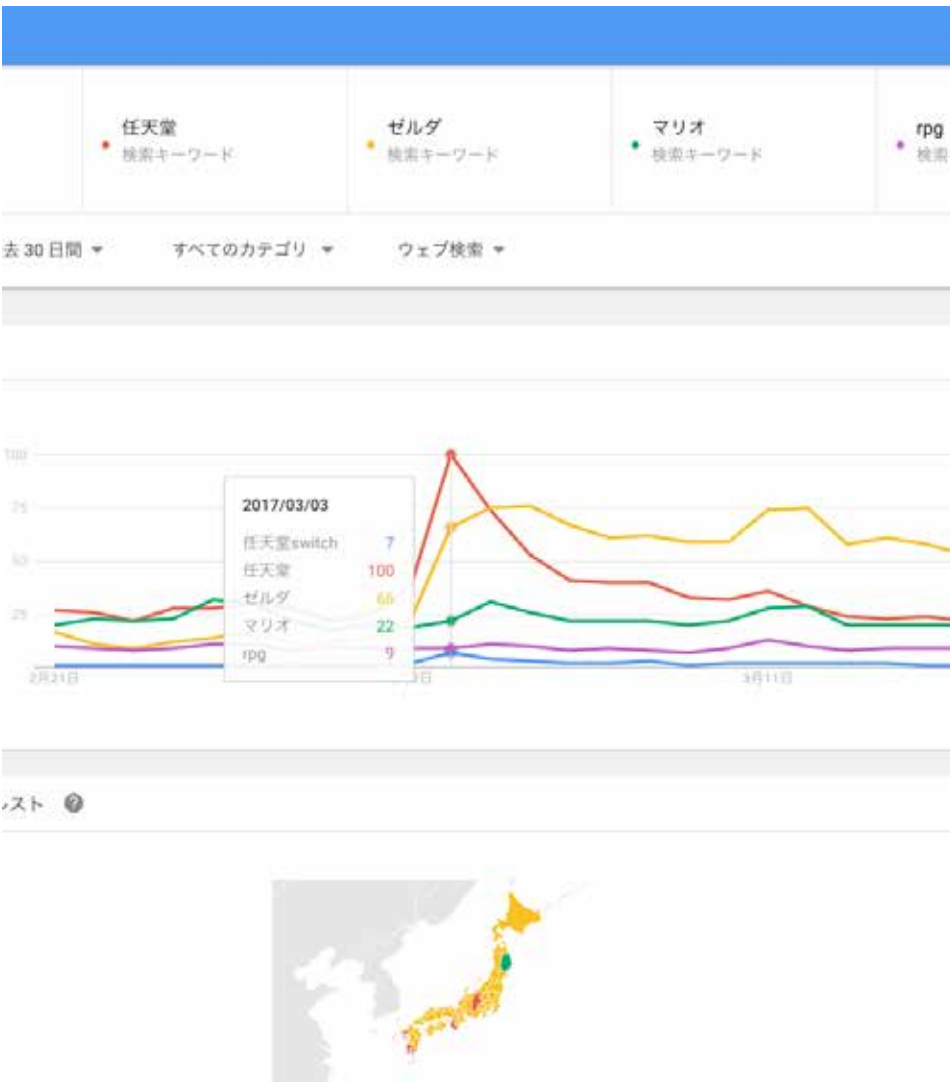
SNSを活用した発信

リード獲得のアクション | ランディングページ

見込み顧客の課題に対して自社の製品を提案する形式でアプローチを行います。WEB上のチラシの様な役割であるランディングページを活用して顧客接点を目指します。ランディングページはデータ取得と仮説をもとにした改善活動を行いやすく、最終的に大きな効果を見込める可能性がございます。



配信後の閲覧状況を見ながらの改善活動



キーワード調査を行いながらの施策運用

リード獲得のアクション | 広告配信

リードを獲得するためには広告配信は欠かせません。緊急度の高い方の割合が多いリスティング広告。潜在層にもアプローチできるsns広告。**媒体ごとの特徴を活用しながらコンテンツやランディングページを知ってもらう**ための取り組みです。



リスティング広告

検索エンジンの検索結果ページに表示される広告で、ユーザーが特定のキーワードを検索した際に表示されます。クリック課金型 (PPC) が一般的で、購買意欲の高い顕在層に効率よくアプローチできるのが特徴です。Google 広告やYahoo! 広告が代表的なプラットフォームです。

ディスプレイ広告

Webサイトやアプリの広告枠に表示される画像・動画広告です。バナー広告やネイティブ広告などがあり、潜在層への認知拡大に適しています。ターゲティング機能を活用することで、興味・関心があるユーザーに効率よく訴求できる。リマーケティングにも活用されます。

SNS広告

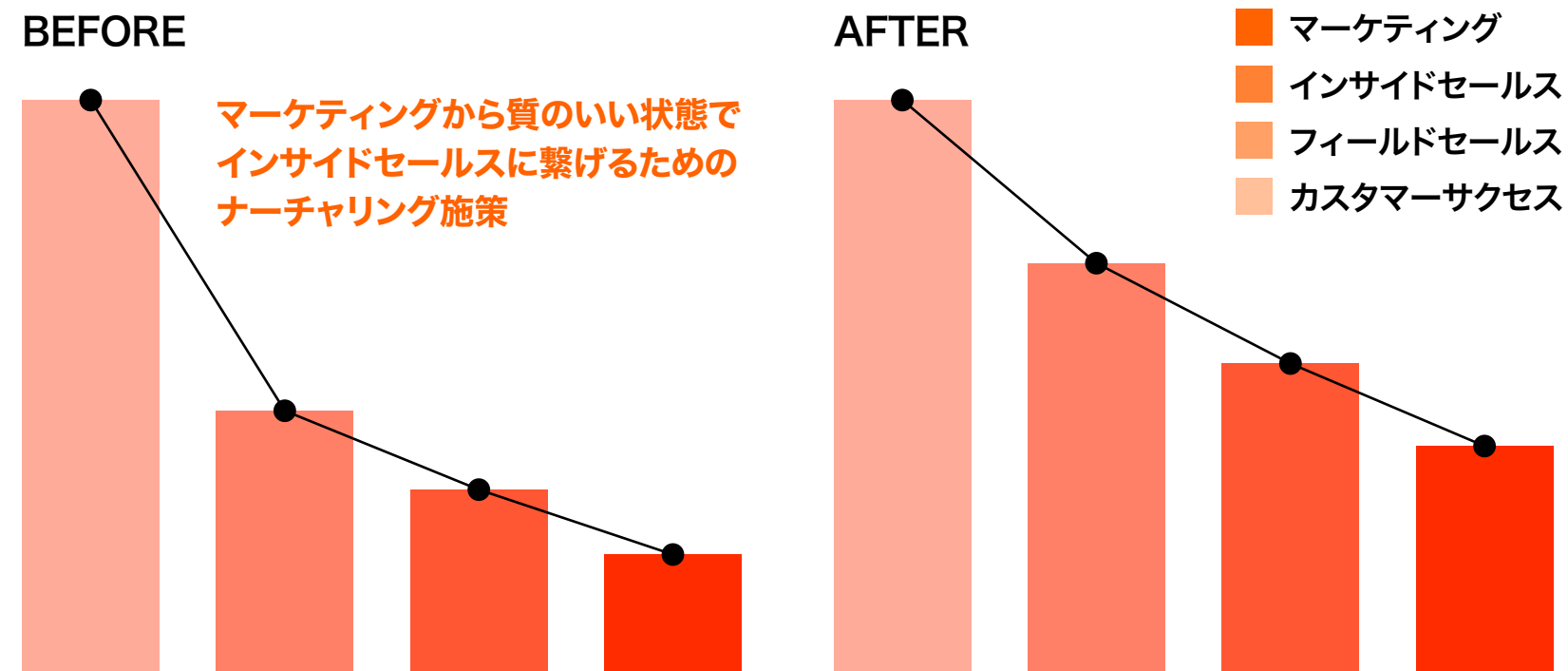
Facebook、Instagram、X (旧Twitter)、LinkedInなどのSNS上に表示される広告です。詳細なターゲティングが可能で、年齢、性別、興味関心、行動データなどを活用できます。ブランド認知の向上やコンバージョン獲得、フォロワー増加など多様な目的に活用されます。

2.ナーチャリングについて

見込み顧客の課題感を明確にしていくためのナーチャリング施策です。

ナーチャリング施策を実施し、関心度を高めた状態でアプローチします。
顧客管理システム(CRM)を導入し、見込み顧客ごとに興味・関心を持っている内容を把握しながらアプローチ施策を実行していきます。

リード獲得からナーチャリングを取り入れることで目指す状態



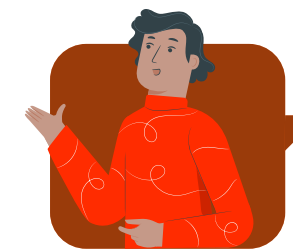
※図はイメージです

ナーチャリング未導入でのセールス



見込み顧客の課題感や
段階が分からないので、
ヒアリングを行いづらい

ナーチャリング導入後のセールス



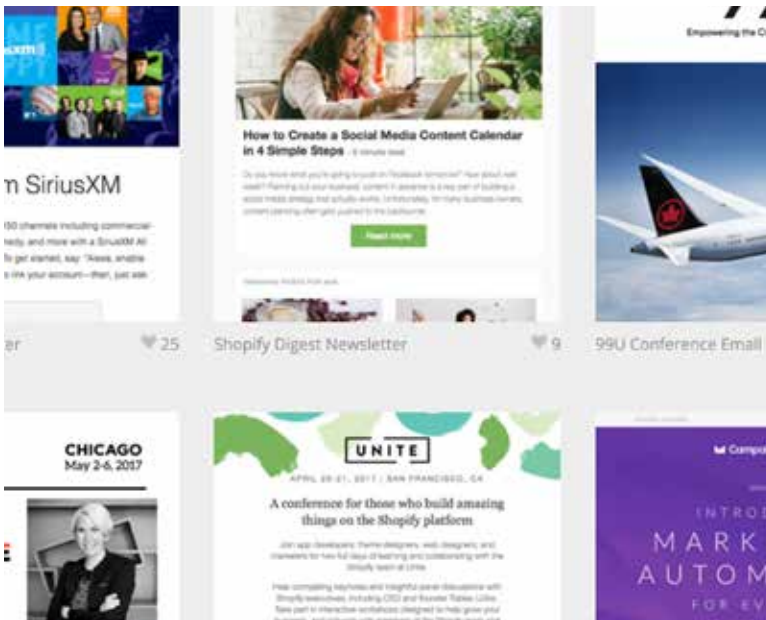
見込み顧客の興味関心を
把握しており、スムーズな
ヒアリングが可能

ナーチャリングのアクション

ナーチャリングフェーズでは主に下記の施策を行います。見込み顧客が自社の発信の中でも**どういった情報に興味・関心を持っているかの傾向をデータ化**するフェーズです。以降に続く営業フェーズのために、事前に見込み顧客の課題感を把握できる状態にすることが理想です。



複数テーマのウェビナー



メールマガジン



リターゲティング広告



ホワイトペーパーの配布



顧客の課題感を掴むことで、紹介案件に近い構造をつくることを目指します。

3.施策の立ち上げについて

最後に

持続的な顧客開拓の 実現に向けて

実は弊社でも新規顧客開拓のためにテレアポを行っている時期がございました。しかし、資料送付などに繋がるものの、持続的な施策とはいえない状況でした。

そもそもテレアポでは担当者につながるのが極めて難しく、名刺の取得を目的に交流会などに参加するのも時間に限りがあるかと思えます。

そして、まず弊社自身の見込み顧客獲得のために始めたのが本施策です。ネタバラシをすると、今この資料をお読みいただいている



段階で、弊社のリード獲得の施策が機能していると認識できます。こういった取り組みのノウハウや実行を多くの企業に導入し、本質的な事業成長に時間をかけていただくべく本資料を作成しました。資料に関してご不明点がございましたら、弊社にご連絡いただけますと幸いです。

商談さえ設定できれば...を乗り越える



社名	株式会社kumu
所在地	〒662-0051 兵庫県西宮市羽衣町7-30 夙川グリーンタウン3階
代表番号	0798-98-2840
メールアドレス	contact@kumuculture.com
ホームページ	https://kumuculture.com/
事業内容	マーケティング戦略の立案 / ブランディング構築支援 / デザインツール制作
代表取締役	中町 勇輝

弊社でも施策の立ち上げをご支援しております

初回ヒアリングから1回目のご提案まで無料で実施いたします。



コーポレートサイトはこちら
<https://kumuculture.com/>



お問い合わせはこちら
<https://kumuculture.com/contact/>



リード獲得施策はこちら
<https://kumuculture.com/document/convert-lp/>