



# 技術者派遣メインのビジネスから自社でリード発掘 エンドユーザーへのナーチャリングをCampaign Studioで開始



## ジェネロ株式会社

Using Campaign Studio  
since

2019

### SITUATION

今までのビジネスはDrupalにフォーカスし、Drupalの技術者派遣をすることによりDrupalの国内市場の拡大につとめてきました。しかしDrupalの本当によいところを広げようとしても、実際はツールだけでは不十分で、アジャイルなどの開発手法・ビジネスプロセスも同時に普及させる必要がでてきました。技術者派遣でプロジェクトにするとほぼプロジェクトの開発がウォーターフォールで定義され、ドキュメント作成など本質ではない作業に時間を費やしていました。開発メソッドも含めて日本で事業拡大するためには、プロジェクトそもそもを定義するプロジェクトオーナーとしてプロジェクトに参画する必要がありましたが、その案件をとるための方法が弊社にはなかったのです。

### CHALLENGE

いざプロジェクトオーナーの案件をとるとなると直接エンドユーザーにアプローチする必要があり、そのためには見込み顧客からナーチャリングをとるというマーケティング活動が必要でした。しかし、大規模の投資をいきなりすることができず、コンパクトに始められないかを考えていたところ、オープンソースの良さを活用し、スピーディーに立ち上げられるアクイアのCampaign Studioにたどり着いたのです。

### SOLUTION

アクイアとの協業することで、B to BマーケティングのベストプラクティスのプロセスをCampaign Studioとともに導入して営業活動を始めました。

### RESULTS

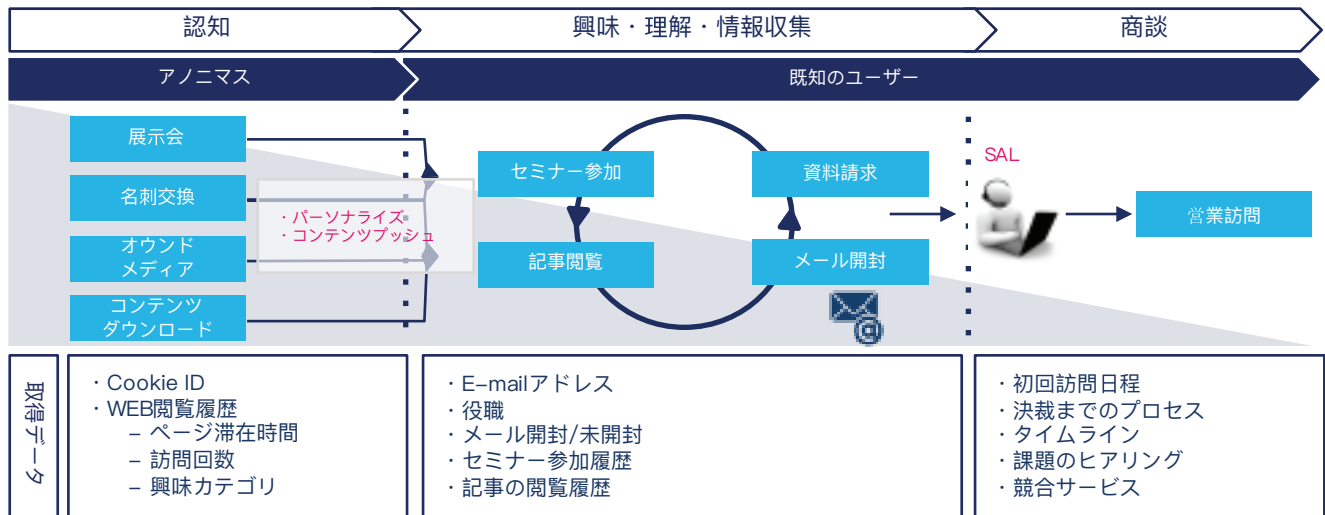
- ・専任担当者をあてられない状況でも、顧客のフォロー漏れを防ぎ、アクションを自動化できるようになりました。（HTML,サーバ,ネットワークの知見が不要）
- ・自社の運用・構築内容をお客様にも提供できるようになりよい循環にはいりました。



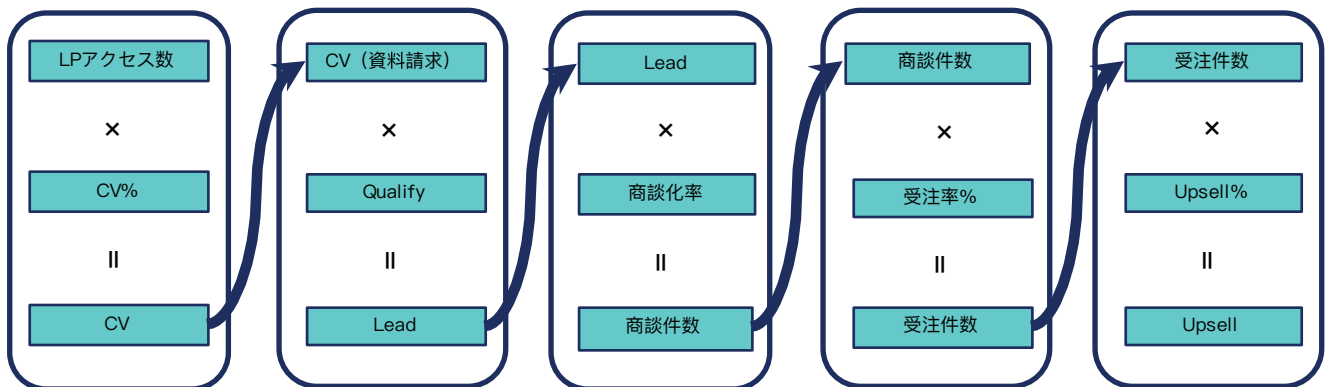
# THE FRAMEWORK

## BtoBマーケティングのフレームワークを理解しCampaign Studioに顧客に関する全てのデータを集約。

Webサイトで得られたCookie情報と、Campaign Studioのデータベースをナーチャリングによって紐付け、ウェビナーなどの顧客接点に繋げるようキャンペーンをあらかじめ組んでおくことがBtoBマーケティングにおいては重要であり、営業部門ヘリードをパスするスコアリングモデルも導入することで、スムーズな営業活動が実現できました。



## 各プロセスを細分化して問題点を把握。



売上数字を構成する要素を詳細に見ていくと、コントロールしやすい数字としにくい数字が見えてきます。まずは、ボトルネックになりやすく、かつ努力によって改善できる単月のリード獲得数の目標を立てました。

リードソースチャネルは、Web経由だけに限らず展示会への出展や日々の営業活動での名刺交換なども含まれます。ジェネロでは、獲得したリード情報をシームレスにインプットし、Campaign Studioでリードに対してのナーチャリングを開始し始め、エンドユーザーの獲得成果が出ています。