

Webサイトがビジネスのエンジンに ～マーケティングオートメーションの価値と実 装のコツ～

株式会社マルケト

プロダクトマーケティングマネージャ

宮下 毅 Tsuyoshi Miyashita

November 17, 2014



アジェンダ

- マルケト会社概要
- 自己紹介
- マーケティングオートメーションとは
- マーケティングオートメーション実装のコツ

株式会社マルケト会社概要

- 米国本社は2007年に創業。2013年ナスダックに上場。
- 2013年12月より日本語版提供開始。
- 全世界で約3,500社の導入企業 (2014年10月現在)
- 2014年度第三四半期の売上は対前年54%増。
- 約320社のLaunchpointパートナー。
- 約50,000人のMarketing Nationコミュニティ会員。



Leaders
Quadrant
(MQ 6 2014)



#28 Most Promising
Company in
America



AppExchange
Award
5年連続受賞



3年連続受賞



全世界で約3,500社の導入企業

さまざまな規模と業種で採用されています。

| 製造業/ハードウェア | ヘルスケア | ビジネスサービス | 通信 | 金融 |
|------------|-----------------|----------|----|----|
| | | | | |
| メディア | ソフトウェア/クラウドサービス | | | |
| | | | | |

マーケティングオートメーションのリーダー



2012-2014年の3年連続で
リーダーのカテゴリーに位置づけられる

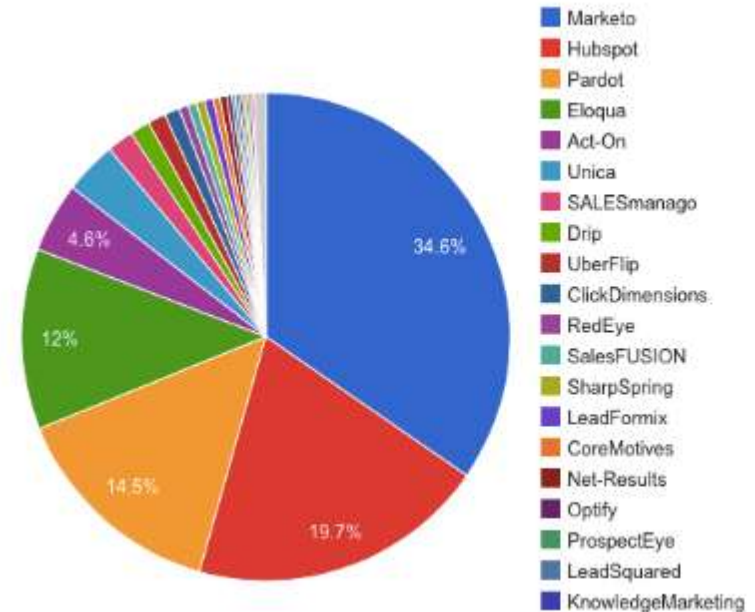


マーケティングオートメーションの
市場シェアで1位を獲得

Figure 1. Magic Quadrant for CRM Lead Management



出典: Gartner Magic Quadrant for CRM Lead Management
2014年6月17日発行



Alexa Top 100KのWebsiteでのデータによる
参考: <http://www.datanyze.com/market-share/marketing-automation/?selection=1>

自己紹介

- 宮下 毅 (Miyashita Tsuyoshi)
- 現在：マルケト プロダクトマーケティング マネージャ
- これまでの経験
 - 2002年に初めてマーケティング オートメーション システムを利用 (Siebel Marketing)。日本で最古のマーケティングオートメーション ユーザかも。
 - 国内外のデジタル マーケティングのツールを利用してきました。
 - Salesforce.comとかGoogle Analyticsなど。
 - 2012年2月からシルクロードテクノロジーにてMarketoユーザに。日本で最古のMarketoユーザ。
 - 2014年9月から株式会社マルケトにてプロダクトマーケティングを担当

8月末まで日本マーケットユーザグループのリーダーでした



<http://www.slideshare.net/SunBridge/marketo-user-group-japan-tokyo-20140829>



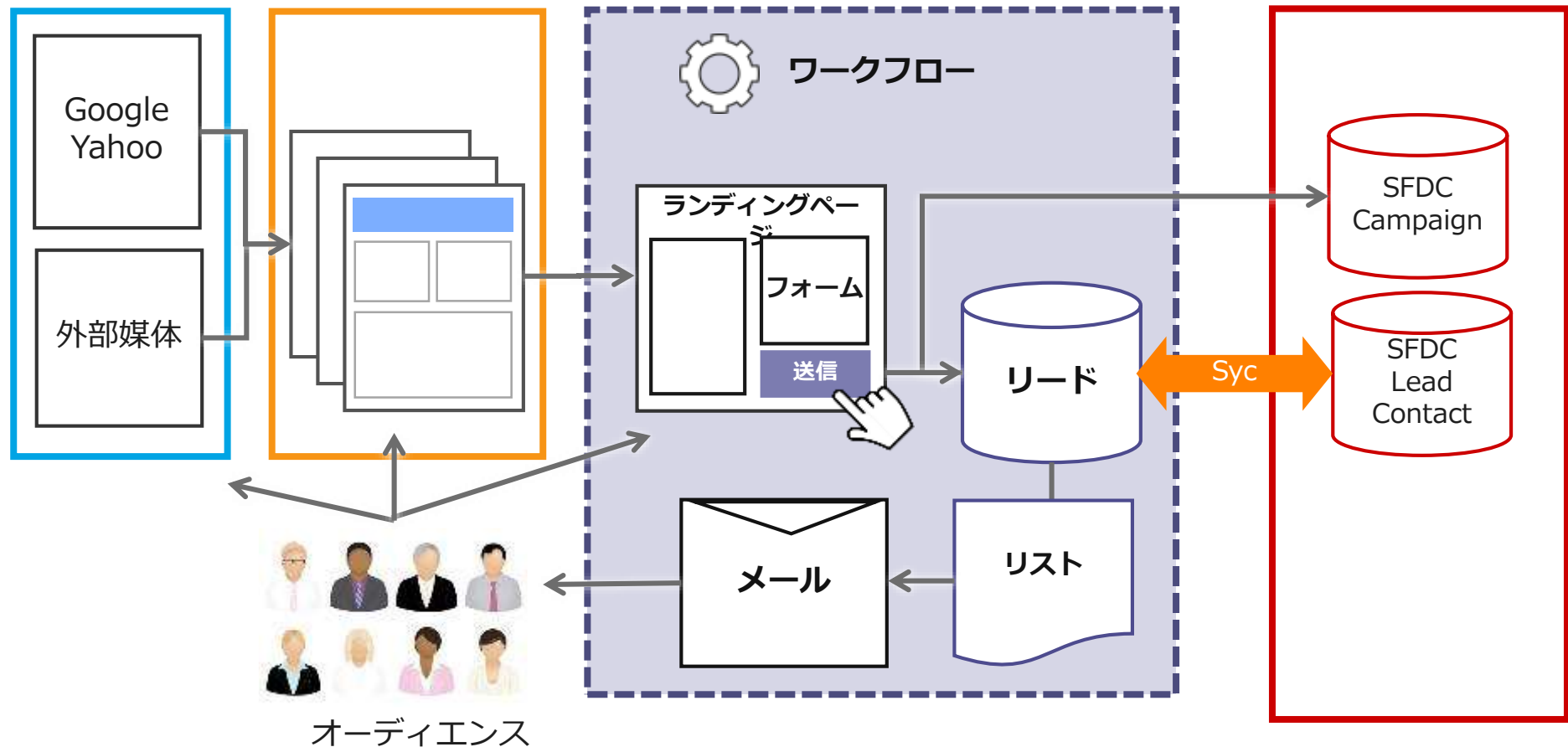
前職でのMarketoを活用したマーケティングインフラの概要

CMS

MA

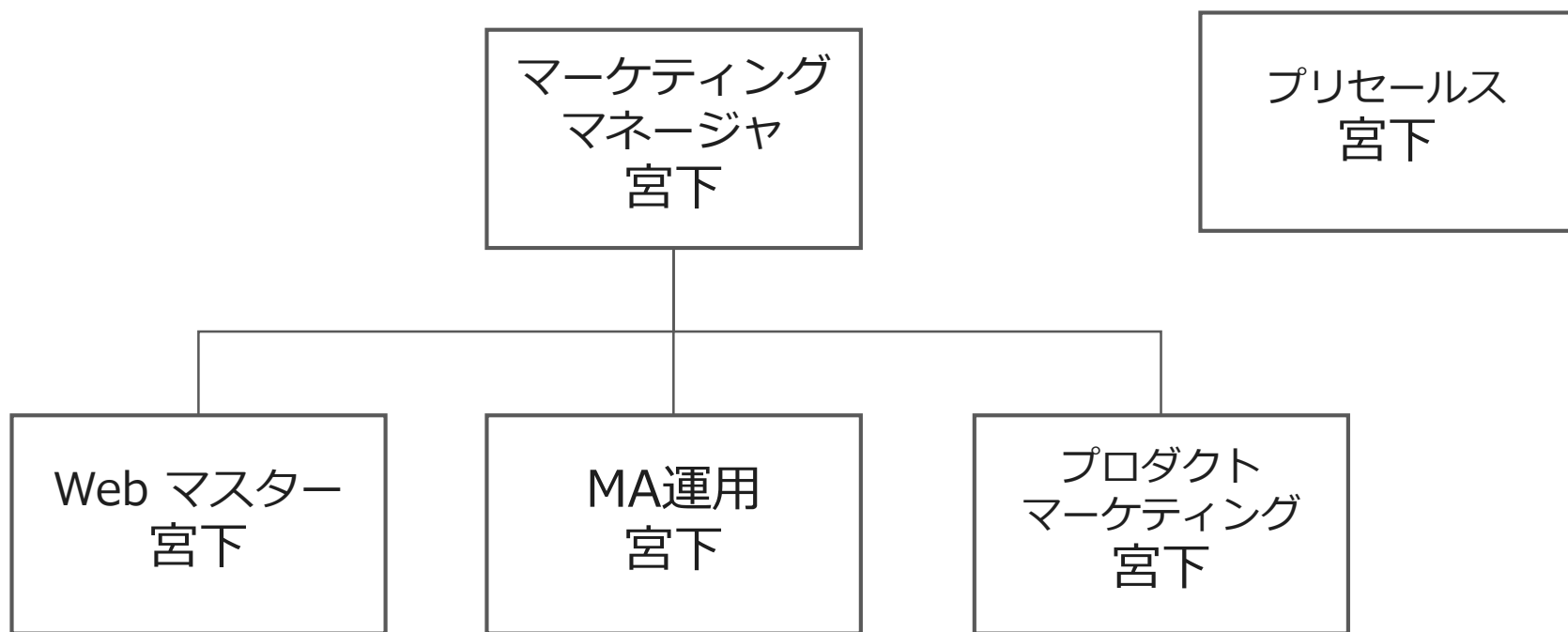
CRM

Marketo



シルクロードテクノロジーでのMarketoを活用したマーケティングインフラの概要

チーム体制



外注なし。業務委託なし。営業の現場も見ていたので、MAの活用方法についていろいろな試行をすることができました。

マーケティングオートメーションとは



マーケティングオートメーションとは



PART 1: マーケティングオートメーションとは何か?

マーケティングオートメーションの定義

メールマーケティング
ランディングページ
キャンペーン管理
マーケティングプログラム
リードジェネレーション
予測/スコアリング
リード管理
CRM統合
ソーシャルマーケティング
リソース管理
マーケティング分析

マーケティング
オートメーション

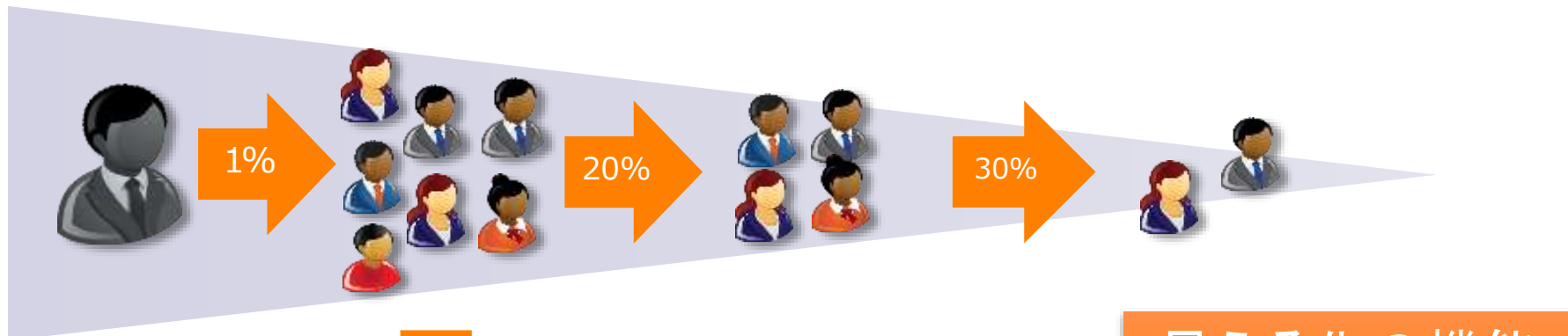
マーケティングオートメーションとは

ビジター

リード

商談

既存顧客

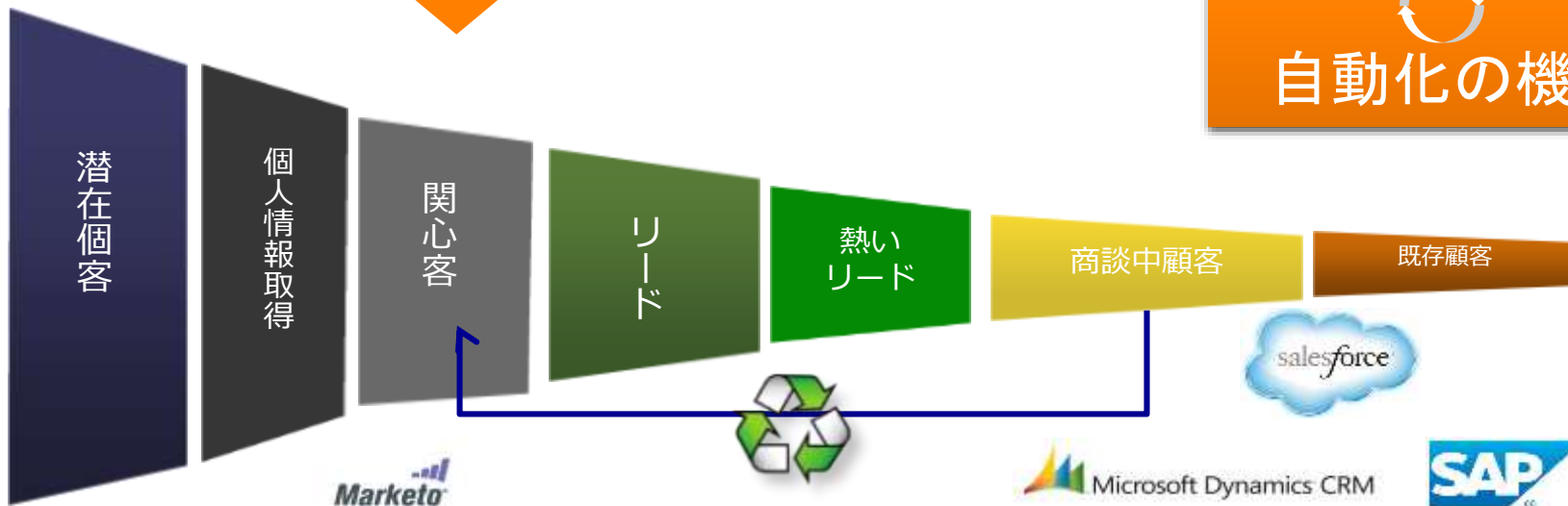


80%

見える化の機能



自動化の機能



MA (Marketing Automation)

CRM / SFA

マーケティングオートメーションとは

主な機能



メール
マーケティング



リード
ナーチャリング



レポートイング



マルチステップな
ワークフロー



CRMとの
統合



多くのリード
スコアリング



複数条件での
セグメンテーション



イベント
マーケティング



リアルタイムな
営業への通知



ソーシャル
での共有



マウス操作
でのカスタマイズ



A/Bテスト

フォームキャプチャ



| | | |
|-----------|-------------------|----------|
| 敬称: | | データベース登録 |
| ファーストネーム: | 太郎 | |
| ミドルネーム: | | |
| ラストネーム: | テスト | |
| メール: | Taro-test@xxx.com | |
| 職位: | 情報システム部 課長 | |
| 電話: | 03-0000-1111 | |
| 携帯電話: | | |
| ファックス: | | |



トラッキング

WEBページにMarketoの
トラッキング用javascript
を入れます。



トラッキングコード

```
<script type="text/javascript">
(function() {
function initMunchkin() {
Munchkin.init('XXX-XXX-XXX');
}
var s = document.createElement('script');
s.type = 'text/javascript';
s.async = true;
s.src = document.location.protocol +
//munchkin.marketo.net/munchkin.js;
s.onreadystatechange = function() {
if (this.readyState == 'complete' || this.readyState == 'loaded') {
initMunchkin();
}
}
s.onload = initMunchkin;
document.getElementsByTagName('body')[0].appendChild(s);
})();
</script>
```

フィルター: ウェブ

| ID | 日時 (JST) | アクティビティのタイプ | 詳細 |
|-----------------------|------------------|-------------|--|
| 日: 2011/04/12 (21 項目) | | | |
| 11514316 | 2011/04/12 02:32 | ウェブページにアクセス | blog.marketo.com/blog/2006/12/7_lead_nurturin.html |
| 11514314 | 2011/04/12 02:31 | ウェブページにアクセス | www.marketo.com/search.php |
| 11514296 | 2011/04/12 02:31 | ウェブページにアクセス | blog.marketo.com/ |
| 11514289 | 2011/04/12 02:31 | リンクをクリック | blog.marketo.com/ |
| 11514276 | 2011/04/12 02:31 | ウェブページにアクセス | www.marketo.com/b2b-marketing-resources/b2b-marketing-blog.php |
| 11514269 | 2011/04/12 02:31 | ウェブページにアクセス | blog.marketo.com/ |
| 11514268 | 2011/04/12 02:31 | リンクをクリック | blog.marketo.com/ |
| 11514264 | 2011/04/12 02:31 | ウェブページにアクセス | www.marketo.com/b2b-marketing-resources/b2b-marketing-blog.php |
| 11514246 | 2011/04/12 02:30 | ウェブページにアクセス | blog.marketo.com/blog/2009/05/5-important-ways-sales-can-help-marketing.html |
| 11514238 | 2011/04/12 02:30 | ウェブページにアクセス | www.marketo.com/b2b-marketing-resources/b2b-marketing-blog.php |
| 11514236 | 2011/04/12 02:30 | ウェブページにアクセス | blog.marketo.com/blog/2009/06/emotional-marketing.html |

- Web訪問者のアクセス履歴は詳細にトラッキングされる。
- 仕組みはGoogle Analytics と同じ。
- 個人情報の登録時に、ブラウザのクッキーのMarketoIDとメールアドレスが紐付けられる。
- ブラウザ毎に別のMarketoIDが振られているが、そのブラウザでメールアドレスと紐付けられると、メールアドレスをキーにマージされる。



セールスへの連携

Marketo Sales Insight

Best Bets | My Watch List | Web Activity | Anonymous Web Activity | My Email

View: My Best Bets | Edit | Create New View

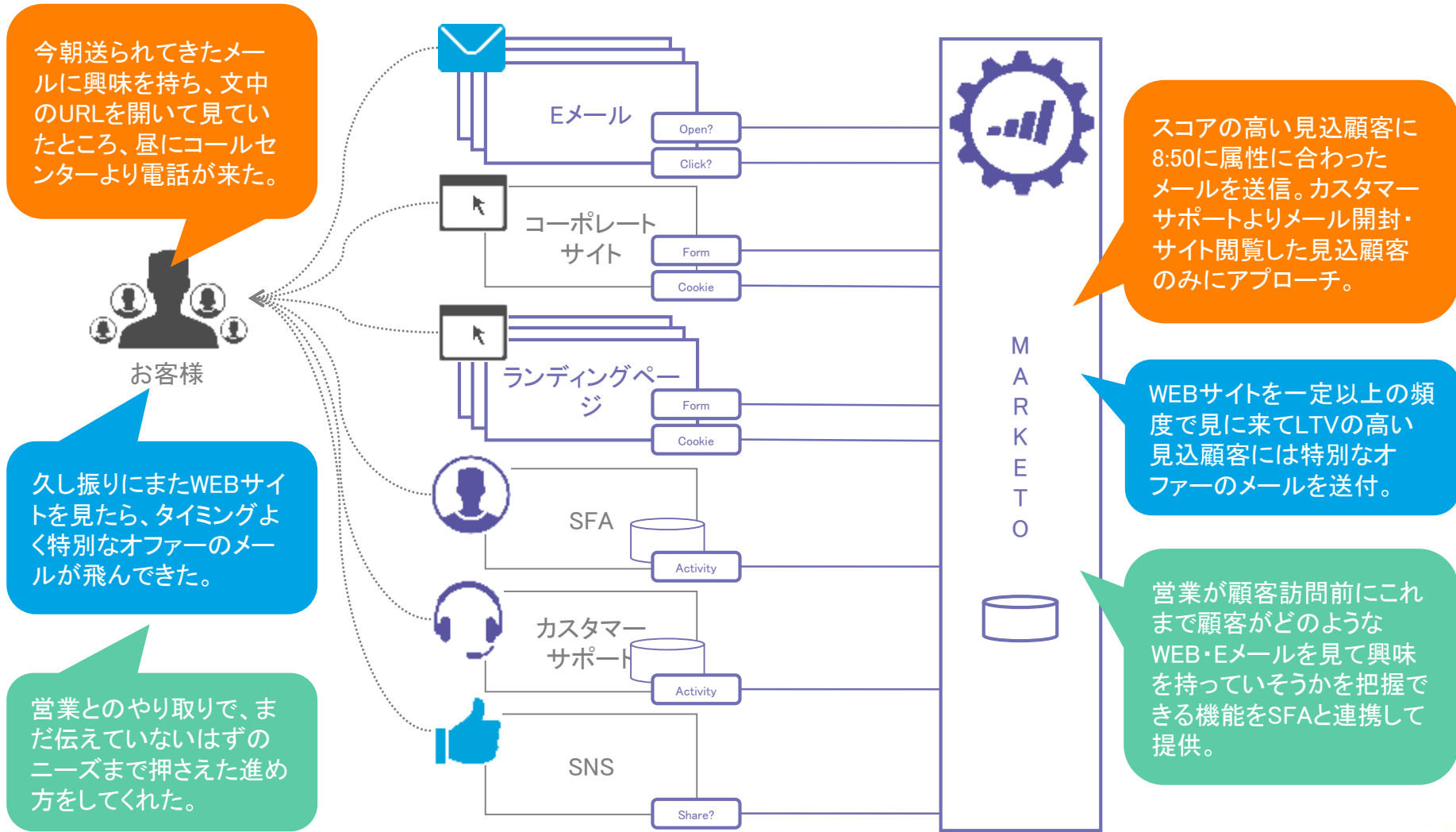
| Name | Account | Last Interesting Moment | Status | Priority |
|-----------------|---------------------|--|-------------------------|----------|
| David Lewis | DemandGen | Web: Visited the Shop page 7 hour ago | Open - Not Contacted | ★★★★☆ |
| Jeffrey Wels | Ziten Enterprise | Social: Shared Marketo Overview Video on Facebook 7 week ago | Lead | ★★★★☆ |
| Sus Marbo | Evon Inc. | Milestone: Accelerated lead nurturing, shows heavy interest 3 weeks ago | Analyst | ★★★★☆ |
| Wes Latowes*** | | | | ★★★★☆ |
| Jonathan Niles | | | | ★★★★☆ |
| Ross Sidoroch | | | In Review | ★★★★☆ |
| Jessica Cephus | | | | ★★★★☆ |
| Deborah Wilman | | | | ★★★★☆ |
| Dennis Guenther | Elite Associates | Web: Visited the pricing page 2 weeks ago | Qualified 1st Demo Done | ★★★☆☆ |
| Bruce Aguilar | Elite Inc. | Sales Email Opened: Opened message Elite Inc - Marketo Lead Management from patricia.roosa@demo.marketo.net 2 weeks ago | Contacted | ★★★☆☆ |
| Gabriel Sathum | Zelus Enterprise | Web: Repeat web visits in one week 7 weeks ago | Customer | ★★★☆☆ |
| Jill Fedorchen | Lixoft Technologies | Sales Email Clicked: Clicked link in email RE: Questions - Marketo Lead Management Demo, June 10 11am-12pm PT 3am patricia@marketo.com 3 weeks ago | Qualified 1st Demo Done | ★★★☆☆ |
| Adam Priggen | Revelon Enterprise | Web: Searched for "Marketo" 7 week ago | Lead | ★★★☆☆ |

Temperature of high leads can be identified from the business at a glance.

Lead Feed

- David Lewis Visited the Shop page (Web)
DemandGen
6/9/2012 7:12 AM - [Subscribe](#)
- David Lewis Visited the Shop page (Web)
DemandGen
6/9/2012 7:12 AM - [Subscribe](#)
- David Lewis Visited the Shop page (Web)
DemandGen
6/9/2012 7:12 AM - [Subscribe](#)
- David Lewis Clicked Link in Free Trial Follow-up, Trial Follow-up (Email)
DemandGen
6/9/2012 7:14 AM - [Subscribe](#)
- David Lewis Visited the Shop page (Web)
DemandGen
6/9/2012 7:14 AM - [Subscribe](#)
- David Lewis Visited the Shop page (Web)
DemandGen
6/9/2012 7:18 AM - [Subscribe](#)
- David Lewis Requested a free trial (Web)
DemandGen
6/9/2012 7:07 AM - [Subscribe](#)
- Eddie Nouwen Opened Sales Email

実現する顧客体験の例

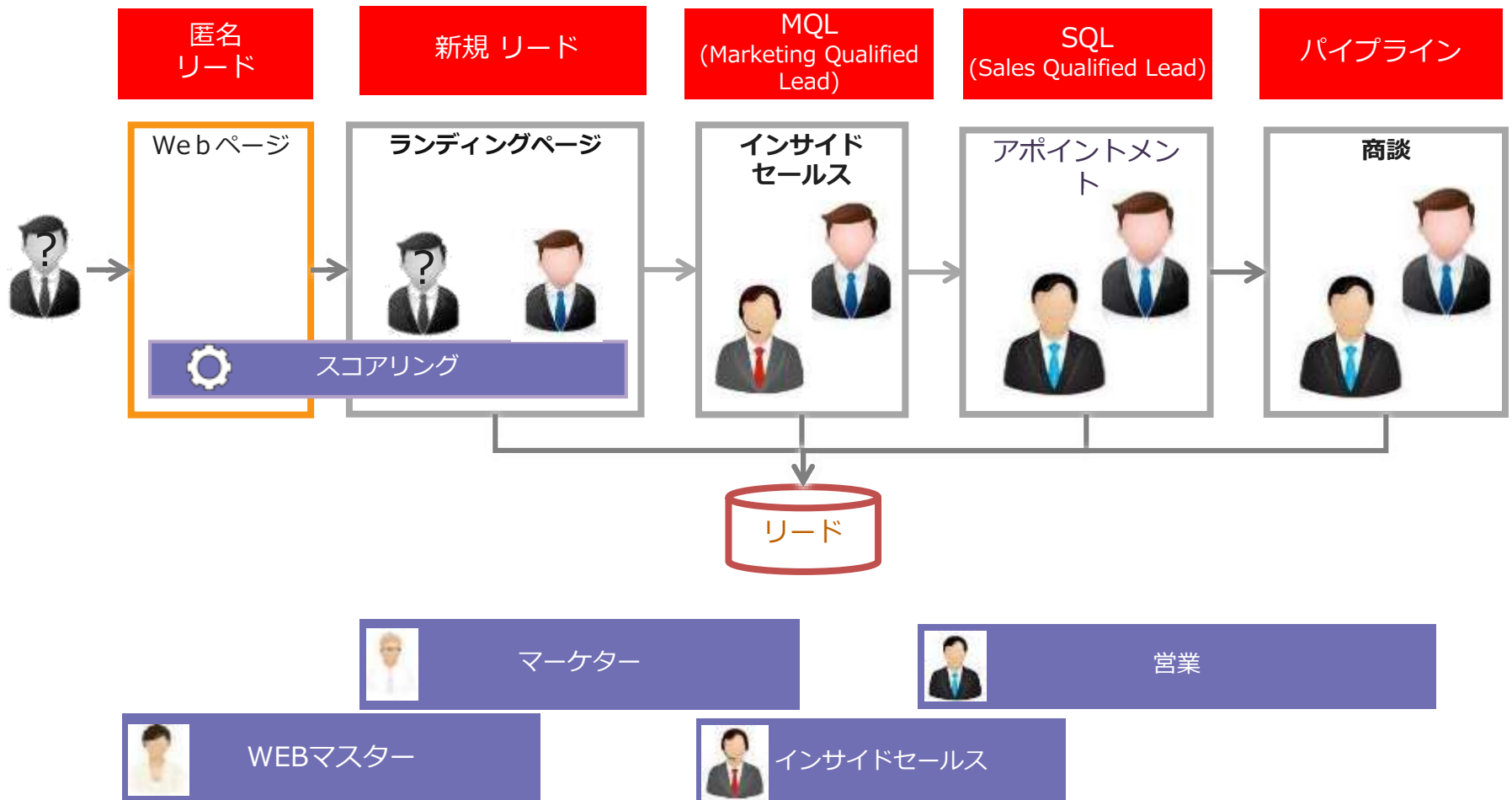


マーケティングオートメーション実装のコツ

マーケティングオートメーション実装のコツ
マーケティング活動は関係者と共有する。

マーケティング活動は関係者と共有する。

- セールスとマーケティングと経営でしっかりとしつこいぐらい用語の定義と共有化を徹底する。



マーケティング活動は関係者と共有する。

- 立場によって「マーケット」は違うものが見えている。
- 営業視点のマーケット：
 - 自分の身の回りで見えたこと、聞いたこと。
 - すでに関心を持っている人
 - 個人特定
- マーケター視点のマーケット：
 - マーケティング施策への反応。
 - 自社との接点がある人
 - 個人特定 + 匿名
- Webマスター視点のマーケット：
 - Web Analyticsのレポート
 - なんらかのきっかけでWEBサイトに訪問した人
 - 匿名

マーケティング活動は関係者と共有する。

- セールスとマーケティングを連動させるためには、インサイドセールスが重要
 - インサイドセールスは、「テレアポ君」ではない！！マーケティングとセールスをつないでくれる役割。
 - インサイドセールスの担当者の交代によって、アポイント獲得率、商談化率の著しい変化がある

マーケティングオートメーション実装のコツ
現状からスタートする。

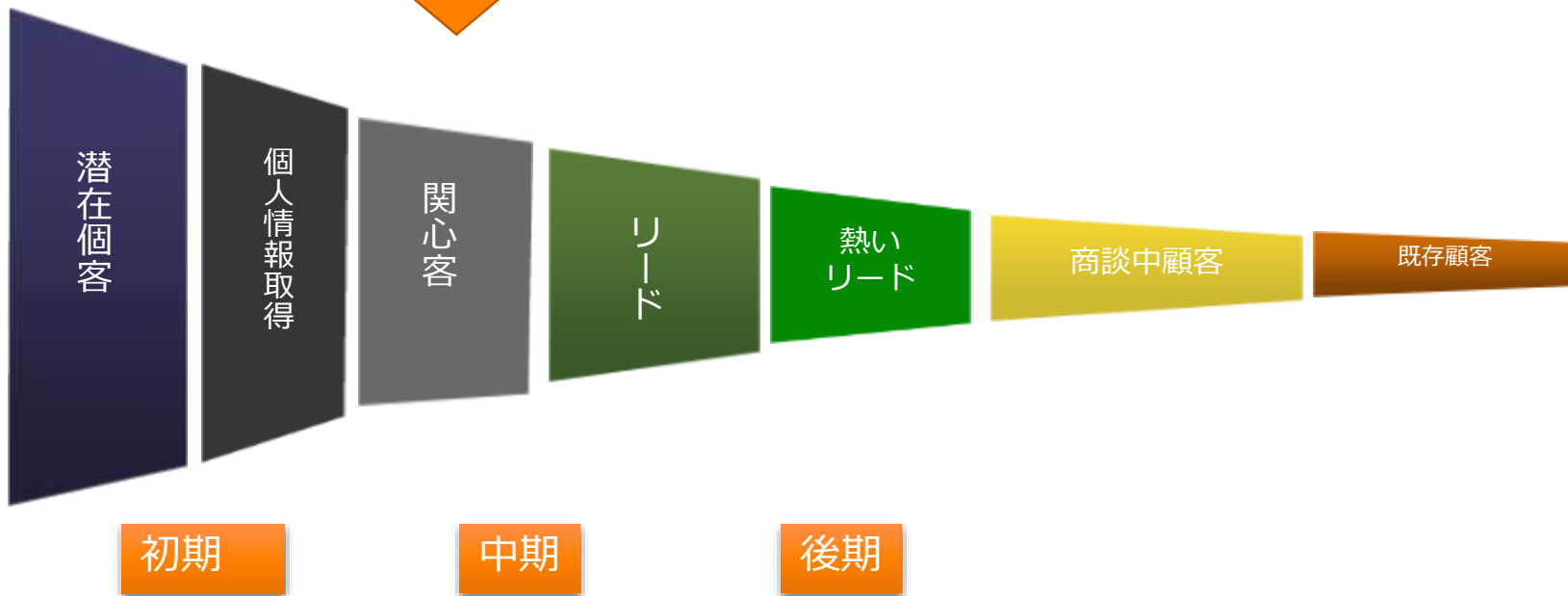
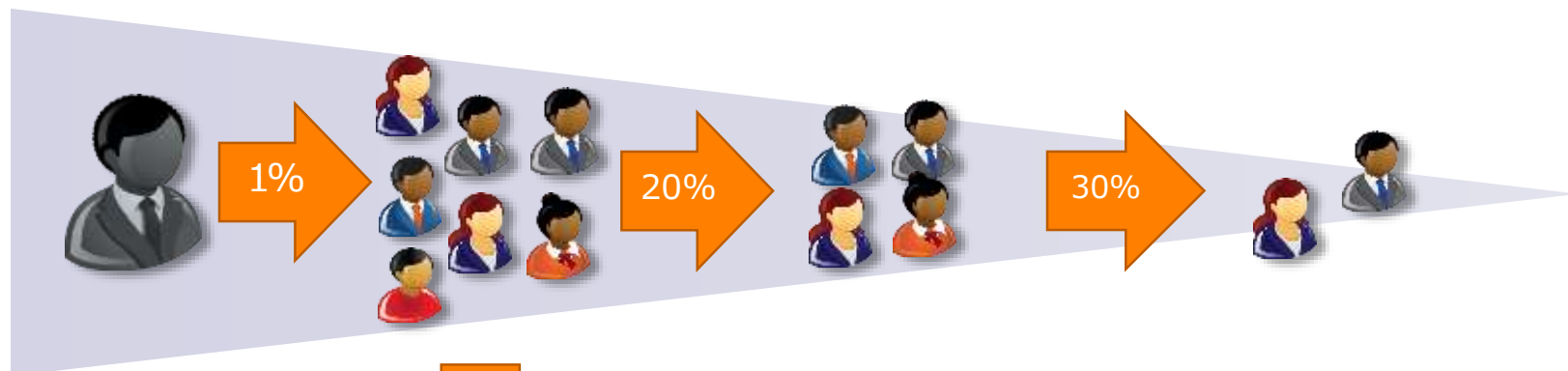


本当にカスタマージャーニーを描けるか？

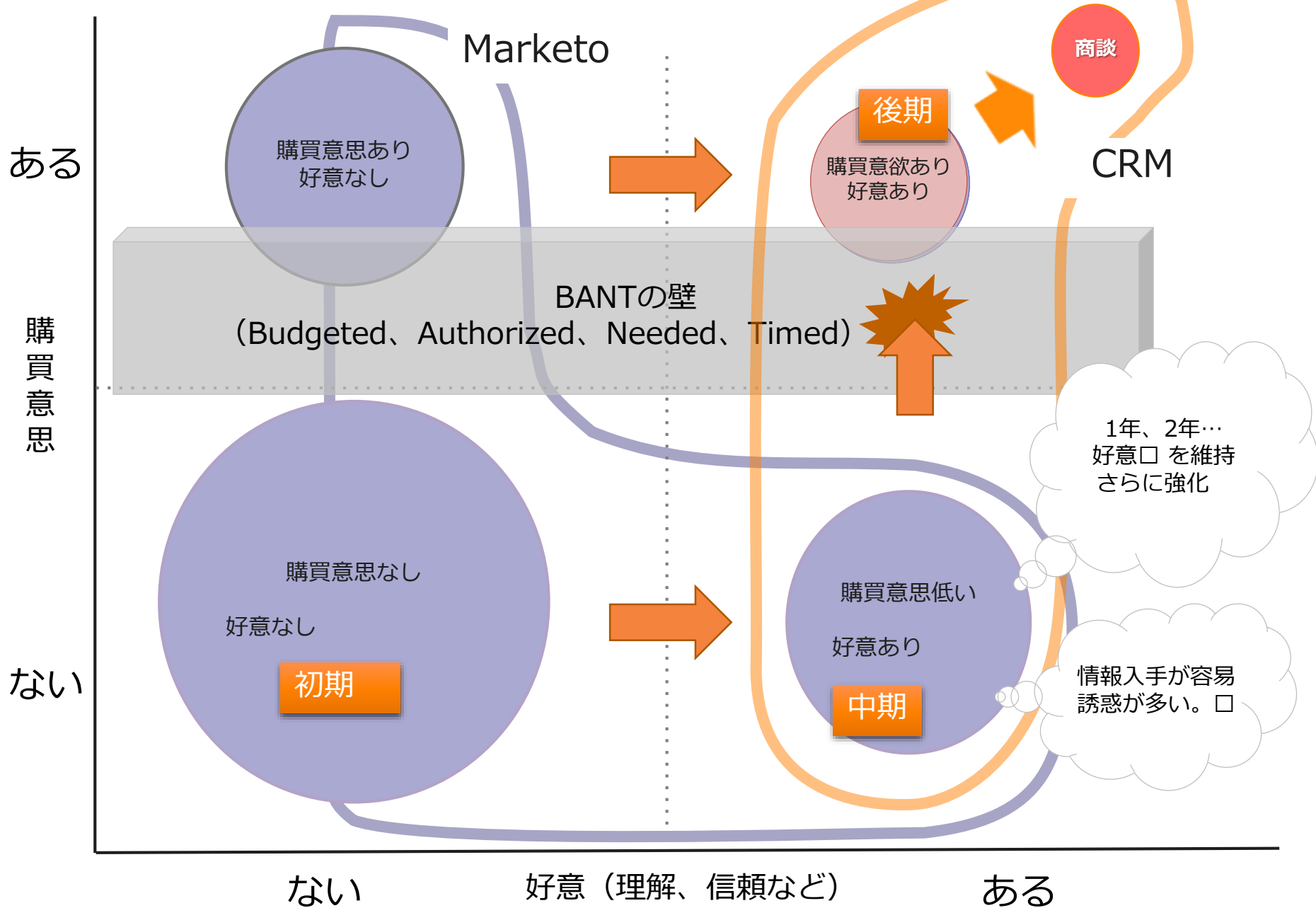


マーケティングオートメーション実装のコツ
もう少しシンプルで汎用的に

昔からあるファネルのモデル



TAM : Total Available Market 有効市場



カスタマージャーニー、ナーチャリング = 個客関係性の構築



実効的なナーチャリングカスタマージャーニーの実装
Marketo提案「カスタマーエンゲージメントエンジン」®

まず、今あるコンテンツを3つのグループに分けて
棚卸ししてみてください。

既存のWEBに“リソース・資料”を追加



株式会社マルケトWEB
 デザイン制作：
 マーキュリープロジェクトオフィス
<http://www.mercury-cafe.com/>

次のページを見たくなる
 安心感のあるデザイン、
 ライティングが重要。

資料



セミナー、イベント



問い合わせ



マーケティングオートメーションを導入してみたい
と思ったら信頼できる会社に



マーケティングオートメーションを導入してみたいと思ったら信頼できる会社に

- カスタマージャーニーを先に分析しないとマーケティングオートメーションは使えない。
- 社内の営業とマーケティングプロセスがきちりできていないとマーケティングオートメーションはできない。
- Webサイト全体を見なおさないとマーケティングオートメーションを入れても意味がない

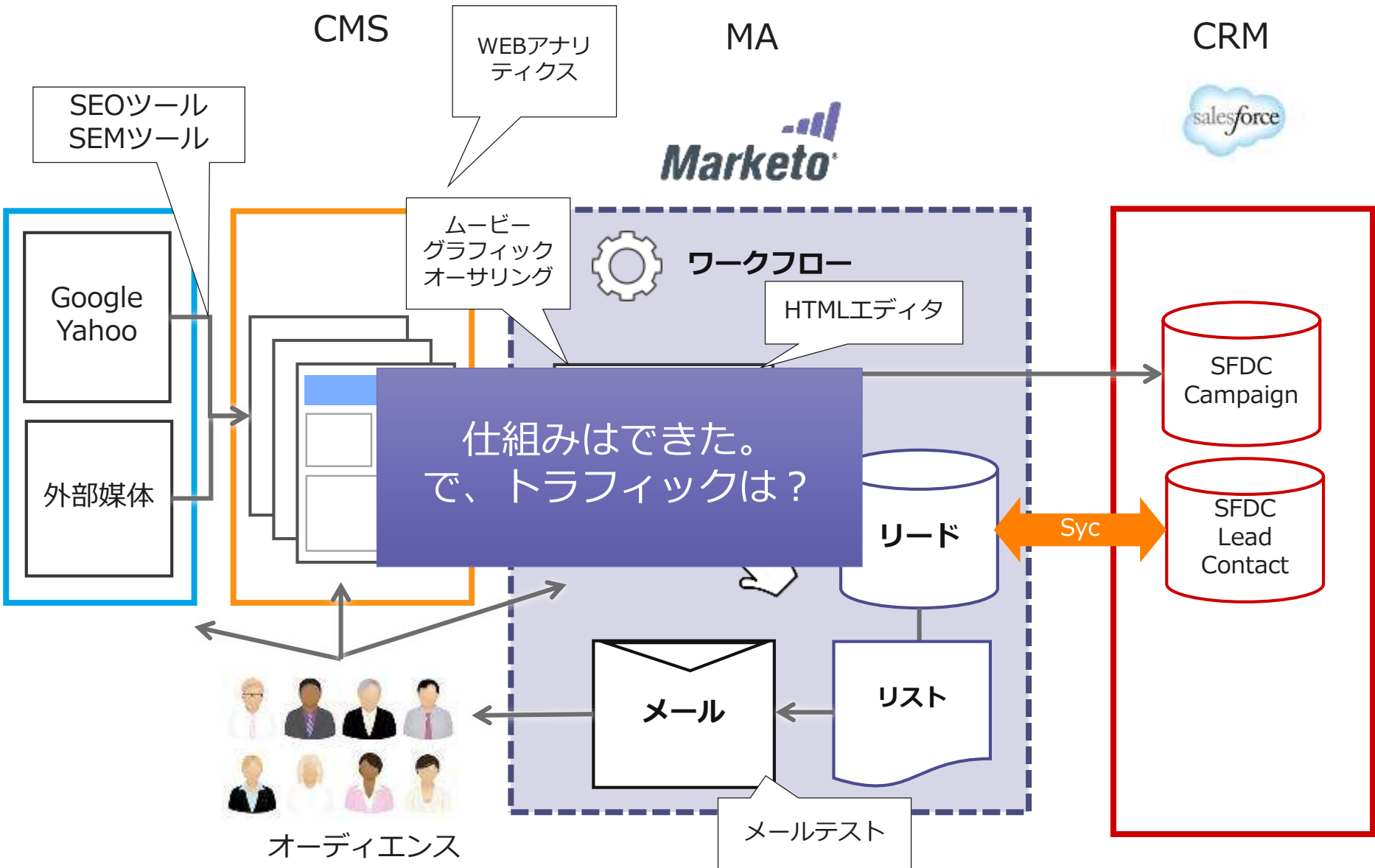
正論のよう
に聞こえる
が本当？

- 見えないものを分析はできない。
- 分析しても手が打てなければ変化は起きない。
- 見える化と自動化のスマールスタートが有効。



マーケティングオートメーション実装のコツ
WEBマスターの仕事が決め手

WEBマスターの仕事が決め手



WEBマスターの仕事が決め手

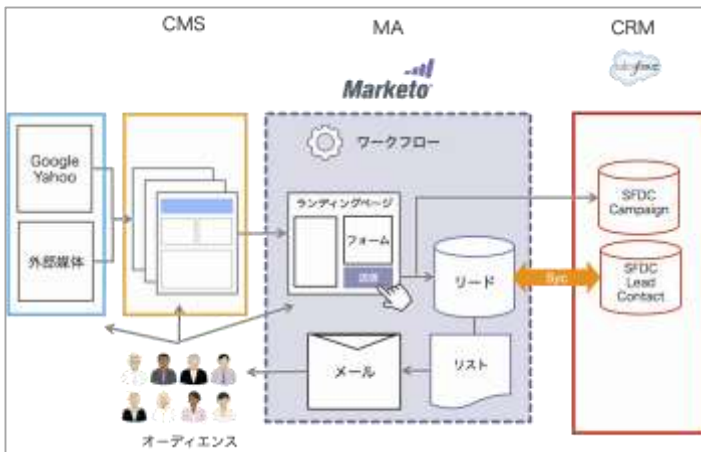
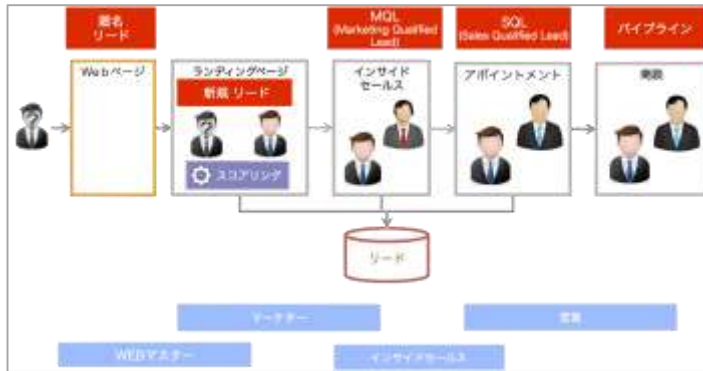
- マーケティングオートメーションを支えるツール
 - 私がユーザ時代にMarketoの外で使っていたもの
 - Web解析 : Google Analytics, Clicktale, iPhoneアプリ多数
 - HTML Editor : Coda2, Espresso (WebPreviewがあるエディタ)
 - メールテスト : Litmus.com
 - デモビデオキャプチャと編集 : Camtasia
 - SEO : 検索順位ツールGRC, Website Explorer, Screaming Frog
SEO Spider
 - デモビデオストーリーミング : Screencast.com
 - 画像制作 : Photoshop, AfterEffect (アニメーションGIF)
 - 写真素材 : 123RF

WEBマスターの仕事が決め手

- マーケティングとWebマスターはどうすればいい？ マーケティングオートメーションを運用するのは誰？



マーケティング
テクノロジストの時代



マーケティングオートメーションを導入してみたいと思ったら信頼できる会社に



で調べてみると

Dentsu eMarketing One

“地元応援”のための地域ビジネス活性化プロジェクトを立ち上げ

採用情報に、社員紹介を掲載

米Marketoとの日本での合弁事業を立ち上げ

News Release

- 2014-06-17 新年度開始にあたりの新体制
- 2014-04-11 3Q決算報告書発表
- 2014-03-25 マーケティング自動化の自動化を推進するで「マーケティングオートメーション」
- 2014-03-03 Marketoとの日本での合弁事業の発表
- 2014-02-03 東京証券取引所1部上場
- 2013-12-12 米国マーケティングオートメーションの大手企業、Marketoとの合弁事業を発表

sunbridge

SmartVisio

Salesforce

Opposetrace

Marketo

より力強く、さらに細やかに。
消費者との対話を生み出す
マーケティングオートメーション
Easy. Powerful. Complete.

Marketoは、ユーザーからの反応に反応して最適なタイミングで最適なメッセージを送ることで、マーケティングの効果を最大化するためのソリューションです。



ご静聴ありがとうございました。