

マーケットワン・ジャパン、デマンドセンターBPO サービス拡充 SHANON MARKETING PLATFORM を活用し、 見込み顧客のエンゲージメントの創出・促進・管理の機能を強化

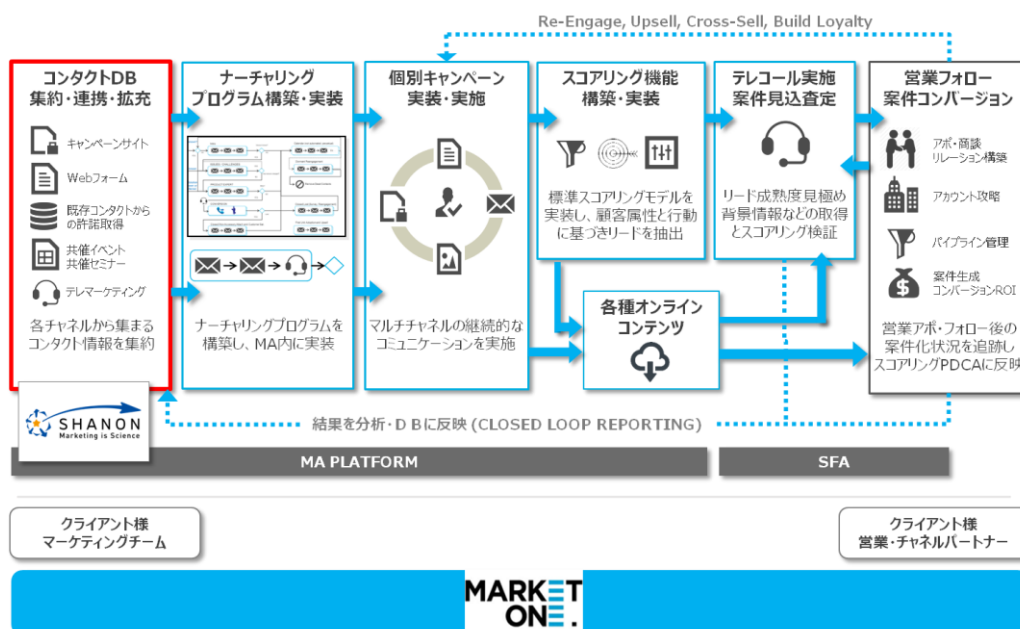
マーケティングオートメーション(*1、Marketing Automation、以下「MA」)導入・運用のコンサルティングを提供するマーケットワン・ジャパン(本社:東京都中央区、代表者:山田理英子、以下「マーケットワン」)は、2016年10月20日(木)より、企業のマーケティングを支援する株式会社シャノン(本社:東京都港区、代表者:中村健一郎、以下「シャノン」)の提供するマーケティングオートメーション「SHANON MARKETING PLATFORM」(*2、以下「SMP」)を活用し、マーケットワンが2016年9月より提供しているデマンドセンター(*3)BPO サービス(以下「本サービス」)を拡充します。

今回の拡充により、セミナーや展示会などオフラインでのマーケティング施策における見込み顧客の行動データの取得や管理が強化されます。このことにより、利用企業の見込み顧客に対するエンゲージメント(*4)の創出・促進・管理が的確なものになることが期待されます。

SMP は、セミナーや展示会、イベントなどにおける定員管理や来場管理、およびキャンペーンでの締め切り管理、個別アンケート作成など、オフラインでのマーケティング施策の作業効率化を実現する機能に強みを持ちます。

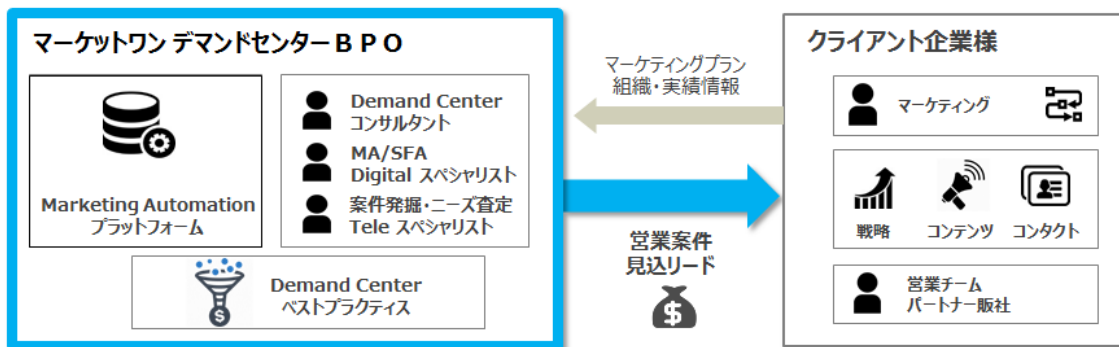
IT の発展と浸透により、BtoB マーケティングの領域でもオンラインでの重要性が増す一方、セミナーや展示会、イベントなどのオフライン施策も見込み顧客の基盤作りの手法として、日本では重視されています。

本サービスに SMP の機能が加わることで、オフラインのマーケティング施策に対する見込み顧客の行動データが管理しやすくなります。結果として、見込み顧客のオンライン・オフライン双方のエンゲージ状況が把握しやすくなるため、より統合的で効果的なデマンドセンターの構築が可能となります(下図赤枠)。



(「デマンドセンターBPO サービス」のサービスモデル)

MA 導入・運用はここ数年日本でも活発になってきている一方で、担当人材に高度なプロジェクト設計・管理力や幅広い知識が求められることから、プロセス構築までにかかる時間と費用が課題とされています。本サービスではツール・人・ナレッジがフルアウトソーシングできるため、利用企業側は自社に MA 導入・運用に必要な人材やノウハウが十分に保有・蓄積されていなくても、マーケティング・営業目標に対して最適なデマンドセンターを負担なく構築することが可能になります。加えて、マーケットワンの案件見込み発掘テレマーケティングのサービスが組み込まれており、営業部門に引き渡すリードの質を担保し、成約確度を高めます。また、運用状況に応じて切れ目なくグローバル展開も可能なサービスです。



(「デマンドセンターBPO サービス」のイメージ)

マーケットワンは、本サービスで、2017年3月までに10件の受注を目標としています。

以上

<< 両社代表からのコメント >>

【マーケットワン・ジャパン 代表 山田理英子】

販売対象が限られ、かつ購入までの意思決定に時間のかかる BtoB マーケティングの領域では、見込み顧客との関係構築と購買意欲醸成というエンゲージメントの創出・促進・管理は非常に重要です。オンライン施策との連携も構築できるシャノン社のツールを本サービスに組み込むことで、本サービスの利用企業のデマンドセンター基盤が、より柔軟性と拡張性に富んだものになることが期待されます。

【株式会社シャノン 代表取締役社長 中村健一郎】

日本の BtoB マーケティング施策において見込み顧客とのエンゲージメントの創出や促進に対面接触管理は欠かせません。この度の発表にて、オンライン/オフライン施策をバランス良く管理した BtoB マーケティングの活動展開が可能になり、MA 導入企業様のマーケティング活動や営業活動をさらなる成功に導く上で、大きな役割を担う連携になるものと確信しております。

<< MA の市場について >>

矢野経済研究所の調査によると、日本国内の 2014 年の MA サービスの市場規模は事業者売上高ベースで 168 億円、2020 年までに 420 億円に成長すると予測されています。

また、大手調査会社の英インフィニティリサーチ社の調査部門 Technonavi によると、全世界の MA ソフトウェアの市場規模は 2014 年～2019 年の 5 年間で年平均 9.29 %の成長と予測されています(「Global Marketing Automation Software 2015-2019」より)。

企業におけるマーケティング活動の費用対効果が強く意識されるようになったことを背景として、MA ツールの導入の機運が世界的に高まっています

*1: マーケティングオートメーションとは…マーケティングの各プロセスにおけるアクションを自動化するための仕組みやプラットフォームです。顧客や見込み顧客に対して、どのようなアクションを行ってきたかを記録し、「最適なコンテンツを、最適なタイミングで、最適な方法で届ける」ことを目的に利用されています。

*2: SHANON MARKETING PLATFORM とは…マーケティングオートメーションと統合データ管理・活用を実現するクラウドアプリケーションです。申込フォームや告知サイトの作成、セミナー/イベントでの申込・来場管理、キャンペーン運營業務やメール配信など、マーケティング業務全般の一元的な実施・管理を実現します。ITR「ITR Market View: マーケティング管理市場 2013～2016」売上金額ベースでの 2010 年度～2015 年度 (予測)シェアで 6 年連続シェア No.1 と評価されています。

*3: デマンドセンターとは…マーケティング活動の中でも、営業案件の創出を目的とした機能のことで、見込み客リストの収集・ニーズ喚起を経て、商機の発掘と営業による対面活動につなげるための、一連のプロセスを担う仕組みです。マーケティング領域のなかでも、実際の「成果」をだし営業につなぐための最終工程です。商談化までのリードタイムが長い BtoB 企業においては、マーケティング ROI の向上にとどまらず、対面営業活動の効率化にも寄与します。

*4:エンゲージメントとは…ブランドや製品・サービスと顧客との結びつきを表す言葉です。ブランドや製品・サービスの提供者は、さまざまなマーケティング施策を通じて見込み顧客との結びつきを強めることで、購入や利用の意識を徐々に醸成していきます。

【マーケットワンについて】 <https://www.marketone.com/japan/>

マーケティング先進国の米国で創業し、現在では世界に7つの拠点を持つマーケットワンは、BtoB企業向けに案件創出型マーケティング実現のためのコンサルティングと実行支援サービスを提供しています。マーケティングオートメーションとテレプロスペクティングのノウハウを活用し、新規顧客の開拓から育成、案件化までの営業パイプライン生成基盤を構築。マーケティングROIの最大化に向けた、効果的なアカウント・ベースド・マーケティングを支援します。日本においては2003年より事業展開、拠点は2006年に設立しています。

【シャノンについて】 <http://www.shanon.co.jp/>

シャノンは、クラウドテクノロジーをコアに、企業のマーケティング活動をサポートする製品・ソリューション・サービスを提供しています。イベント・セミナー運営やマーケティング業務の効率化・自動化や、見込み客管理の最適化などを実現するシャノンの製品・ソリューション・サービスは、国内における導入実績数960以上、キャンペーン実績数22万以上で、大規模イベント・展示会からマーケティング統合管理まで多様なシーンでご利用いただいています。

■本件に関するお問い合わせ先

マーケットワン・ジャパン PR担当:高橋(ブルームーン・マーケティング株式会社)

Tel.: 03-03-6754-6186 / Mobile: 070-4169-3997

e-mail: ktakahashi@bluemoonmarketing.jp

株式会社シャノン マーケティング企画室 長崎

TEL 03-6743-1565 FAX 03-6673-4302

E-mail: marketing@shanon.co.jp