

見つけようペルソナ

# BtoB営業の為の 顧客分析・顧客開拓

## 3つの手法

株式会社イントゥリード

# 主な取引先

株式会社イントゥリードの取引先をご紹介します



# あなたのお客様は誰ですか？

---

BtoBの場合、そもそもあなたの会社のソレ（製品）を「必要としない」会社が多数派であることが多い。

あなたの会社のソレ（製品）を買う人は  
あなたの会社のソレ（製品）を必要とする会社しか**買いません！**

当たり前のことのようにですが、では買う人は誰か？ 顧客解析に役立つ3つの手法をご紹介します。

# 顧客解析に役立つ3つの手法

---

顧客のペルソナを発見する  
3つの手法をご紹介します。

# 潜在顧客 / 既存顧客

<ペルソナを探す>

潜在・新規

## テレマーケティング

インターネット、一般的な企業情報では得れない範囲の相手先の情報を、直接聞き取ることで相手企業と自社製品の親和性を確認することができ、ターゲットかターゲットでないかを判別できます。

アポイント獲得、資料送付をついでに訴求できることがメリットです。

潜在・新規

## IPアドレス解析

<ターゲットビジネス広告>  
上場区分、年商、業種、従業員数、エリアを任意に設定して配信できるWeb広告です。条件別のABテストができます。

<ビジネスWeb解析>  
ホームページのログを解析します。IPアドレスから「企業名」を割り出し、どの企業が何に興味があるかをデータで解析できます。

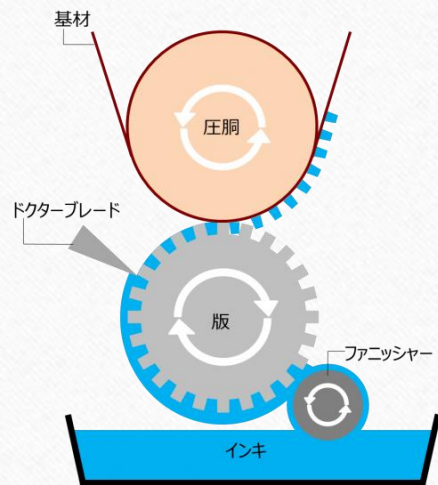
既存データ解析

## 既存データ解析

既存顧客のデータ解析を行い、どのような属性の会社が、購買意欲が高いのかをデータ解析します。

条件仮定が出れば、同類の企業リストを購入し、テレマーケティング、もしくはWeb広告で検証します。

※既存顧客のデータが、最小100社以上は必要です。



## 【手法1】

# テレマーケティングでの ペルソナ探し

ケーススタディ

ラミネート加工・グラビア印刷業

# テレマーケティングとは

---

電話を使ったマーケティング手法で、商品やサービスの提案を、顧客とダイレクトにコミュニケーションを取りながら、そのニーズや関心を探ることで、商談の機会を創出する営業活動です。

＜当社における、おおよその数値(目安・中央値)＞※商談内容、ターゲットリストにより変動します

担当者の判明率 20～35%

担当者との対話率 30～40%

商談機会獲得率 5～15%

# ラミネートパッケージ製造業向けの 「生産管理システム」を販売したい

---

## <当初の仮定>

レトルトを始め食品パッケージや、液状製品のパッケージなどで、需要の高まるラミネート包装技術、パッケージ製造業。

ラミネートパッケージ製造業界が元々ニッチ、業界全体がターゲットで  
ごくわかりやすいターゲットとっており、ペルソナの意識はなかった。



ホームページでは「企画・生産・加工まで一貫製造」と事業内容を書かれていても、実際には**違って**いた。そこが**盲点**に。

＜パッケージができるまで＞



原反



グラビア印刷



ラミネート



スリット



製袋

実際にはすべての工程を自社でやっている会社は少ないことがわかった。

# 業界分析

このあたりを含む工程を自社工場で行っている会社さんが高い興味度を持ってくれた。→**真のターゲット（ペルソナ）**

＜パッケージができるまで＞



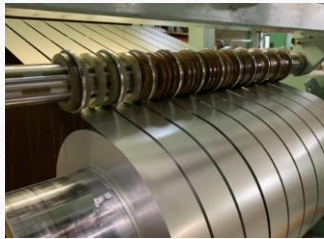
原反



グラビア印刷



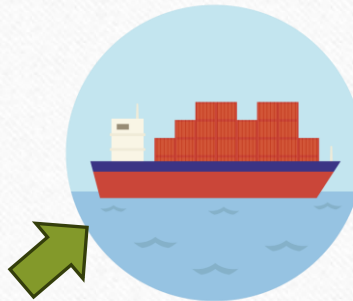
ラミネート



スリット



製袋



海外生産  
ファブレス

なんと、製造すら実際にはやっていない会社も多かった

某会社のシステムと  
マッチする会社は誰？

## テレマでわかったこと

ホームページ掲載の業務内容・営業品目は  
その会社の取り扱いを掲載しているが、  
**営業の実態とは限らない**

(たとえば) 企画を国内で行い、海外で生産、そして販売だけしている会社が  
「企画から製造まで一貫生産」とホームページは書かれている。→システムは売れない

(たとえば) 「企画から製造まで一貫生産」とホームページに書かれているが、実際には、協力会  
社に発注し、最後のスリット、製袋しかしていない→システムは売れない

# テレマで見えたペルソナ

## ターゲット

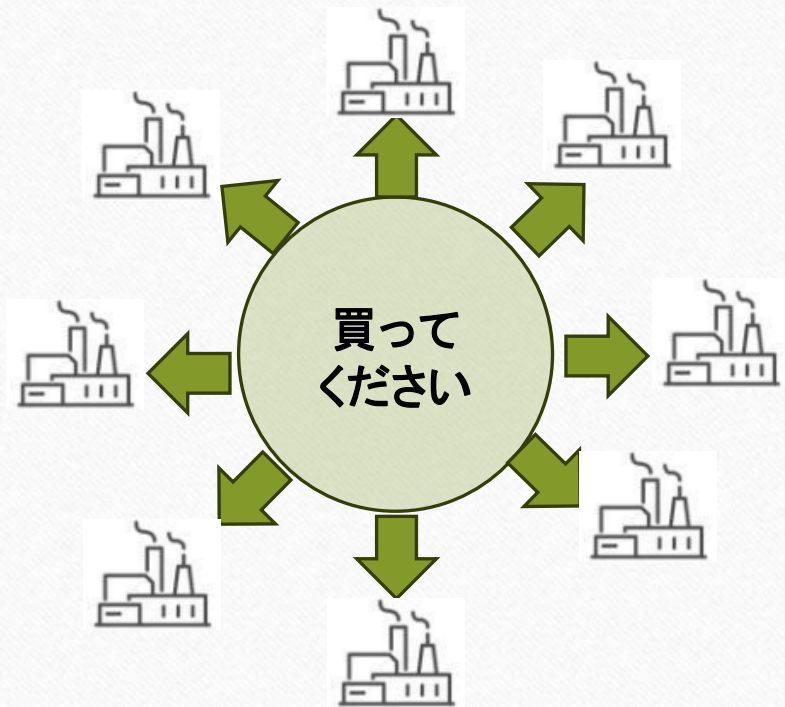
- ラミネート加工業全体がターゲットとっていた

## 真のターゲット(ペルソナ)

- 原反、グラビア印刷、ラミネート、スリット、製袋の業務の中で、グラビア印刷、ラミネート工場を国内に持つ会社がペルソナ

原反、グラビア印刷、ラミネート、スリット、製袋、業務内容を電話で調査することでペルソナを見付け出します。

# テレマは成果出せないと思ってた人



ターゲットの中からペルソナを見つける必要があります。

買う必要のない人が、買わないのは当たり前です。

こんなテレマではなかったですか？

# IPアドレス解析

---

ターゲットビジネス広告  
ビジネスWeb解析

# ターゲットビジネス広告

要件定義した配信先

業種 (大・中・細項目) 上場区分 資本金区分 従業員数区分 売上高区分 エリア区分

6つの企業属性から絞り込んで広告配信

広告効果アップ!  
無駄打ち無しでコストダウン

業種・上場区分・資本金・従業員数・売上を  
エリア指定で配信先を設定  
広告費は任意設定できます。  
※広告管理料が広告費の20%がかかります。

仮定した条件で、広告配信し、ABテスト等  
で、より興味の高い属性を調べます。



(例)  
建設業と  
製造業を比較  
検証

# ビジネスweb解析

Web訪問者を見える化する

基本解析 地域 組織 ページ ダッシュボード

組織の絞り込み  
すべての組織 はじめてきた組織

サマリー  
アクセス組織リスト

▼ かんたん絞り込み  
業種別  
売上高別  
資本金別  
従業員別  
上場区分別

■ まとめて比較  
キーワード  
直前ページ(リファラ)  
入口ページ  
人気ページ  
人気カテゴリ

すべての組織: アクセス組織リスト  
集計期間: 2013年03月01日 ~ 2013年03月12日  
地域: 全世界  
対象: サイト全体

業種: 指定なし  
件数: 50 200 500 1000 全て(件数によっては動作が遅くなります) 再解析 ▶

表示件数: 50 件

表示内容をダウンロード 結果すべてをダウンロード

番号	組織名	URL	PV	UU	PV/UU	直帰率	重
1	株式会社らくログ	http://www.rakulog.com	33	10	3.3	70.0	10
2	ログ解析ドットコム株式会社	http://www.rakulog.com	33	22	1.5	68.2	14
3	株式会社らくらくログ	http://www.rakulog.com	27	18	1.5	50.0	15
4	らくらくサイバー株式会社	http://www.rakulog.com	21	3	7.0	66.7	10
5	企業分析株式会社	http://www.rakulog.com	20	20	1.0	100.0	93
6	株式会社静岡らくログ	http://www.rakulog.com	20	13	1.5	69.2	47
7	らくらく市役所	http://www.rakulog.com	17	4	4.3	25.0	54
8	らくらくログ解析株式会社	http://www.rakulog.com	17	10	1.7	70.0	10
9	らくログテレビ株式会社	http://www.rakulog.com	16	3	5.3	33.3	15
10	らくログ制作所	http://www.rakulog.com	16	1	16.0	0.0	11
11	ログログ株式会社	http://www.rakulog.com	15	13	1.2	84.6	10
12	ふちご株式会社	http://www.rakulog.com	15	3	5.0	66.7	21
13	株式会社さくらえび	http://www.rakulog.com	13	1	13.0	0.0	92

閲覧法人名を解析できるWeb解析サービスです。

展示会出展、CM、広告、メルマガ、テレマ、セールスイベントを実施した際の効果測定や潜在顧客を見付け出します。

月間9500円～ 導入できます



# ターゲットビジネス広告 ビジネスWeb解析 / 成功のコツ

<営業活動の手を抜かないこと>

## ターゲットビジネス広告



**バナーリンク先のWeb専用  
ページを作る**

NG 既存ページにリンク

ランディングページはWeb広告の基本ツールですが、なぜか作らない企業が多いです。ゴールを誘う言葉やボタンがなく、効果がでないのは当たり前です。



**バナークリックされた企業に電話をする**

アクション企業にフォローするのは当たり前の営業活動です

## ビジネスWeb解析



**ナチュラル時以外に、イベント  
時の変化を解析する**

NG 導入してほったらかし

営業イベント時に、新規の訪問者がどのページに長く滞在したか等、ツールログをチェックします。必要であれば、メール、電話等フォローアップを行います。

# 顧客データ解析

---

クライアントをもっと知ろう  
ペルソナ探しの原点

# ターゲットとペルソナ

ターゲットを掘り下げて、ペルソナを見つけよう

(例) ※たとえば某医療サービスのターゲットとペルソナ

## ターゲット

- ・業種: 病院
- ・病床数: 100床以上

## ペルソナ

- ・業種: 病院
- ・病床数: 100床以上
- ・療養病床: あり
- ・病床数増減: 増えている

気づいてなかったお客様の傾向



## データ解析の流れ

データは最低でも100社以上は必要です。

※データの項目、精度により解析で「仮説」が導き出されないこともあります。

10万円～より実施できます

## データ解析の流れ

事前に守秘義務契約

① EXCELでデータを受領

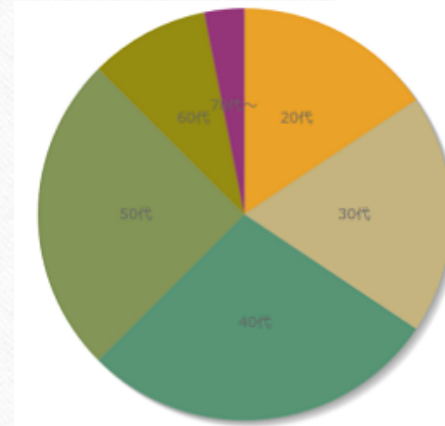
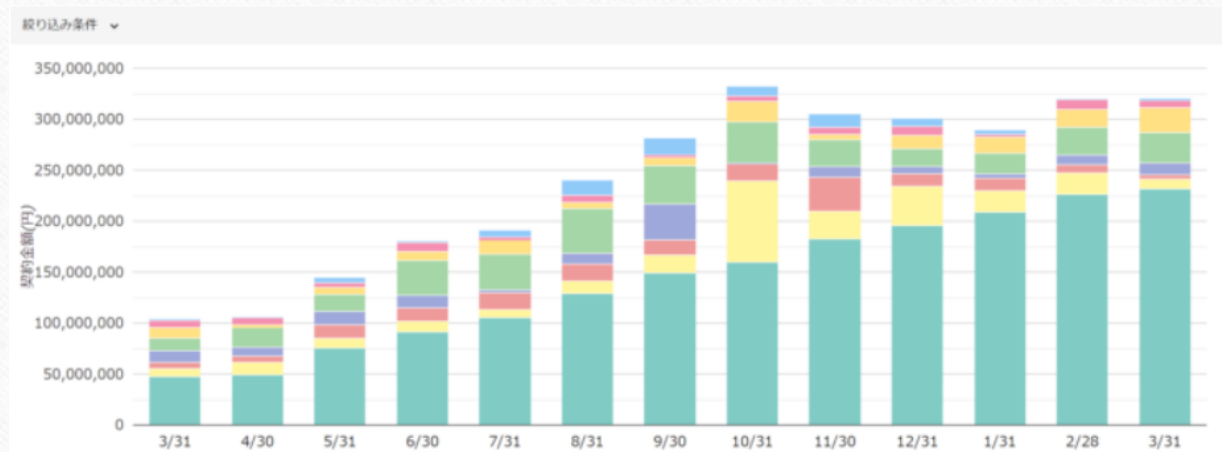
② データ解析

③ レポート納品

データ受領から納品まで  
2週間程度必要です。

# 解析レポートサンプル/イメージ

保有するデータの項目数、内容などでアウトプットは変化しますので、イメージ例です。



真の見込客は相手の感情(感度)で計らず  
客観的な「条件下」に当てはまるか、否かです。

<全体>



<A条件>



<B条件>



見込客(ペルソナ)を  
見つける

ご相談はこちら

<連絡先>

〒541-0052

大阪府大阪市中央区安土町1-7-13 トヤマビル5階

株式会社イントゥリード

電話： 06-4705-5533

メール：anryo@intolead.net

執筆：株式会社イントゥリード  
代表取締役 安陵知佳子