

【BtoBサービス専門】 休眠顧客の掘り起こしガイドブック



2024年2月
合同会社クロスコム

- 1 BtoBサービスの新規開拓における課題 . . . P3
- 2 休眠顧客を掘り起こす設計図の作り方 . . . P8
- 3 クロスコムについて . . . P23
- 4 ご支援について . . . P28

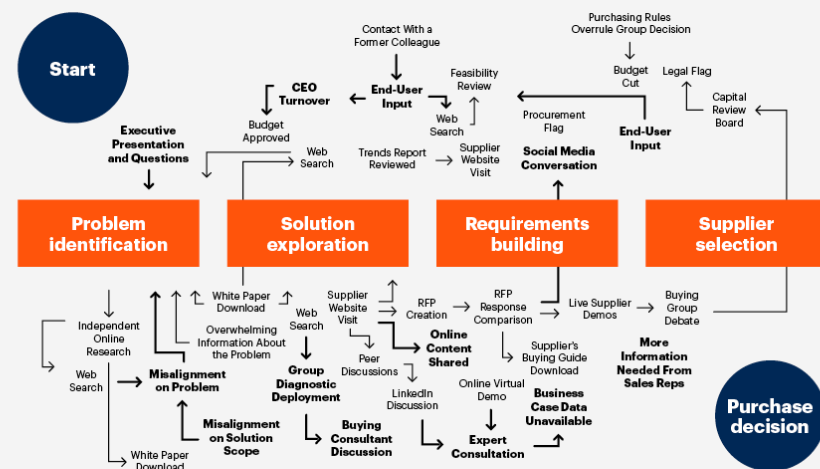
単純化されていた見込み顧客の購買プロセスが、**どんどん複雑化している**

従来の購買プロセス



実際の購買プロセス

B2B buying journey Illustrative



Source: Gartner
© 2019 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Gartner®

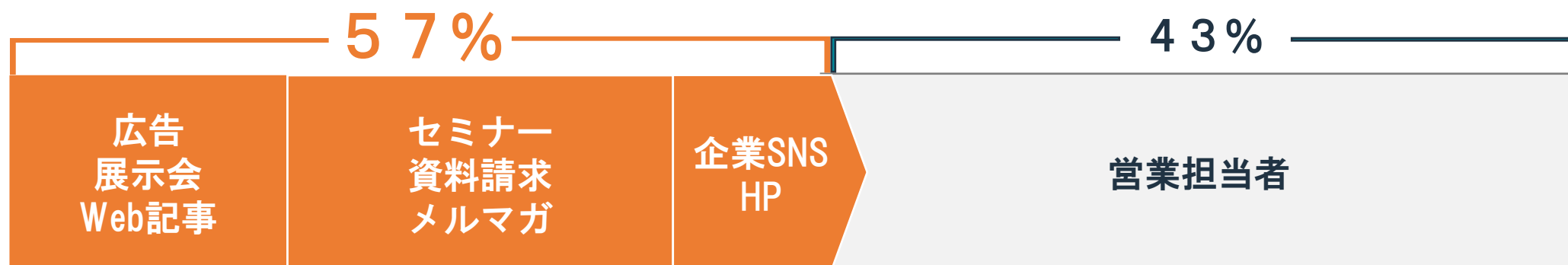
※2023年 ガードナー社調査「B2B Buying: How Top CSOs and CMOs Optimize the Journey」

顧客の購買プロセスの57%は、営業担当者と会う前に終わっている。

以前



現在

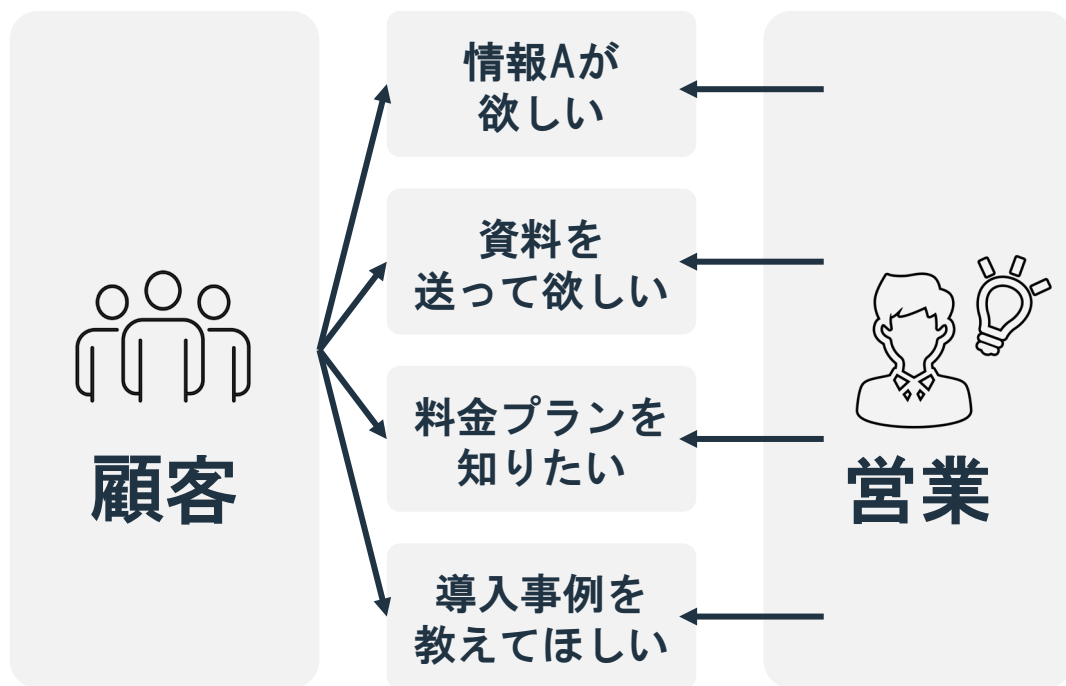


この57%の中に自社が入り込めないと、相談すら来なくなることも。

しかし、オンライン営業だと欲しい情報と欲しいタイミングが分からない

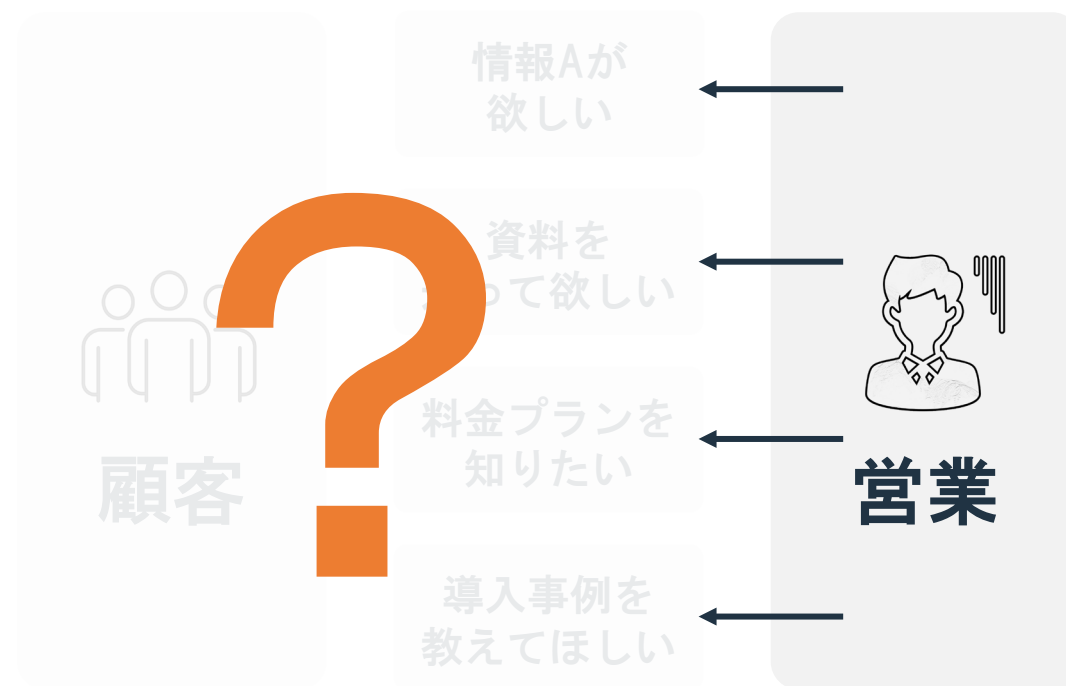
リアル営業

直接ニーズを聞いて提案ができる

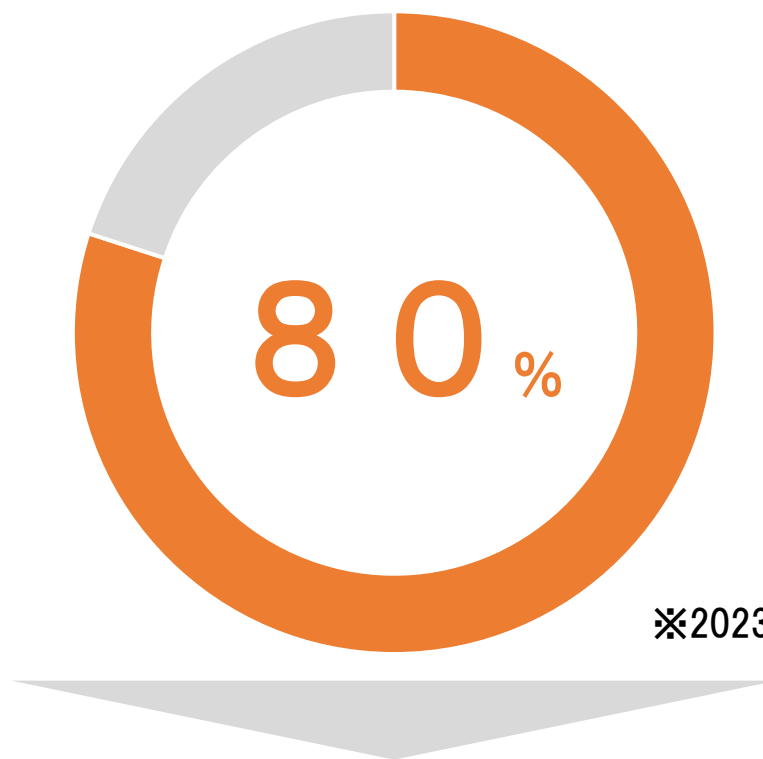


オンライン営業

顧客の声が聞けず、ニーズが分からない



営業フォローされなくなった見込み顧客の80%が競合サービスを購入

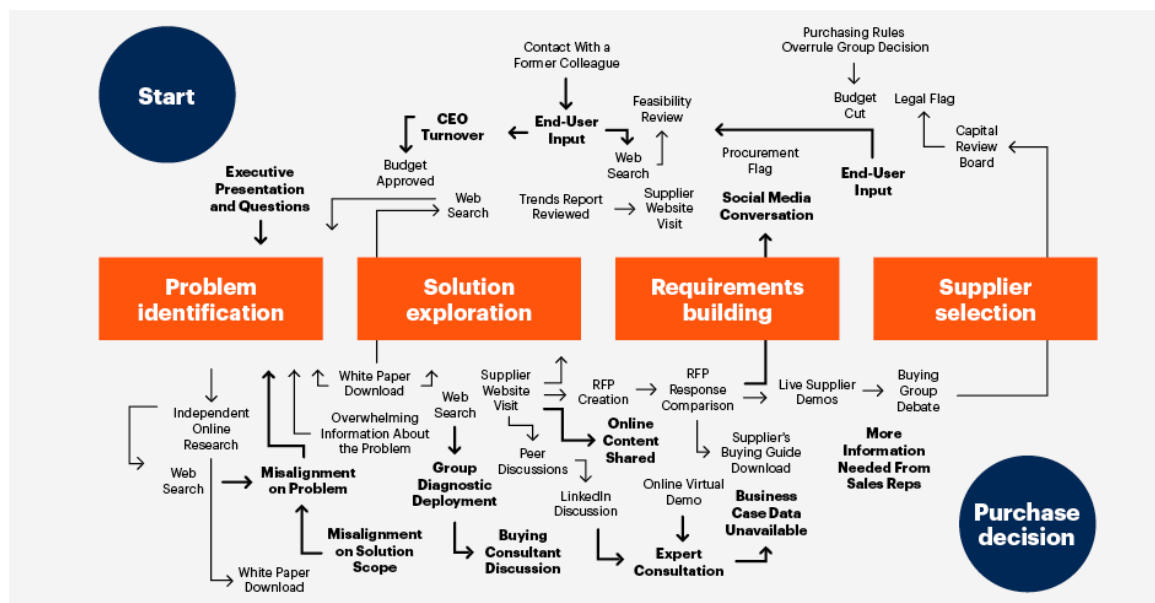


※2023年 米国の調査会社Sirius Decisionの調査データ

一度離れた見込み顧客も継続的にフォローしなければ
手持ちの見込み顧客がどんどん奪われていく...

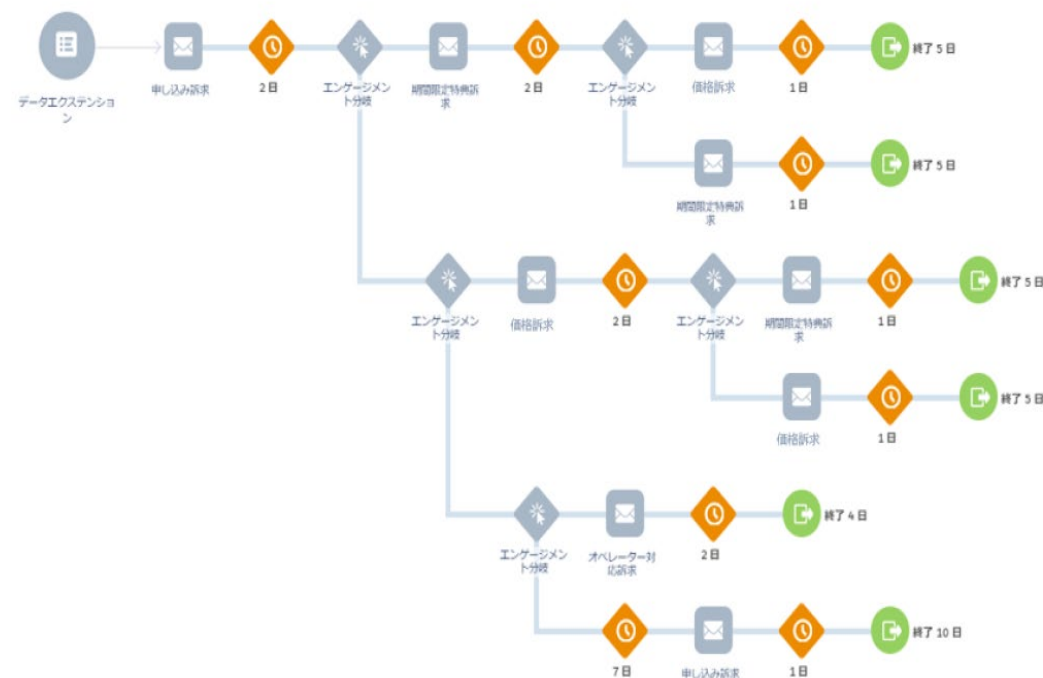
購買行動（ニーズ）に対してコンテンツを提供する設計図で解決しましょう

複雑な購買行動に対する



設計図をつくる

※イメージ図



1	BtoBサービスの新規開拓における課題	・ ・ ・ P3
2	休眠顧客を掘り起こす設計図の作り方	・ ・ ・ P8
3	クロスコムについて	・ ・ ・ P23
4	ご支援について	・ ・ ・ P28

7つの手順を踏んで、設計図を作成しましょう



STEP 1
広げる

1. 獲得した施策別で、見込み顧客の行動パターン（ニーズ）を書き出す
2. 書き出したニーズに対する欲しい情報（コンテンツ）をつくる



STEP 2
絞る

3. 自社でフォローできる範囲内で設計図を考える
4. 提供するコンテンツと提供するタイミングを決める
5. それぞれのタイミングとコンテンツを1本につなげる

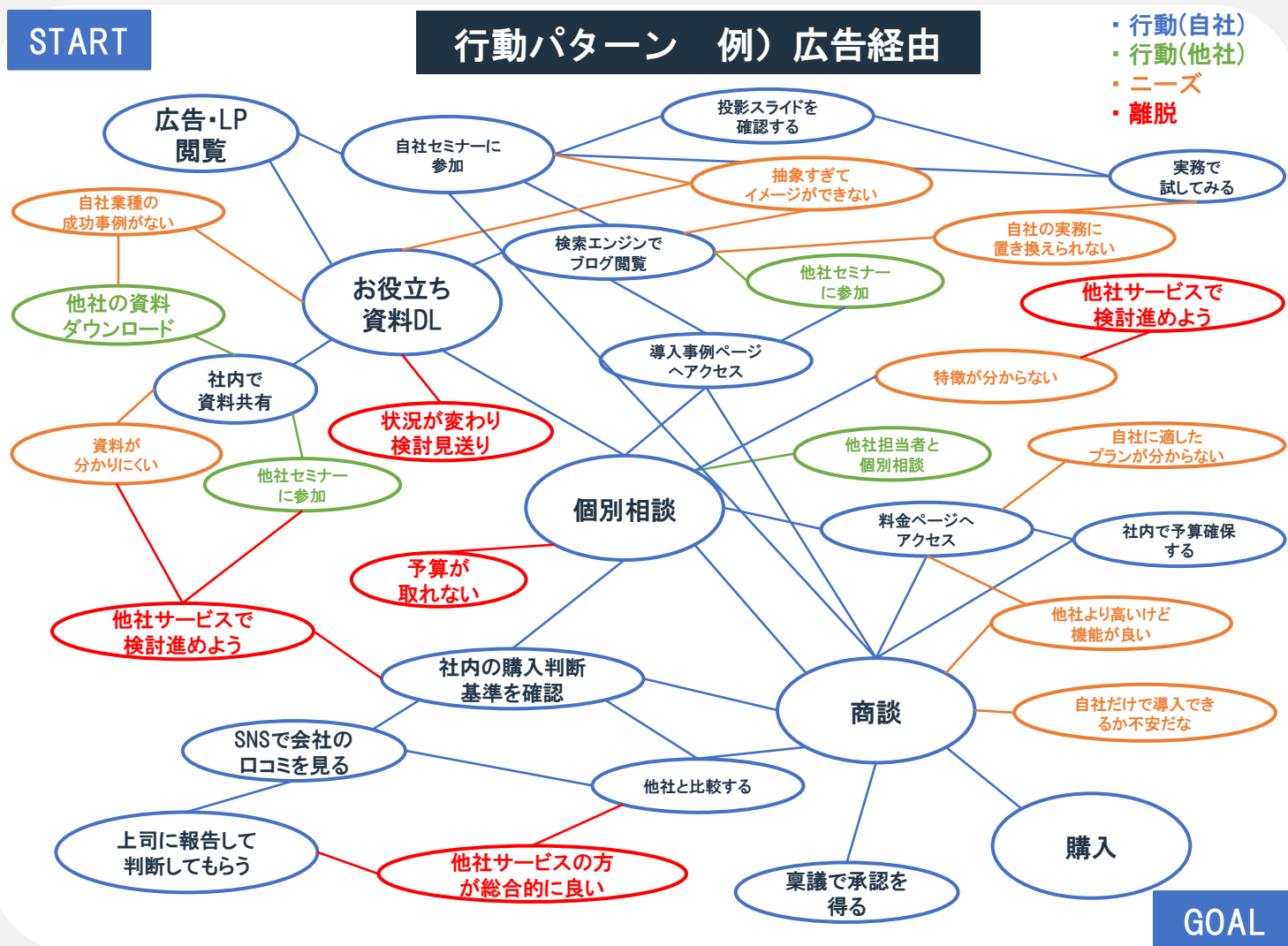


STEP 3
決める

6. 見込みの高い行動に点数をつける（スコアリング）
7. 営業へ通知すべき行動を決める

設計図の完成

1. 獲得した施策別で、見込み顧客の行動パターン（ニーズ）を書き出す



行動には必ず理由（ニーズ）がある

今の見込み顧客が、貴社と契約するまでに取っているであろう行動を、リストを獲得した経路別ですべて書き出す作業です。

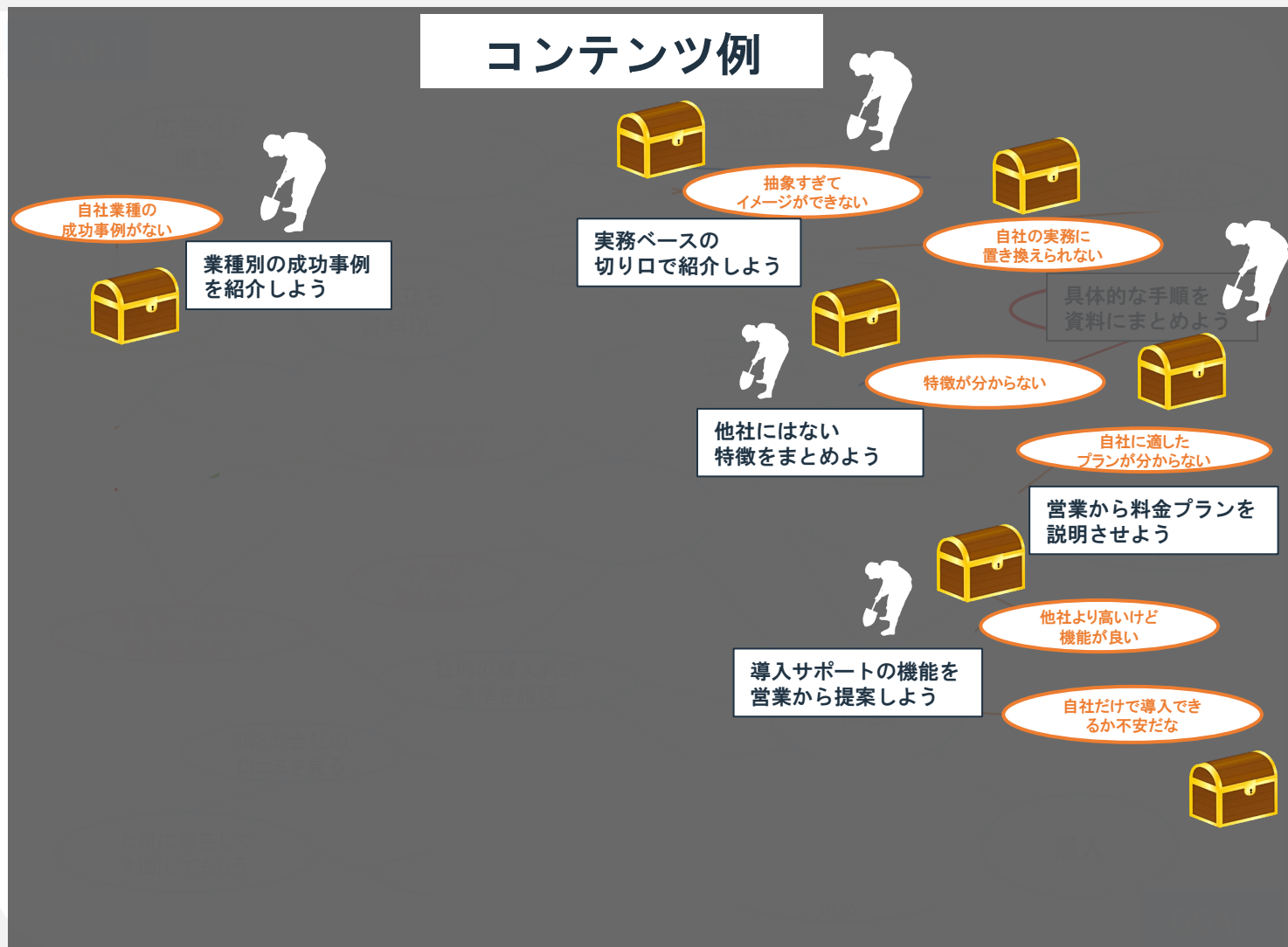
見込み顧客は貴社サービスを検討するまでに、他社のWeb記事やセミナーなどで、たくさんの情報を収集しています。もちろん、獲得した経路によって、ターゲットのニーズも異なってきます。

その考えられる行動パターンを、理由とあわせて書き出してみましょう。

POINT

行動に隠れたニーズをとにかく考えてみましょう。なぜ見込み顧客は、その行動をしたのか？なぜわざわざ他社のコンテンツを見に行くのか？この行動に隠れたニーズも、すべて書き出してみましょう。

2. 書き出したニーズに対する欲しい情報（コンテンツ）をつくる



ニーズを解消できるコンテンツが大事

書き出した行動パターンとニーズに対して、自社が提供できるコンテンツをつくる作業です。

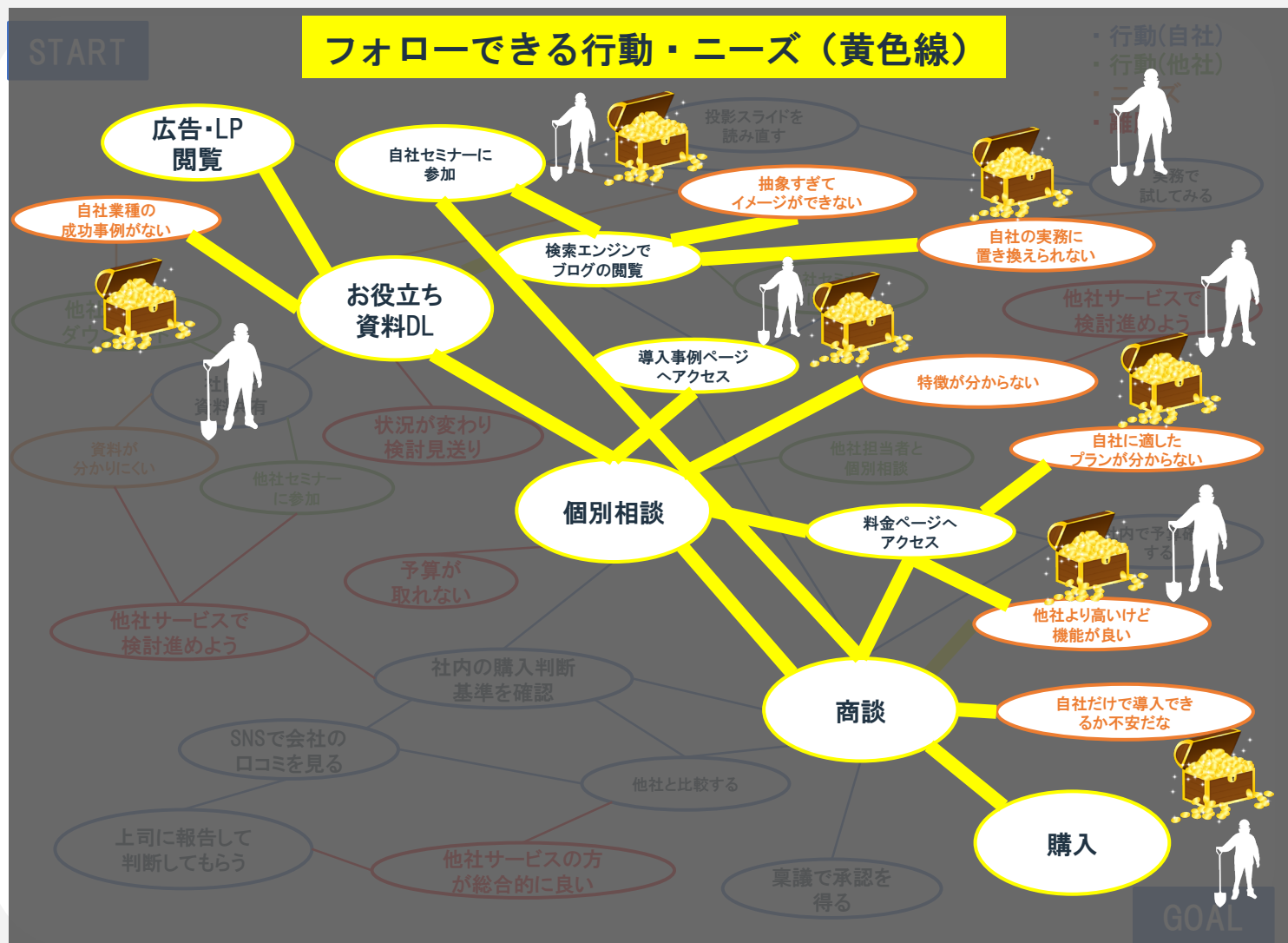
興味がない見込み顧客へいきなりサービスを売りつけるのではなく、課題を解決してあげるためのコンテンツとして、Web記事やお役立ち資料をつくりましょう。

ニーズを解消できるコンテンツの内容に仕上げるのが重要です。

POINT

見込み顧客の視点で考えて、たくさんつくりましょう。BtoBビジネスでは、顧客は『課題を解決する』ためにサービスを購入します。たくさん提供したコンテンツから反応がある内容を見極めることが大事です。

3. 自社でフォローできる範囲内で設計図を考える



フォローできる範囲を網羅する

見込み顧客に対してフォローできる行動パターンを絞り込む作業です。

自社のコンテンツだけで、すべての行動パターンをフォローすることはできません。BtoBビジネスでは特に、他社コンテンツも確認したり、社内メンバーと協議するなど「購入を失敗したくない」不安から、時間をかけて情報収集します。

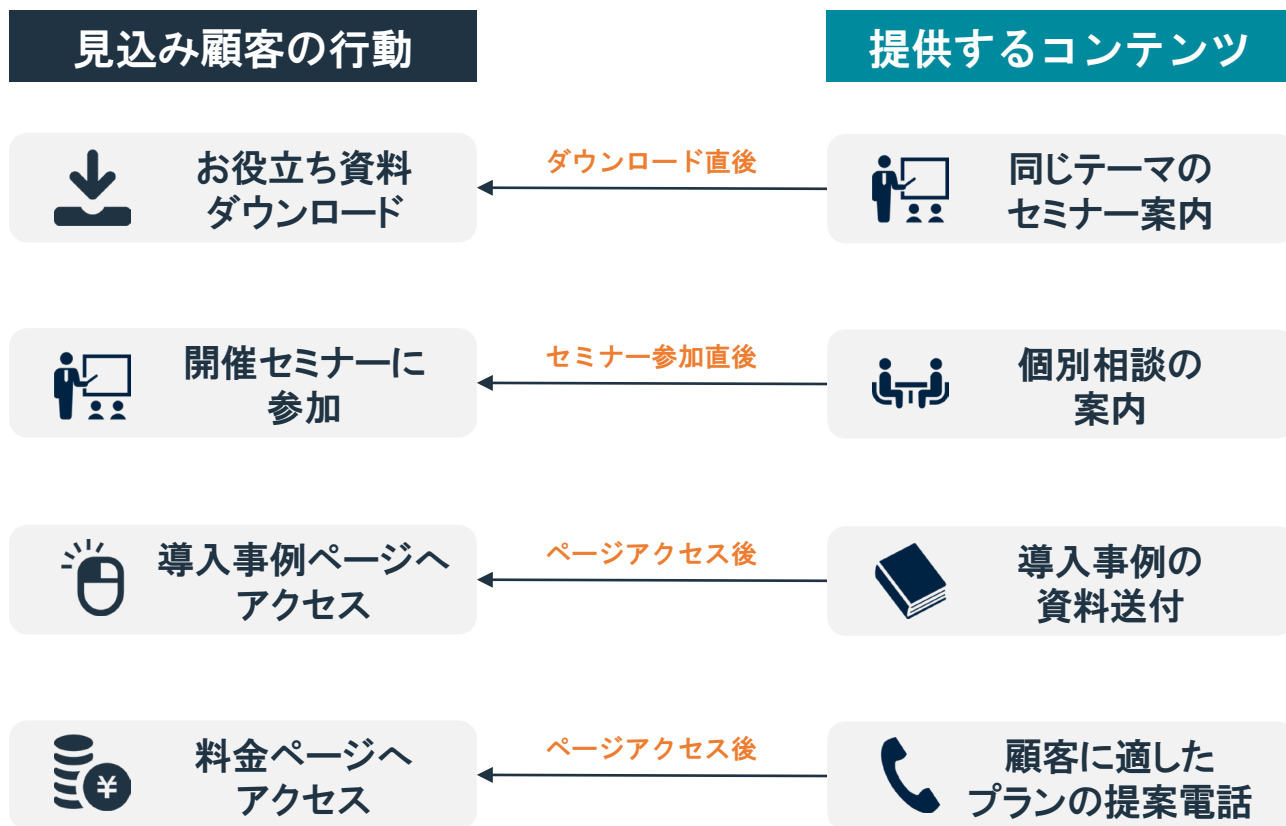
自社でフォローできる行動・ニーズを特定して、課題解決に役立てられるようにしましょう。

POINT

BtoBビジネスでは、すぐにサービスを購入する企業はほとんどありません。社内で時間をしたり、他社と比較してから決断することが大半です。自社サービスを忘れられないように、定期的にフォローすることを心がけましょう。

4. 提供するコンテンツと提供するタイミングを決める

例



行動直後のタイミングを見逃さないこと

フォローできる範囲内で、見込み顧客がどのタイミングでコンテンツが欲しいかを決める作業です。

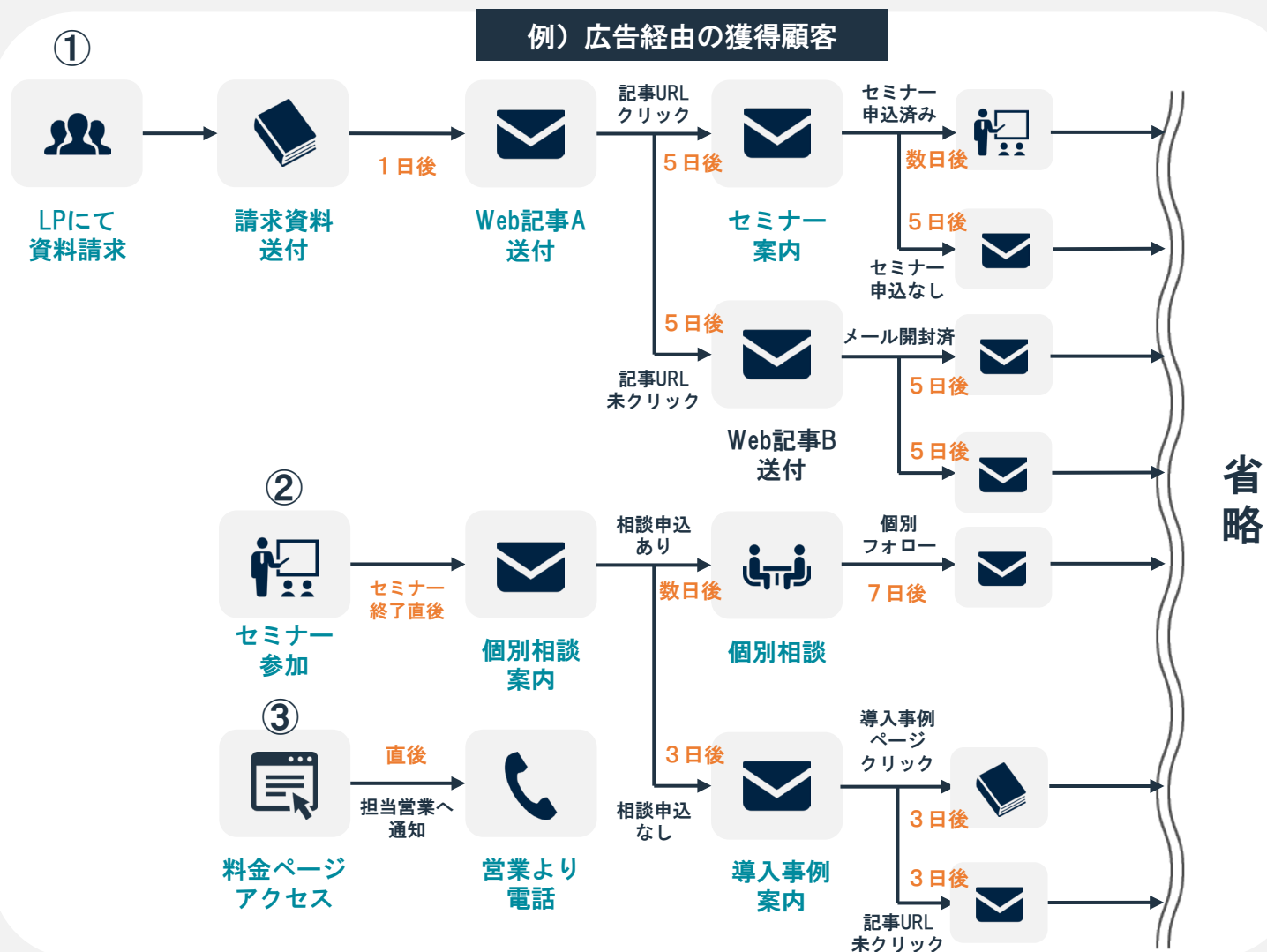
「セミナー参加直後は、情報Aが欲しいのではないか?」「料金ページのアクセス直後は、自社に合った料金プランが欲しいのではないか?」など、見込み顧客目線で考えてみましょう。

左図のように行動（ニーズ）が観測できたタイミングの直後に適切なコンテンツを送ることを心がけましょう。

POINT

行動が発生した直後を意識しましょう。なぜなら、行動直後が最も興味を持っている状態で、話を聞いてもらいやすいからです。コンテンツだけでは伝えきれない「よりニーズに合った情報」を提供する気持ちで、提案することが大事になります。

5. それぞれのタイミングとコンテンツを1本につなげる



継続的に接触する設計にしましょう

コンテンツとタイミングを決めたら、それらを1本につなげる作業です。

BtoBビジネスでは、情報収集と導入検討に掛ける時間が長いので、長期戦になります。つまり継続的に何らかのコンテンツを提供しなければ、顧客は貴社のことをいずれ忘れてしまいます。

定期的にコンテンツを配信しながら、見込み顧客の興味にあわせて配信できるよう、1本につなげましょう。

POINT

最初から複雑な設計にするとかえって悩みすぎてしまうので、まずは2～3つ程度の分岐点を設定して進めましょう。成果を見ながら分岐数を増やしたり、提供する順番を変えることで、徐々に改善することです。

6. 見込みの高い行動に点数をつける（スコアリング）

例) スコアリング 例



確度の高いほど点数を高くつける

コンテンツに対する見込み顧客の行動に、点数を付けていく作業です。

メール配信ツールのスコアリング機能を用いて、配信メールの開封や、セミナー・個別相談への申込、Webページへのアクセスなど、「購入確度の高い順番に高い点数をつける」ことで、リストの中で優先順位をつけて営業することができます。

購入見込みを数値で表すための作業なので、徐々に設定点数を変えていってもOKです。

POINT

一般的なスコアリング例です、ご参考にしてください。

例) メール内のURLクリック	1点
セミナー参加	3点
導入事例ページアクセス	5点
料金ページアクセス	7点
個別相談	10点

7. 営業へ通知すべき行動を決める



行動直後のタイミングが重要

スコアリングの対象である行動の中でも、営業へ通知すべき確度の高い行動を決める作業です。

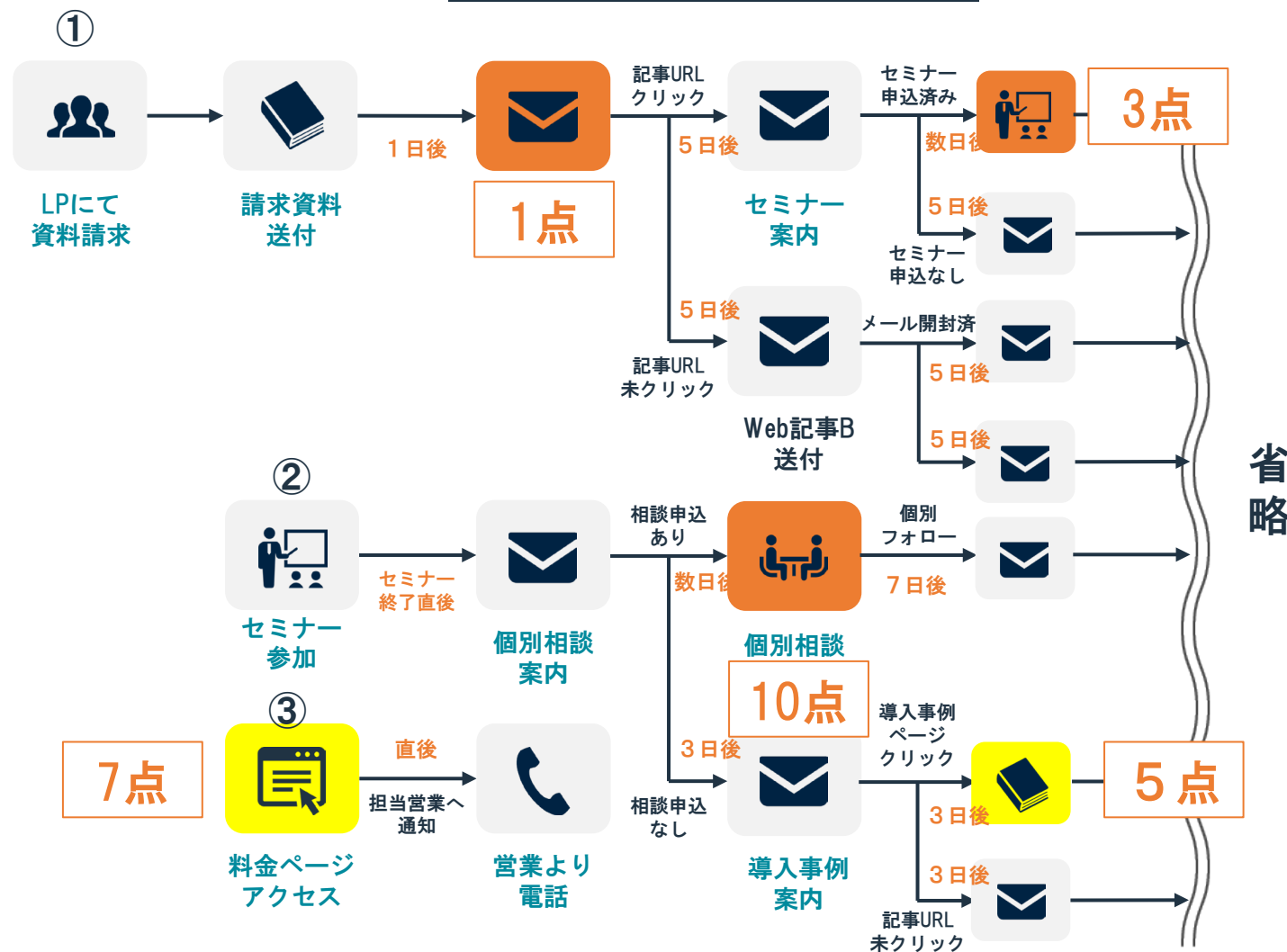
前項でいくつかの行動に点数を付けましたが、特に確度の高い行動（例、料金ページや導入事例ページのアクセス）を絞り込み、営業へ通知が飛ぶように設定しましょう。

コンテンツだけでは詳細が理解できない見込み顧客の悩みを、営業がフォローすることで解決することが大事です。

POINT

営業するときは、コンテンツ内容と同じ内容を離さないようにしましょう。同じ内容であれば営業がフォローする必要がありません。見込み顧客がコンテンツを見て不安に思っていること、理解できないことを説明してあげることが重要です。

設計図 完成例

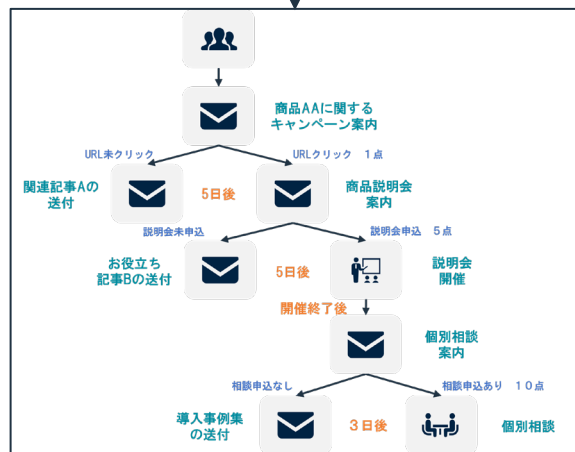


1～7の手順で、獲得経路別でそれぞれ設計図にまとめれば完了です！



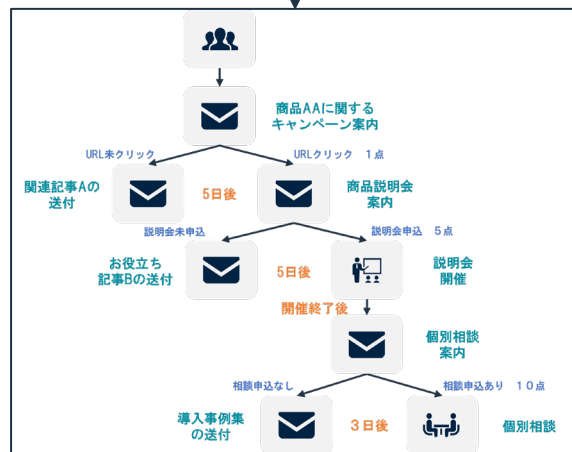
デジタル広告経由

設計図A



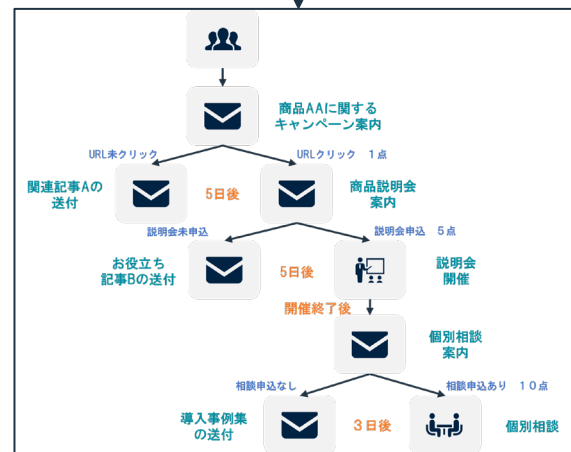
展示会(名刺交換)経由

設計図B



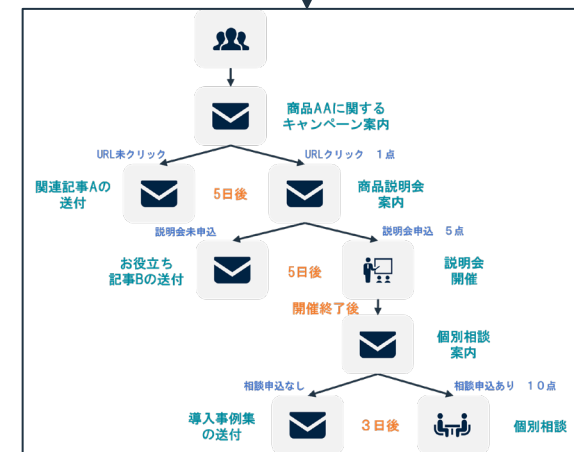
問い合わせページ経由

設計図C



資料請求ページ経由

設計図D



※設計図はイメージです

設計図を作成するにあたり、以下5つの要素を必ず押さえましょう

誰に



いつ



何を



決める



例) 広告経由の休眠顧客に向けてコンテンツの配信

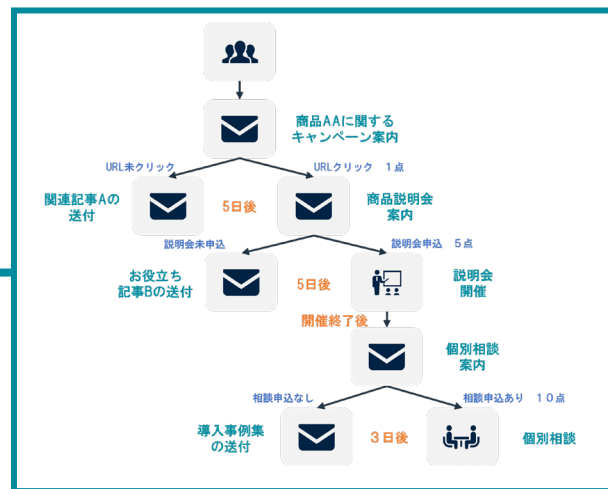


営業人員と広告費の削減をしながら、売上向上に成功

設計図なし

営業人員
10名

年間広告費
1億円



営業人員7名分
年間広告費8,000万円分

設計図あり

売上約**167%**アップ

営業人員
3名

年間広告費
2,000万円



売上向上から効率化まで設計図ひとつで



業務の効率化

- ✓ 定期配信メールの自動化
- ✓ 顧客情報を一元管理
- ✓ 行動データの自動蓄積



掘り起こし成果の最大化

- ✓ 個々のニーズに即対応
- ✓ 確度の高い行動へ狙い撃ち
- ✓ 質の高いコンテンツ配信

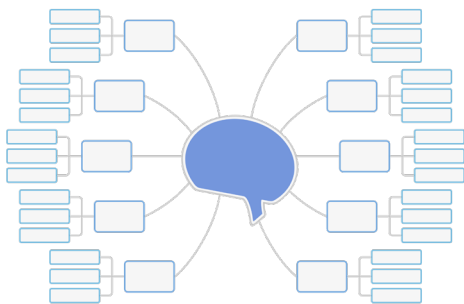


商談成約率の最大化

- ✓ ニーズが明確化した状態
- ✓ 商談までの顧客行動を共有
- ✓ 確度の高い顧客のみ送客

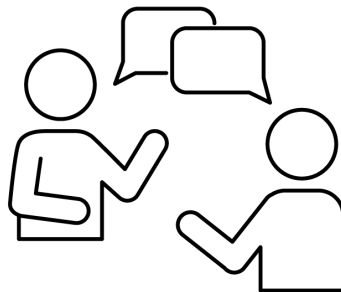
- 1 BtoBサービスの新規開拓における課題 . . . P3
- 2 休眠顧客を掘り起こす設計図の作り方 . . . P8
- 3 クロスコムについて . . . P23**
- 4 ご支援について . . . P28

休眠顧客を掘り起こすプロフェッショナル集団



何百本もの設計図をつくった設計力

私たちは、累計100社以上のプロモーション支援経験から、何百本もの設計図をつくってきました。この経験から、**見込み顧客の複雑な行動パターンを受注へつなげる導線**を設計することで、**売上拡大を実現します。**



営業支援型のマーケティング

私たちは、7年以上の法人営業経験から、営業視点のマーケティング支援を実施してきました。**見込み顧客の行動パターンから、商談受注に必要なコンテンツを提供し、確度の高い状態での送客を実現します。**



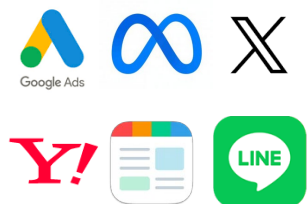
マーケティング活動の全自動化

私たちは、中小企業様を中心に少人数の営業担当と連携しながら、マーケティング活動を自動化してきました。**マーケティングオートメーションツールを活用して、営業活動コストの削減と同時に売上拡大を実現します。**

累計100社以上のマーケティング支援経験から、貴社ビジネスに**最適な設計図**がご提案できます

運用支援してきた全施策

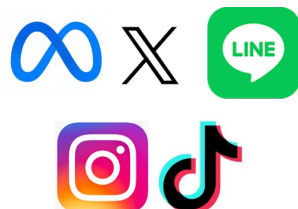
獲得



広告運用
LP制作



SEO・MEO対策



SNS運用



Webサイト・
メディア制作



YouTube運営
撮影・編集



プレスリリース

育成



メール配信
MA運用



お役立ち資料
作成



公式LINE
Lステップ構築



セミナー
イベント企画

契約・管理



顧客関係管理
データ分析

営業担当 4 名 / マーケティング担当 1 名で、**1** 年目から年商**数億円**を達成

概要

農業の新規事業を立ち上げたベンチャー企業の、マーケティング活動の戦略から施策運用までフルサポート。

課題

顧客データからニーズや検討状況を仮説立てし、担当営業の商談スク립トに活用。

支援業務

- ・ 企画立案、LP制作（5種）
- ・ 営業チームの立ち上げ、育成
- ・ マーケティングオートメーションの構築、運用、データ分析
- ・ 設計図の企画、制作、運用
- ・ お役立ち資料とメールコンテンツの制作

成果

集客・成約までを効率化し、広告費を1/5、営業人員1/3で売上167%UPに成功。

売上
167 %UP



従業員約20名の 農業系のベンチャー企業様

経営者や新規事業担当者向けに、
農業に特化した新規事業開発を支
援する企業様

マーケティングオートメーションの運用で 1 か月目から面談数200%以上up。

概要

マーケティングオートメーションを活用して、月10件以上継続的に商談数を獲得したい。

課題

- ・登録支援機関・監理団体との面談数が継続的に獲得できない。
- ・保有リスト6,000件に何度かメールをしても、反応が返ってない。

支援業務

- ・ターゲット分析、提供価値の再定義
- ・メールとお役立ち資料の企画立案、コンテンツ添削
- ・設計図の企画、制作、運用
- ・マーケティングオートメーションの構築、データ分析

成果

設計図の作成とメール文章の再構築で、面談申込率が200%以上UPに成功。

面談数
200 %UP



日本企業向けの 外国人材の紹介事業

日本の登録支援機関・監理団体向けに、外国人材の紹介事業を展開する企業様。

1	BtoBサービスの新規開拓における課題	・ ・ ・ P3
2	休眠顧客を掘り起こす設計図の作り方	・ ・ ・ P8
3	クロスコムについて	・ ・ ・ P23
4	ご支援について	・ ・ ・ P28

マーケティング・営業の課題を、私たちが戦略からご支援します。

今すぐ使える設計図を
面談後に無料ゲット！

先着10社限定

1～1.5か月

無料相談

支援プラン提案

合意・契約締結

キックオフ

戦略立案

施策実行



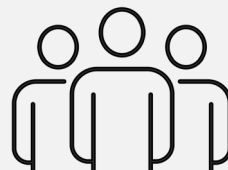
- ✓ 設計図のご説明
- ✓ 課題ヒアリング



- ✓ 課題に対する改善提案
- ✓ 貴社専用プランの提案



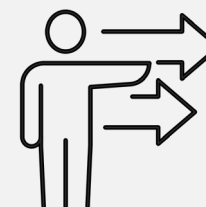
- ✓ 支援内容の最終合意
- ✓ 契約書の締結



- ✓ PJゴール設定
- ✓ スケジュール設計
- ✓ 保有するコンテンツ・
見込み顧客リストの確認



- ✓ 市場・顧客分析
- ✓ 提供価値の分析
- ✓ KPI目標の設定
- ✓ 設計図の作成



- ✓ マーケティングオート
メーションの設定、運用
- ✓ コンテンツ制作
- ✓ データ分析

Microsoft Teamsでコミュニケーション
(ご指定ツールあればお申し付けください)

先着

10

社限定

無料相談にお申込みいただいた企業様には
相談終了後に設計図をプレゼント！！

企業さま1社1社が抱える課題に対して、より深くきめ細やかな対応を徹底するために、**本サービスは先着10社限定**のお受付とさせていただきます。

しかし、弊社サービスに一度でもご興味を持っていただいた企業様へ何らかの形でお応えしたいと考え、**無料相談にお申込みいただいた企業様には実務ですぐに活用できる設計図をプレゼントすることといたしました。**

少しでも気になった方はぜひ無料相談でもお気軽にお申込みくださいませ。
貴社ビジネスの一助になれば幸いです。

休眠顧客の掘り起こし 自動で売上

をつくりませんか？

設計図の構築で、顧客の複雑な購買行動に
最適なアプローチを実現します。





「もっと詳しく説明してほしい」「とりあえず悩みを聞いてほしい」
こんな方は、ぜひお気軽にご連絡ください。



無料相談はこちらから →



お問い合わせはこちらから →