

MA・CRM連携支援サービス バディコネクト



株式会社レコモット

情報/通信

リード獲得数、メール開封率向上。
見込み顧客への能動的な
アプローチを展開可能に。

- ▶ メールマガジンの配信に要していた
時間が3分の1に
- ▶ 見込みが高いリードを特定し、
他チームへ自動通知
- ▶ 安心できるサポート体制で
MAツールを運用

活用したサービス

マーケティングオートメーションツール
SATORI

SATORI × Zoho CRM 連携支援サービス
バディコネクト



Buddy Connect



株式会社レコモット

誰もが制約を受けることなく「Your Style (あなたらしさ)」を実現できる社会を目指すITサービスプロバイダー。テレワークやBYODをスマートに実現するクラウド型リモートアクセスサービス「moconavi」を、「今いる場所がオフィスになる」のキャッチフレーズで展開し、セキュリティ要件の厳しい大手企業や官公庁の生産性向上に貢献すると同時に、時間と場所にとらわれない働き方の実現を支援している。

設立：2005年11月

URL: <https://recomot.co.jp/>
<https://moconavi.jp/>

見込み顧客への能動的なアプローチを展開

“テクノロジーによって、あらゆるコミュニケーションのハブとなる”をミッションに掲げるレコモットでは、既存のメール配信ツールと顧客管理ツール(CRM)の連携がスムーズにいかず、配信リストの登録・確認作業にて不具合が多発し、手作業での情報修正を強いられるなどの課題を抱えていた。そこで同社は、安定してメール配信を行えるMAツールの「SATORI」を新たに採用。これまでも顧客管理に活用してきた「Zoho CRM」とSATORIの連携にバディコネクトを用いたところ、リアルタイム同期による迅速なメール配信が可能になった。ホワイトペーパーダウンロード数の増加、メール開封率の向上といった成果も得られ、見込み顧客への能動的なアプローチにつながられている。

理想のメールマーケティングを阻む3つの課題

ツール間でリストが正しく連携されない

既存のメール配信ツールでは、Zoho CRMから抽出したリストをインポートしても、一定の基準に満たないリードの情報が連携されなかった。仕組みや基準は非公開のため、連携できなかったリードを特定できず、両ツールのリストを突合して入念に確認する作業が発生するなど、無駄な工数が発生していた。

インサイドセールスへの自動的なトスアップができない

Webサイトでの登録情報や来訪ログ等をもとに顧客のスコアリングを行い、特定の条件を満たした場合は、インサイドセールスチームへ自動で顧客情報をトスアップしたいというニーズがあるものの、既存のメール配信ツールはそのための設定が煩雑で、汎用性・拡張性に欠けているため、活用しにくい状況だった。

海外製品ならではの障壁

既存のメール配信ツールは海外製で、メーカーのサポート範囲は運用面を対象としない限定的なものだった。機能に関する問い合わせは、パートナー企業を介してメーカー本社に行われるため、回答を得るまで時間がかかる。また、製品仕様のため結果的に解決に至らない問題もあった。

MAツール SATORI × データ連携サービス バディコネクト のユーザーベネフィット



メール送信の所要時間が最大3時間から1時間へ

MAとCRMでリード情報が一致するようになり、メール配信リストの突合を行う必要がなくなった。これまで配信に要する時間は、ダブルチェックの待ち時間も加味すると最大3時間だったが、1時間程度まで短縮された。



見込みの高いリードを特定し、インサイドセールスチームへ自動通知

SATORIで見込みが高いリードを特定し、自動でインサイドセールスチームへ通知する運用が可能となった。通知したリードの品質を検証し、新たな施策の取り組みに生かすというサイクルを社内で回せるようになった。



状況変化に追従したデジタルツールの利活用

バディコネクトによる連携内容の変更が必要な際は、バディマーケティングが変更作業を実施。SATORIやZoho CRMの運用面に関する相談にも対応しているため、新たなマーケティング戦略をスムーズに展開できるようになった。

SATORI × バディコネクト の選定理由

REASON
01.

国産MAツールの安心感

SATORIは国産MAツールとして、使いやすさとユーザーサポートの質で市場から高い評価を受けている。海外製品で経験した導入後の問題を踏まえ、SATORIのきめ細かなサポートと直感的な操作性に大きな期待を寄せて選定を決定した。

REASON
02.

運用サポート体制と製品への理解度

バディマーケティングは単にツール間の連携実装だけではなく、Zoho CRMの仕組みを熟知していたため、SATORIとの連携で実現したい業務フローを素早く把握できた。導入後の運用フェーズでも信頼できるパートナー企業だと判断した。

REASON
03.

リアルタイムで安定したデータ連携

Zoho CRMとMAツールの連携は、手作業を必要としない効率的なデータ同期が条件だった。SATORIはAPIでデータを受け取れる上、バディコネクトを利用することでZoho CRMとの連携を容易に行えるため選定に至った。

リード発生から受注までの間、適切な距離感を保ったまま継続的にアプローチし続けることは非常に難しいものです。今回のツール見直しは、そのためにも必要な取り組みでした



SATORIの多彩な機能、 バディマーケティングの豊富な知見が魅力

当社のクラウド型リモートアクセスサービス「moconavi」は、セキュリティ要件が厳しい大手企業や官公庁で多く導入されていることもあり、リードが生まれてから受注に至るまでに1年以上かかるケースも珍しくありません。その間、適切な距離感で継続的にアプローチし続けることは非常に難しいものです。この度のMAツール導入は、そのためにも必要な取り組みでした。

これまで使っていたメール配信ツールでは、顧客管理に使用しているZoho CRMで抽出した配信リストのインポート時に不具合が頻発していました。具体的には、配信準備が完了した後にリストが消えてしまい、しかも原因の特定ができなかったのです。そこで、Zoho CRMと連携可能であり、安定したメールマーケティングを効率的に行えるMAツールの導入検討を開始しました。ツール選定では5製品を比較しましたが、Zoho CRMとの連携は手作業でCSVファイルを流し込む必要があるものが多く、API連携が可能な海外製品とSATORIの2つに絞り込みました。既存のメール配信ツールが海外メーカーのものでサポート体制が当社とは合わないと感じていたため、導入後のサポート体制は選定における重要なポイントでした。

最終検討段階でSATORI社に外部サービスとの連携方法を問い合わせたところ、SATORIとZoho CRMの連携支援が可能なパートナー企業としてバディマーケティングを紹介されました。バディコネクトを使えば連携のハードルを大きく下げられること、また、SATORI製品だけでなくZoho製品に対する理解があることが分かり、導入後も万全なサポートを受けられそうだと安心しました。豊富な機能群があったことも、最終的にSATORIを選んだ理由です。当社では新しいMAツールを導入することで、これまでにない機能を活用したデジタルマーケティングを行いたいと考えていました。そのため、SATORIの、まだリスト化されていない匿名客へのアプローチが可能な機能、資料のダウンロードへ誘導できるポップアップ機能、LP上の動きなどをもとにインサイドセールスへのトスアップを自動で行えるスコアリング機能が施策の実行に有用だと考えました。

メールの開封率が13%から20%まで改善 トライアルへの申し込み、セミナー参加者も増加

導入は期待通り、滞りなく進みました。SATORIのポップアップ機能を使うようになってから、リンク先のホワイトペーパーのダウン

ロード数が顕著に増えました。メールマーケティングについては、メールの開封率が13%前後から20%程度まで改善しました。中には、30%を超える開封率のメールマガジンも存在します。あくまでも仮説ですが、これまではメールが迷惑メールフォルダに振り分けられてしまい、お客様にメールが届かない事象が発生していたと推察しています。ですが、信頼性の高いSATORIのメール配信機能によって、このようなケースは大幅に減少したことを実感しています。また、SATORIはメールの開封やリンクのクリックなど、お客様の行動から興味を持っていただけたような内容のメールを配信するシナリオを簡単に構成できるため、効率的に配信できています。

セミナーの担当者は、メールの開封率が低いゆえに参加者も少なく悩んでいましたが、今ではメールをきっかけにセミナーに参加する方が増えました。マーケティング活動において重要なKPIとなるトライアルの申し込みにもつながっているため、現場からは「SATORIにしてよかった」という声が上がっています。バディコネクトにてZoho CRMと連携した後は、Zoho CRMの最新の顧客情報がほぼリアルタイムでSATORIに連携されています。一定期間の検証によって、内容に相違がないことを確認しました。今では送信対象を選択するだけで配信が完了しますので、リストの突合とダブルチェックにかける工数を削減できました。

SATORI導入後はホワイトペーパーダウンロード数およびメール開封率が向上し、見込み顧客への能動的なアプローチを行っています



迅速かつ手厚いサポートを受けながら 高精度なマーケティングを目指す

バディマーケティングには、SATORIとZoho CRMの連携を前提としたデータの持ち方や、活用方法に関する疑問を相談しました。その時は口頭での説明にとどまらず、資料などで具体的に説明してくれたので、理解しやすく助かりました。また、Zoho CRMでの項目の追加、SATORIとのデータ連携項目の追加を相談した際も、翌日には作業が完了しているなど、対応のスピード感到に感激しました。

運用フェーズでは、SATORIのポップアップ機能の活用において、来訪者に不快感を与えないような適切なスクロール量に悩んだこともありましたが、その時はSATORI社のサポートチームがアドバイスをくれて、当社におけるSATORIの機能の活用促進につながったと感じています。SATORI社とバディマーケティングに対しては、手厚いサポートを受けられる印象を持っています。これからも両社のサポートサービスを活用しながら、SATORIに備わっている豊富な機能を生かして精度の高いマーケティングを展開していきます。

SATORI + Zoho CRM + バディコネクト 活用術

01 SATORIおすすめポイント① ▶ メールマガジン/ステップメールの配信

見込み顧客に対して積極的なアプローチを行えるメールマガジンやステップメールは、顧客ごとに最適化した内容のものを配信しなければ迷惑メールと認識されてしまい、顧客体験を損なう恐れもある。SATORIのメール関連機能では、保有するリード一覧から条件を選択するだけで配信リストを作成可能。Web上の行動をトリガーにしたメール配信シナリオを直感的な操作で作成できる。配信後は、開封率はもちろん、メールに記載したリンクをクリックした後の行動を追跡することも可能だ。レコモットでは、メール配信の工数を削減できたことに加えて、メールをきっかけにしたセミナー参加者の増加なども分析できるようになった。

02 SATORIおすすめポイント② ▶ Webサイトでのポップアップ表示

デジタルマーケティングでは、Webサイト上の滞在時間が短い顧客が情報を取りこぼすことのないような仕組みが求められる。顧客の印象に残りやすく、瞬間的な接点の創出に役立つのがSATORIのポップアップ機能だ。同機能を用いることで、ユーザーからの反応を迅速に収集することもできる。レコモットでは、サービスサイトやオウンドメディアで画面のスクロール量が設定値になった際に、SATORIのポップアップ機能にて資料のダウンロードを促しており、リード獲得に大きな成果をもたらしている。

03 SATORIとZoho CRMとの使い分け

Webサイトの入力フォームから収集したリードや名刺情報などの顧客情報の管理、営業チームの商談・受注管理については、基幹システムであるZoho CRMを利用。マーケティングチームが行うメール配信やパーミッション管理、スコアリングといったリードナーチャリングはSATORIで完結させている。

04 バディコネクトの役割

レコモットではバディコネクトを使い、Zoho CRMにて発生したリード情報の変更内容をSATORIに連携している。最新のリード情報がツール間で同期されるため、情報の更新作業に追われることなく、リードのナーチャリングに注力できている。



05 SATORI活用のアドバイス

機能が豊富だからこそ、どこから手を付けるべきなのか迷うかもしれません。ですが、SATORI社のサポートチームは、機能を使いこなすまでの道のりを細かく示してくれます。自社でSATORIを運用できるまで丁寧にフォローしてくれるので、社内での活用促進につなげるためにも、どんなことでもまずは相談してみることをお勧めします。

