

needs リード情報を一元管理し、新規顧客の獲得につなげたい

■マーケティング活動を支援するシステムである

マーケティングオートメーションを活用した顧客課題やニーズの把握

企業名 : 池田金属工業株式会社
事業内容 : 工業用ファスナー、金属部品の開発・製造・販売
従業員数 : 113名 (2023年2月現在)
所在地 : 大阪府大阪市西区新町 4-7-11

背景
・社内のマーケティング業務は、担当が無く、本業と兼務であったため、属人化が加速していた。
・コロナ禍で展示会が開催できず、新規顧客との接点を持つ機会が無かったため、顧客の課題やニーズを把握することが難しかった。

【お問合せ先】
株式会社シャノン 関西支社
TEL:06-6809-6260
E-mail:kansai@shanon.co.jp

IoTを活用した課題解決の内容

- ・「マーケティングオートメーション(以下、MA)」を活用して、過去の展示会やセミナーで取得したリード情報を統合管理することで顧客に対してより最適なフォロー・提案を効率的に行う。
- ・システム(メールの開封率、URLのクリック確認、WEB閲覧データ等)を活用し、顧客フォローやコンテンツ作成に取り組む。

検討・開発期間 : 非公開
開発者 : 株式会社シャノン
開発コスト : 非公開

課題

- ・社内のDX化を推進すること。
- ・顧客との対面での接点が減少したことにより、商談機会損失。顧客のニーズや課題がつかめない。



解決方法

- ・「SHANONMARKETINGPLATFORM(以下、SMP)」を導入。一顧客情報の一元管理により、提案最適化の基盤を構築。一メールの開封ログやWEBサイト閲覧履歴から、顧客の反応や興味・関心度を把握。

特徴



導入成果

- ・顧客情報をリスト化することで、追客・フォローが効率化した。
- ・メール開封やWEB閲覧データから顧客の興味・関心度を把握し、効率的な営業が可能になった。

成功したポイント

- ・単なるMAではなく名刺管理機能も有しており、MA取り組み時の一連の流れが1つのシステムで完結できたため。
- ・システムの操作方法が明瞭であり、かつ無償サポートも充実しており、誰でも使用しやすいものとなっていたため。

今後の展開予定

- ・営業と連携した動きを強化することを目的にSFAとの自動連携を検討中。