

はたらく楽しさを、  
いっしょにつくる。



INTELLIGENCE BUSINESS SOLUTIONS ,Ltd.

# セールス&マーケティング戦略統合ソリューション ご紹介資料

株式会社インテリジェンス ビジネスソリューションズ  
サービスインテグレーショングループ



どんな施策が売上に繋がっているのかわからない

施策がどれだけ効果を出しているのか把握できない

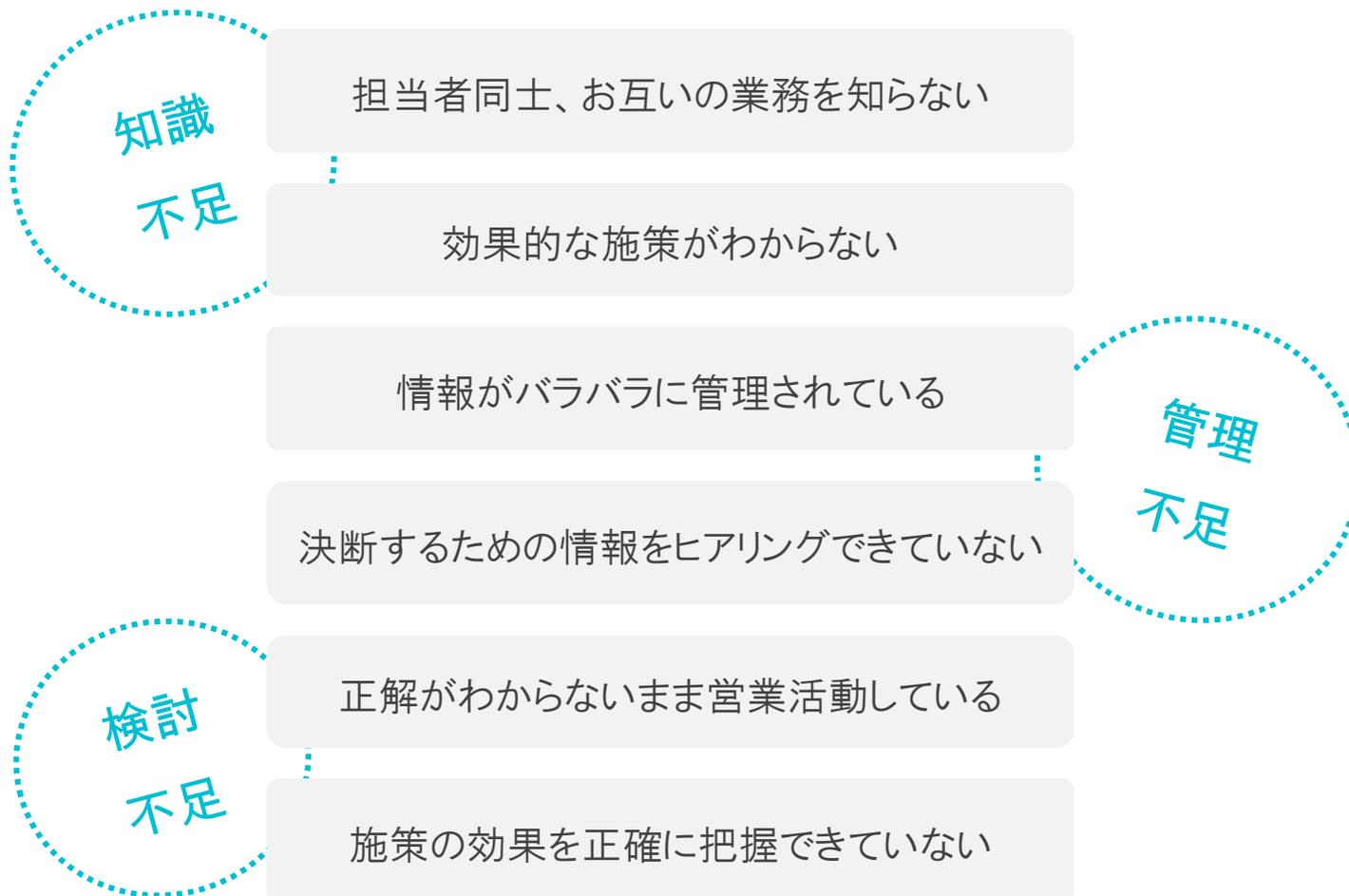
営業活動に関わる人間が多く、社内連携が上手くいかない

営業活動に対する上司からのアドバイスは、手遅れになってから

がむしゃらに営業活動しているが無駄撃ちも多い

どこにどれだけ投資すれば確実なのかわからない

抱えている悩みを解決するには原因を特定しなくてはなりません。企業内での目的が同じであっても、担当者の知識不足や、管理方法の情報がバラバラに管理されている事や担当者同士の連携不足が、企業活動全体の最適化を妨げる要因となりがちです。



結果、PDCAがまわらない

営業戦略といえば今まで「人間でしか実現できないこと」でしたが、技術の進歩によりシステムで解決できる幅は広くなりました。その分、人間は営業戦略や投資先・内容の検討など本来注力すべき業務に時間を使うことができるようになり、より売り上げUPに近い営業・マーケティング活動に集中することができるようになります。



## 人間しか解決できない

どんな連携をすると活動が  
円滑になるか考える

どんな事を聞けば情報が足りる  
のか聞くべき内容を考える

効果を見て、投資や戦略を  
考える

担当者同士、お互いの業務を知らない

効果的なタイミングがわからない

情報がバラバラに管理されている

決断するための情報を  
ヒアリングできていない

わからないまま進めている

施策の効果を正確に把握できていない



## システムで解決できる

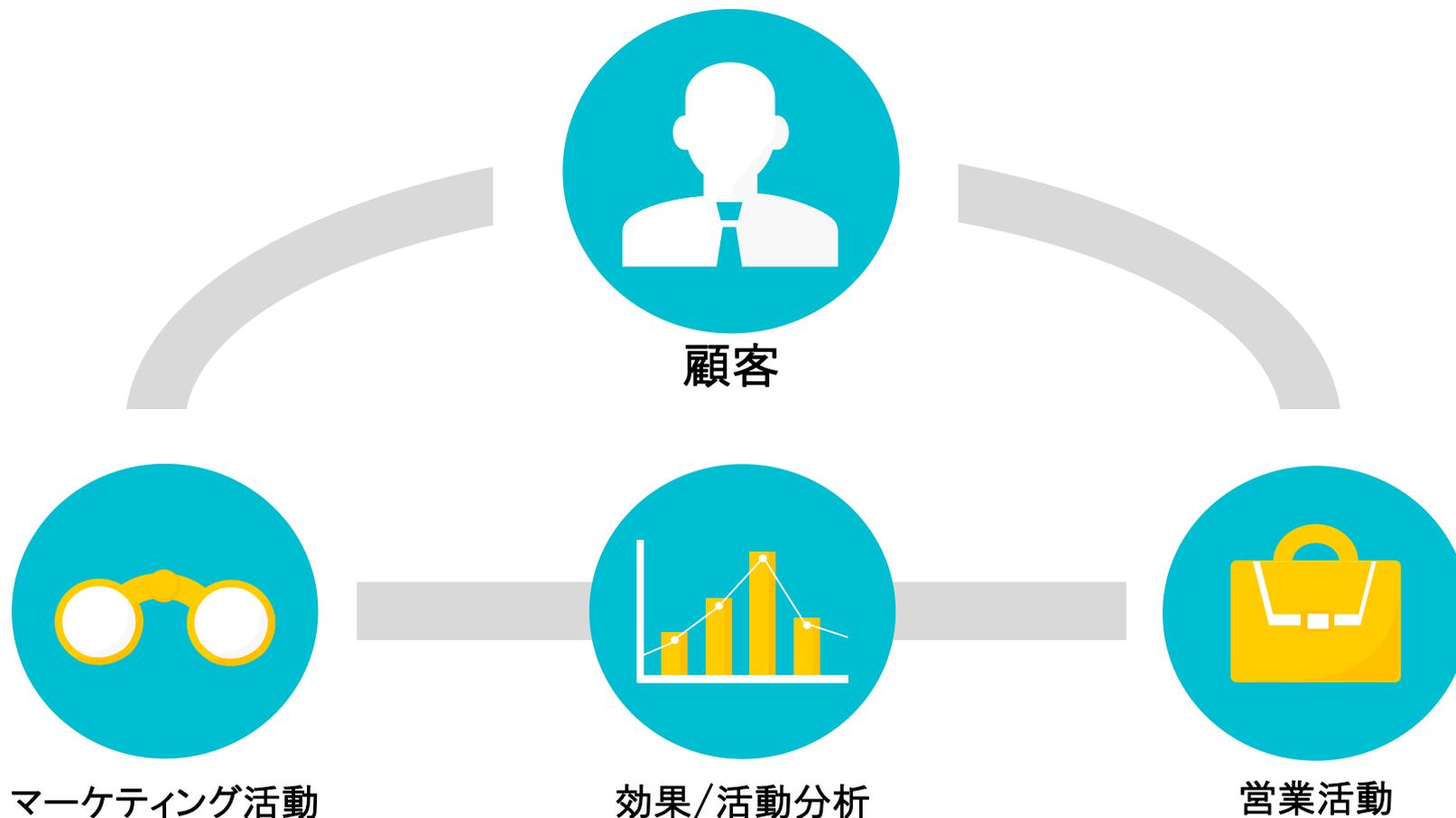
アラートや自動連携を設定して  
タイミングを逃すことを防ぐ

情報を一元管理し、確認すべき  
項目は予め設定しておく

効果を可視化する

# セールス&マーケティング戦略統合ソリューション

セールス&マーケティング戦略統合ソリューションは、顧客を中心とした営業活動・マーケティング活動(インバウンド・アウトバウンド)のプロセスを一元管理・可視化する営業戦略統合ソリューションです。活動を統合管理することで、収益管理のPDCAやROIの可視化が可能となり、より最適な営業活動や経営判断に繋がります。



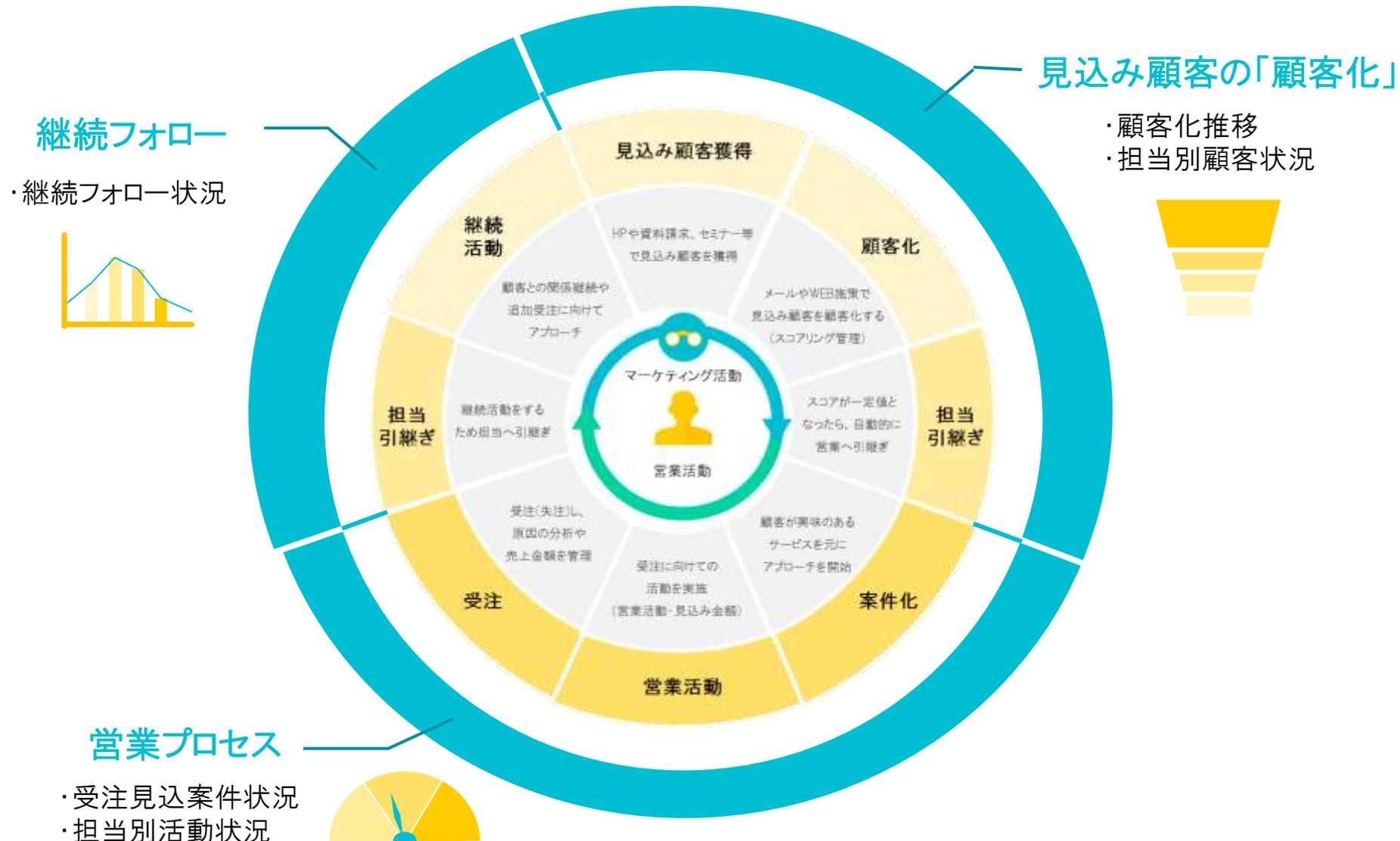
# 活動の一元化により業務が円滑になります

マーケティング活動と営業活動を接続することで、業務がよりスムーズに流れるようになります。



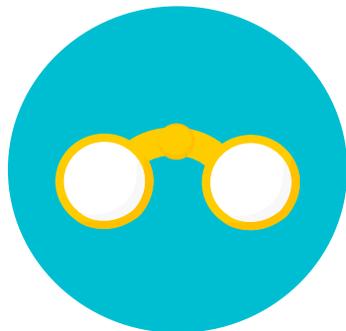
# 各プロセスのROIが把握でき最適な経営判断につながります

各担当者それぞれのROIやプロセス別で施策の効果が見えるため、今まで不明瞭で判断できなかった投資や戦略などに対しての数値的な判断や将来の予測が可能となります。



# セールス & マーケティング戦略統合ソリューションの機能概要

営業戦略をマーケティング、営業、分析の観点から管理するには様々な活動と指標が必要となります。  
また、これらの情報は一元管理・リアルタイムの連携が行われます。



## マーケティング活動

セグメンテーション

トラッキング・スコアリング

イベントマーケティング

メールマーケティング



## 営業活動

営業ステージ管理

ステージ別のヒアリング項目

予実管理

承認



## 効果/活動分析

マーケティング活動のROI評価

WEB/ソーシャル分析

データ精度チェック

営業活動評価

顧客情報の一元管理(見込み顧客も含む)

リアルタイム連携(統合パッケージ間)

# セールス&マーケティング戦略統合ソリューションのシステム構成

セールス&マーケティング戦略統合ソリューションは「Salesforce」「Marketo」「MotionBoard」の3つのパッケージを統合することで実現しています。



これらの統合した情報はそれぞれの立場によって、見たい視点から確認することができます

# サービス&プラン一覧

用途に応じて3つのプランを用意しています。

また、既に導入済みのツールが有る場合、個別実装も可能ですので、別途ご相談下さい。

**salesforce**





営業活動



顧客情報

**Marketo**





マーケティング活動

**MB Cloud**  
MotionBoard Cloud  
for Salesforce





効果/活動分析

パーフェクトプラン プレミアムプラン ベーシックプラン	システム初期設定		
	データ連携設定		
	標準指標設定	標準指標設定	標準指標設定
	個別標準指標設定	個別標準指標設定	個別標準指標設定
	個別基準検討	個別基準検討	個別基準検討
	リリース目安 4週間～		
	リリース目安 6週間～		
	リリース目安 別途ご相談		

各種設定内容は以下を実施します。弊社で用意している標準指標に加えて、個別の指標の追加や個別に指標を検討されたい場合の個別基準検討サービスまでご対応可能です。

## システム初期設定

システムを動かすために必要な初期設定を行います。  
ユーザやユーザ毎の権限設定、セキュリティ設定などを主に行います。

## データ連携設定

各パッケージ毎にデータ連携設定を行います。  
これにより、Salesforceへデータ蓄積や項目が連動、可視化することができます。

## 標準指標設定

業務プロセス毎に用意している標準指標を設定していきます

### 営業指標

営業ステージ、ヒアリング項目、承認プロセス設定 他

### マーケティング指標

セグメント設定、スコアリング基準、自動応答・アラート設定 他

### 分析指標

営業ステージ別見込金額・案件数分析、マーケROI分析 他

## 個別標準指標設定

現在管理している個別指標や今後加えたい指標を設定していきます。  
ヒアリングを行いながら、検討された指標を元に設定を行います。

## 個別基準検討

現状の活動状況や今後の目指すべき方向性などをお聞きしながら、業務に合った指標検討を行い基準を決定します。

# 各プランのご説明

まずはクイックに初めたい方向けの「ベーシックプラン」、現在使用している指標も加えて開始したい方向けの「プレミアムプラン」、新たに指標設定した上で開始したい方向けの「パーフェクトプラン」の3プランをご用意しております。

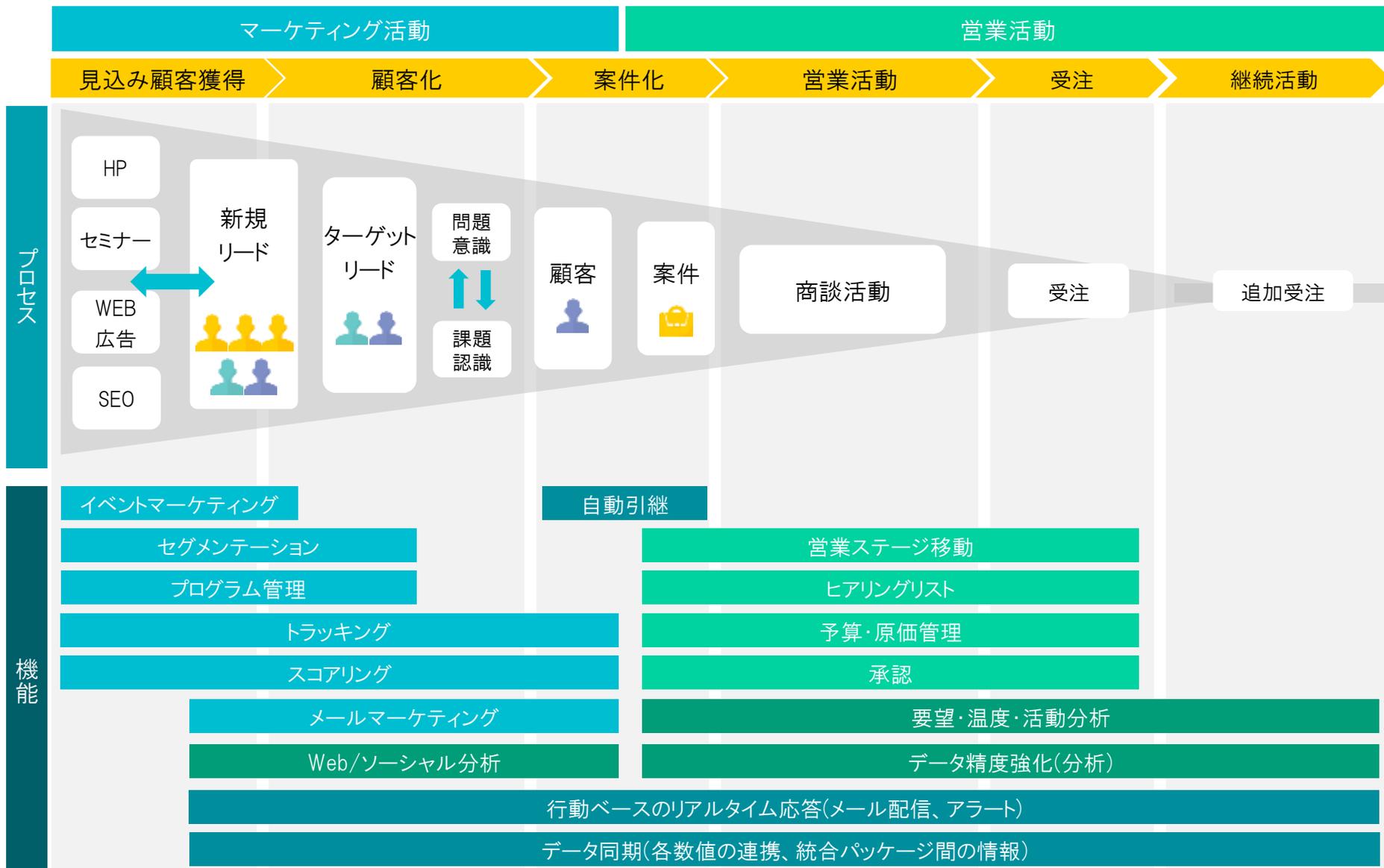
	メリット	デメリット	期間	金額
ベーシックプラン	<ul style="list-style-type: none"><li>導入期間が短く、クイックに開始できる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>個別の設定はされない</li></ul>	4週間～	※
プレミアムプラン	<ul style="list-style-type: none"><li>既に決まっている指標を組み込んで開始できる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>個別指標の検討は自分達で行う必要がある</li></ul>	6週間～	※
パーフェクトプラン	<ul style="list-style-type: none"><li>より自分達に合った指標で開始できる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>期間と金額がかかる</li></ul>	ご相談	※

※金額は条件等により異なりますので、弊社までお気軽にお問合せください。

用途に応じて一部機能のみを貴社既存システムへ追加導入するセレクトプランもご用意しておりますので、別途ご相談下さい。

# 参考:業務プロセスと機能一覧(詳細)

マーケティング活動から営業活動にプロセスが進んでもデータ同期・一元管理されているためスムーズに利用できます。



## 独自のセールス／マーケティングメソッドをシステムに反映

事業戦略立案～運用フェーズにおいて、10年以上約100のセールスプロジェクトで培ってきた実績・ノウハウを蓄積した独自のセールス／マーケティングメソッド「B-AEMS(BtoB achievable “Eigyo” management system)」の思想概念をベースに、システムを設計・構築いたします。

### B-AEMS (BtoB achievable “Eigyo” management system)

BtoBセールスアウトソーシングガイドライン  
(戦略・戦術立案/プロセス設計/構築/運用)

セールス  
戦略立案

市場に選ばれ、競合他社に対して優位性を持つための営業戦略立案の考え方/方法

セールス  
モデル構築

顧客の課題/目的を達成するための営業プロセスやセールスモデル構築の考え方/方法

セールス  
コミュニケーション策定

顧客課題の解決に向けた課題整理、顧客ターゲット特定、コンタクトシナリオ構築など、コミュニケーションプラン策定の考え方/方法

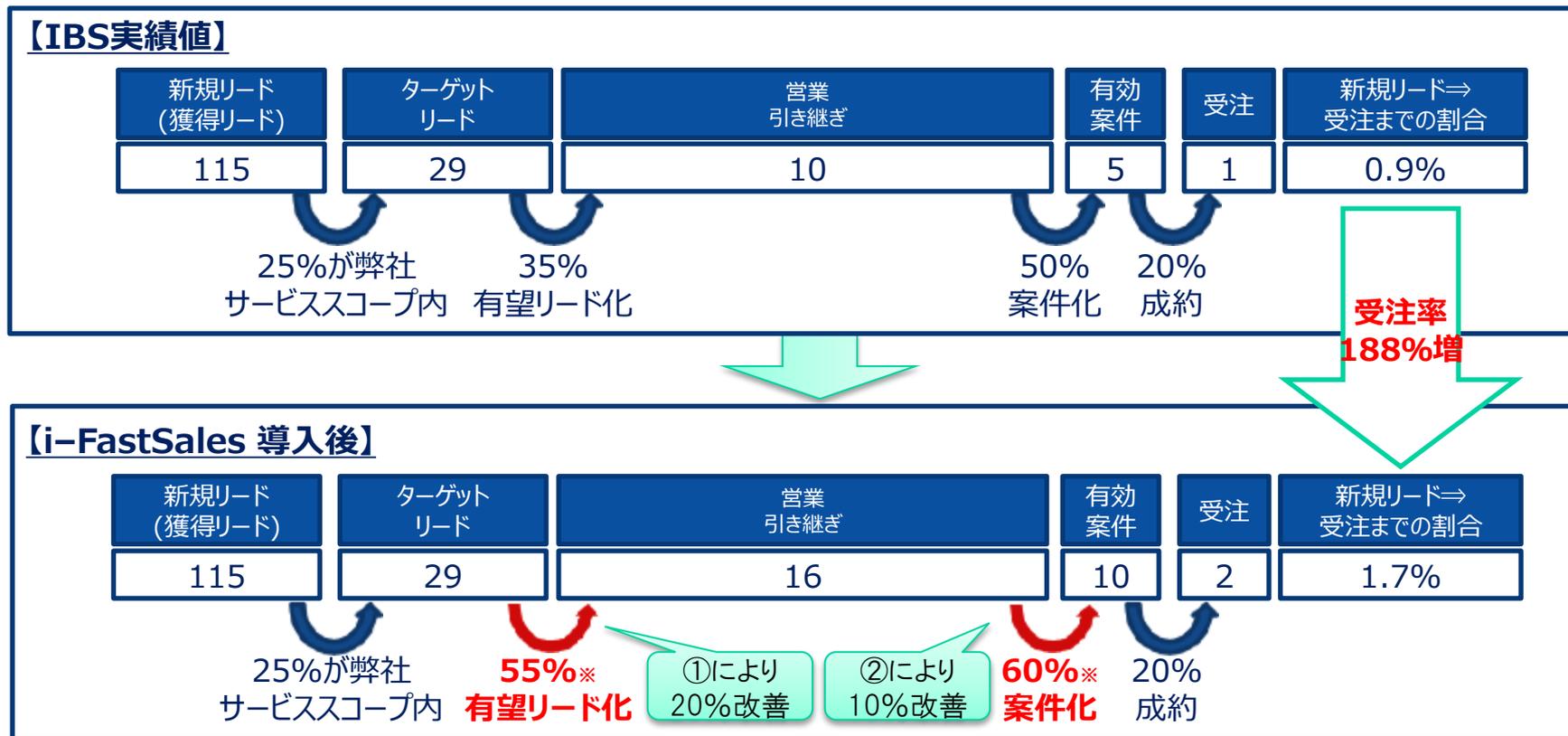
セールスマネジメント  
システム構築

目標/KPI設定と達成に向けた戦略/戦術レベルでのセールスPDC運用の考え方/方法

セールス  
オペレーション策定

営業業務のオペレーション標準化に向けた各種オペレーション策定の考え方/方法

①顧客に合ったアプローチにより有望リード数を増加させ、②要望の把握精度向上により案件も増加させます。



- ▶ MKT:① リードの関心や行動に基いたアプローチや情報提供を行い、理解と関心を高め、有望リード化する
- ▶ 営業:② リードの関心事や期待を事前に分析し、適切な提案により案件化を増加させる

※既存システムでは失注原因等の蓄積が出来ておらず、現状、原因分析が出来ていない為、改善率は期待値とする

当サービスに関するご用命は下記までご連絡ください。

## 株式会社インテリジェンス ビジネスソリューションズ 営業部 営業第2グループ 宛



03-6385-6791



ibs\_eigy@inte.co.jp



<http://www.ibs.inte.co.jp/service/system/integration/sandm/>

はたらく楽しさを、  
いっしょにつくる。

