

報道関係者各位

2018年6月8日

シンフォニーマーケティング株式会社

プロフェッショナルの運用支援で成果を可視化
マーケティングオートメーション (MA) 導入済企業向けサービス
「MA ステップアッププラン」の提供を開始

～製造業の売上拡大と収益性向上に貢献する仕組みづくりを実現～

国内外 300 社以上に BtoB マーケティングサービスの提供実績をもつシンフォニーマーケティング株式会社（東京都千代田区、代表取締役 庭山一郎、以下シンフォニーマーケティング）は、見込客創出を目的としたマーケティングプロセスを支援するシステム “マーケティングオートメーション（以下 MA）” を導入した企業に向けて、MA をより効果的に運用する支援サービス「MA ステップアッププラン」の提供を、6月6日より開始しました。

当サービス提供に先立ち 2018 年 1 月より MA 運用セミナーを新設し、累計 100 名以上の経営層やマーケティング担当者に対して課題やニーズのヒアリングを実施した結果を踏まえ、特に多かった 3 つの課題に特化したプランをご用意しました。マーケティング活動に必須の実施企画書や企業属性情報が付与されたターゲットリストなど、プランに応じたマーケティング成果物が取得できる形とし、プラン終了後も自社のリソースで効果的な活動が継続できることを目指しています。



毎回 90% 以上の高参加率を誇る、MA セミナーをはじめとした自社主催 BtoB マーケティングセミナー

■ サービス提供の背景

BtoB 企業の営業担当は、ターゲット企業の多種多様化するニーズが発生した時点でタイムリーにコンタクトして案件化することが必須です。国内市場においては日本独自の文化である“引き合い”からの案件化も見込めますが、日本の主要製造業の海外売上比率は約 28%（2002 年）から約 39%（2017 年）まで増えており*1、海外市場でも安定的に営業案件を創出する為に、潜在顧客を啓蒙・育成する長期的なデジタルコミュニケーションのマーケティングに取り組む企業が増えています。これに伴い MA 市場も成長を維持し、2022 年には 2016 年比で約 2 倍の 530 億円に達すると予測されています。*2

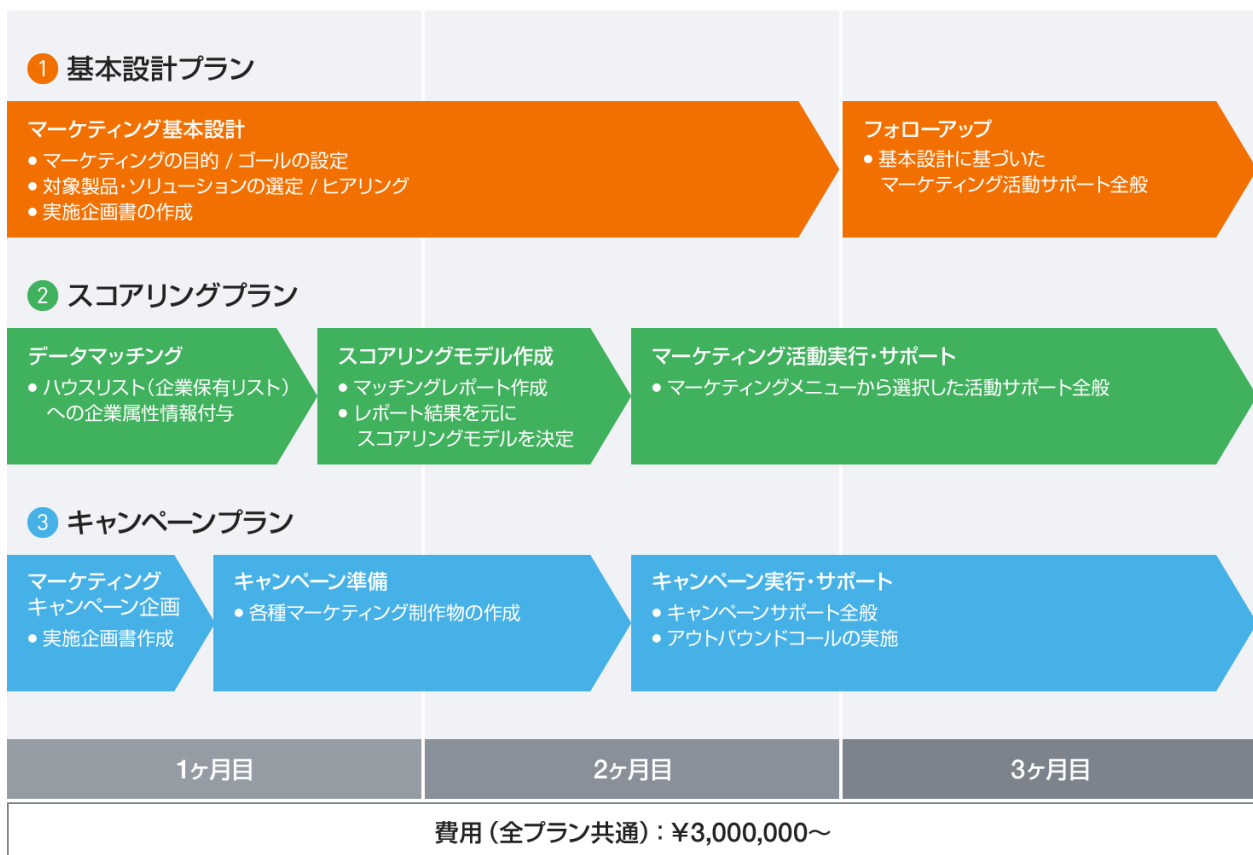
一方で MA 導入の増加に伴い、企業内の運用面においては機能が複雑すぎて使いこなせない、ノウハウに乏しいユーザーだけでは運用を軌道に乗せることが難しいなどの課題も顕在化しています。^{*2} MA は優れたシステムであり機能も日々進化していますが、マーケティングで目指すゴールが明確に定義、共有されずにシステム導入だけが先行された結果、期待する成果がでないという満足度の低い状況に繋がっています。MA 導入の効果を最大化するためには、最初にマーケティング全体を設計し具体的なアクションプランに落としした上で、マーケティングのプロフェッショナル人材による運用が重要です。

*1 国際協力銀行「わが国製造業企業の海外事業展開に関する調査報告 -2017 年度 海外直接投資アンケート結果」

*2 矢野経済研究所「2017 年版 DMP/MA 市場～デジタルマーケティング市場の現状とビジネス展望」

■ 「MA ステップアッププラン」 概要

MAステップアッププラン



1. 各プランについて

① 基本設計プラン

【対象】 MA は導入したものの何から始めればよいかわからない/マーケティングの目的が明確ではない企業
 【実施内容】 マーケティングの目的、ゴールを設定した上で、対象製品/ソリューションを選定し、プランとクリエイティブ制作の基本方針を策定して実施企画書を作成します。定義した目的とゴールを社内で共有することにより、効果的なマーケティング活動を実現します。

②スコアリングプラン

【対象】スコアリングが活用できていない／スコアリングの定義が曖昧になっている企業

【実施内容】企業が保有するリストに、業種/規模/売上などの営業戦略に必要な企業属性情報を付与して可視化し、マッチングレポートを作成します。その結果を踏まえてマーケティングスコアリングモデルを設定し、最適なマーケティングメニューを選択、実行することで効果を最大化します。

③キャンペーンプラン

【対象】対象製品/ソリューションに特化したマーケティングを実行したい企業

【実施内容】対象製品/ソリューションに特化したマーケティングキャンペーンの企画、準備、計画を実行し、MQL*₃を創出して営業案件につなげます。

2. 主なマーケティング成果物*₄

マーケティング実施計画書、ターゲットリスト、各種マーケティング制作物、スコアリングモデル、MQL*₃など

3. 費用/実施期間<全プラン共通>

(費用) 3,000,000～ (実施期間) 3 ヶ月

4. 本プラン対象 MA

Oracle Eloqua、Marketo、Pardot

*₃ Marketing qualified lead : 営業担当に渡す有望な見込み客

*₄ 取得できる成果物はプランによって異なります

■今後の展開

国内企業のデマンドセンター構築と運用支援を加速させると共に、サービス提供範囲を日本市場へ進出を目指す海外企業にも広げることにより、グローバル関連の売上を前年比 3 倍にすることを目指します。

■シンフォニーマーケティングの特徴

デマンドセンター構築と運用において 27 年の歴史とノウハウを持ち、創業以来 300 社以上にサービスを提供しています。自社内にデマンドセンターに必要なデータマネジメント、コンテンツマネジメント、アナリティクスの全機能を保有し、国内唯一の大手 MA マルチベンダーとしてお客様企業のニーズに合わせてフルアウトソーシングから個別サービスの提供が可能です。

■参考 URL

◎MA ステップアップサービス

http://www.symphony-marketing.co.jp/camp_ma/

◎BtoB のためのマーケティングオートメーション 正しい選び方・使い方 (庭山一郎 著)

<http://marketing-campus.jp/special/book4/>

■シンフォニーマーケティング株式会社 会社概要

代表者：代表取締役 庭山 一郎

本社：〒101-0045 東京都千代田区神田鍛冶町 3-3 神田大木ビル 4F

設立：1990年9月 資本金：120,000千円

事業概要：BtoB 専門のマーケティングアウトソーシングサービス

主要顧客：日本電気株式会社、山洋電気株式会社、大成建設株式会社、ほか

※敬称略

ウェブサイト：<http://www.symphony-marketing.co.jp/>

■本リリースに関するお問い合わせ先（報道機関窓口）

シンフォニーマーケティング株式会社

広報担当：中西真弓

TEL：03-3527-1441

E-mail：pr@symphony-marketing.co.jp