

この資料の目次と主な内容の詳細

目次

- ・ 営業DXとは？・マーケティングDXとは？
- ・ デジタルマーケティングとは？
- ・ 今までの営業手法との違い
- ・ マーケDXの5つの重要性・メリット
 1. 効果が数字で可視化できる（ロジックツリー）
 2. PDCAが回しやすい
 3. リソースを効率よく活用できる（選択と集中）
 4. 費用対効果が高くなる
 5. やればやるほど営業資産になる
- ・ 他社の11の取り組み事例
 - 取組例1：資料請求による**新規リード獲得**
 - 取組例2：サンプル品提供による質の高い新規リード獲得
 - 取組例3：活用アイディアメルマガによる**リード育成**
 - 取組例4：課題解決事例メルマガによるリード育成
 - 取組例5：ニーズ調査からのソリューション提案による**案件創出**
 - 取組例6：用途別・課題別のカタログによるリード育成
 - 取組例7：オンライン個別セミナーによる**商談化**
 - 取組例8：ステップメールでオンラインショップ誘導し**受注獲得**
 - 取組例9：既存顧客に対する新規オプション提案による**LTV増加**
 - 取組例10：LTVの低い顧客のみメールでの**アンケート調査**
 - 取組例11：**顧客ニーズDB**の構築
- ・ 取組事例のまとめ

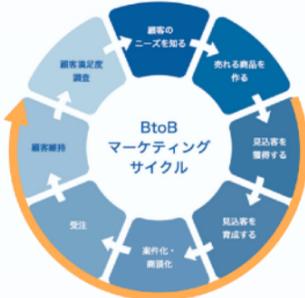
[この資料を資料請求する >>](#)

営業DXやBtoBマーケティングDXの定義やメリットが学べる

営業DXとは？

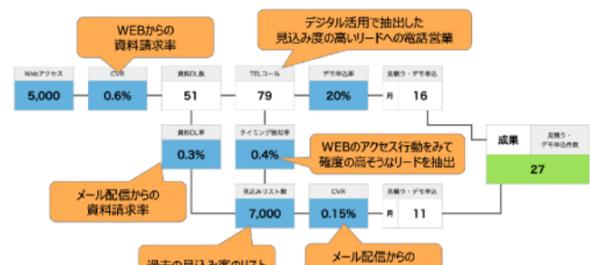
営業DXとは、「営業・営業部門のデジタルトランスフォーメーション」の略称であり、デジタルテクノロジー（IT技術）を活用して営業部門の業績や営業プロセス、営業戦略、営業体制を根本から変革させていくことです。営業DXでは、主に、顧客の購買行動に合わせて、デジタルチャネルを構築し、営業プロセス全体を効率化する活動を行います。「営業のデジタル化」といった表現をされることもありますが、

右図は弊社にて定義しているBtoBマーケティングの活動サイクルですが、「見込み客を獲得する」から「顧客維持」あたりまでのDXが営業DXと言えるでしょう。



1：効果が数字で可視化できる（ロジックツリー）

1つ目のメリットは、効果の可視化です。リアルではなかなか難しいですが、下記のようなロジックツリー（下記はサンプル例です）を作成し、デジタル活用効果を数値で可視化することができます。



8ページ ©ALUHA

他のBtoB企業の取り組み事例と得られた成果が学べる

取組例1：資料請求による新規リード獲得

主な活動内容

この取組はBtoBでは最も多い取組で、自社サイトを活用して行います。SEO対策を行い、自社サイトへのアクセス数を増加させ、カタログや事例集などの資料請求（資料ダウンロード）を獲得することで、今まで名前も知らなかった未知の見込み客との接点を新規に作り出すことができます。毎月安定したリード獲得が実現できたため、やればやるほど費用対効果が高くなります。

取組事例 弊社のお客様の取組・成功事例の概要を簡単に紹介します。

IT企業（ERPツール）	取組前は月3件程度だった資料請求が、月30件（10倍）にまで増加
製造業（医療機器）	取組前は月8件程度だった資料請求が、月70件（約9倍）にまで増加
IT企業（SCM関連製品）	2015年から取組開始。当初はWEBの問い合わせなどはない状況。現在は、1製品あたり平均月20件以上の問い合わせを獲得。2019年にはWEB経由の売上がリアル（展示会など）経由の売を上回る
IT企業（工場の見える化関連）	毎月の問い合わせ、WEBサイトのアクセス数はほぼない状況からスタート、1年程度の活動で、月1万人が訪問するサイトに成長し、毎月30件程度の問い合わせが来るようになる。
製造業（産業機器の部品メーカー）	取組前は毎月の問い合わせ件数は月5件程度だったのが、約1年で月40件（約8倍）にまで成長。

取組事例のまとめ

以上、マーケティングの取組事例を11事例ご紹介しました。右の図が各取組のまとめになります。

さまざまな施策でさまざまなDX化の取組が可能ですので、弊社でもどのような取組ができるか、ヒントにしてください。

またどこからやればいいのか、自社だったらどうすればいいかなど、悩むことがあるようでしたら、下記のお問い合わせからお問い合わせください。御社の状況や事業内容をお聞かせいただければ、どうすればいいか、アドバイスさせていただきます。

[お問い合わせ >](#)



[この資料を資料請求する >>](#)