

新しいお客様の開拓(新規顧客獲得)って大変ですよね?!

デジタルマーケティングって言葉最近よく聞くな…何だろう? どんなことするのか?何が必要なの?

今こそ
知りたいDX /
vol.16
(Ver2.0)



以前のように、「活動量」が営業成果に直結する時代は終わってしまいました…。労働力不足、営業時間の不足をどのように補っていけば良いのでしょうか? 営業DXのポイント教えます!

デジタルマーケティングって何だろう? /

どの企業もお客様を増やしていきたいですよ。経営の大きな目標の1つです。デジタル技術を使った、デジタルマーケティングは営業DXの基盤になっており、最近注目のビジネスプロセスです。

しかし!その前に!マーケティングって何だろう? 当たり前に使っている言葉だけど、学問的だったり、概念的だったり…実践に展開することって難しいですよ? 今回はデジタルマーケティングの前座として、マーケティングの基本を整理していきますね。



従来の営業活動の限界



かつては、営業マンが足で稼ぎ、お客様一人ひとりに直接訪問することが当たり前でした。しかし、現代のビジネス環境では、人手不足やコスト面で、そのような活動量を維持することが難しくなっています。営業活動の時間や労力には限界があり、既存顧客のフォローだけで手一杯になり、新規開拓や顧客深耕が後回しになっていませんか? デジタルツールを活用することで、この限界を乗り越え、より効率的に新しいお客様にアプローチする方法が求められています。

What? マーケティングとは?

マーケティングとは、自社の製品やサービスを市場やお客様にうまく合わせていく(市場適合)プロセスのことです。簡単に言えば、お客様が本当に欲しいものを理解し、それに応じた価値を提供することです。そのために、まず市場やお客様のニーズを理解し、次にそのニーズに合った製品やサービスを提供します。そして、その製品やサービスの価値を適切な方法で伝えることで、お客様に選んでもらうのがマーケティングの役割です。



マーケティング(デジタル)の重要性を感じる時代に /

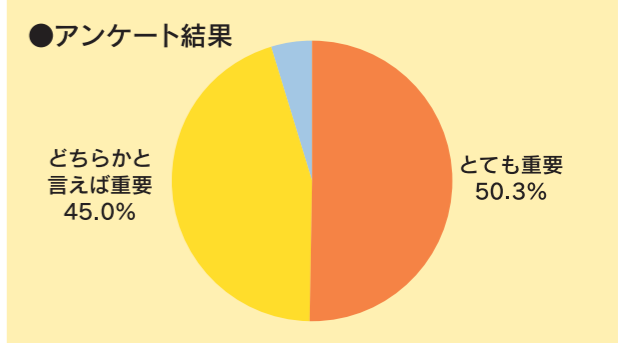
営業活動が限界に達している現状では、マーケティングが必要不可欠です。

マーケティングを行うことで、見込み客に効率的にアプローチでき、営業活動にかかる時間を削減しつつも、質の高いリードを獲得できます。さらに、デジタルマーケティングを活用すれば、24時間365日、オンライン上で顧客との接点を持ち続けることができます。限られたリソースで成果を上げるために、デジタルテクノロジーの力を借りることが必要です。



◎デジタルマーケティングの必要性をアンケートした結果

Q 自社にとってデジタルマーケティングは重要だと思いますか? (%)



(出典) TIS「~95%以上の企業が「デジタルマーケティングの重要性」を感じる時代に~デジタルマーケティング実施状況についてアンケート調査」
https://www.tis.jp/special/marketingit/survey_digitalmarketing/

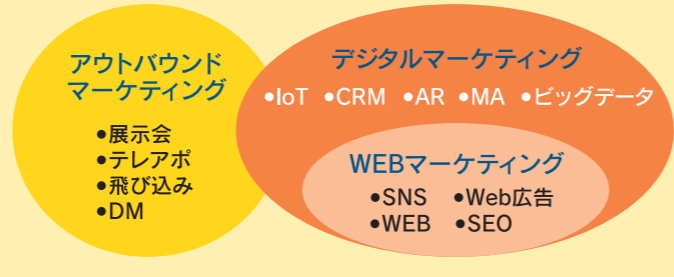
デジタルマーケティングって？ まずは基本だけ、「片隅」で良いので置いてくださいね。／

簡単に言うと、その名の通り

「あらゆるデジタル技術を活用したマーケティングのことを指します」

ホームページはもちろん、SNSやWeb広告、サイネージ、メールマガジンやSEO対策なども含まれます。ありとあらゆるテクノロジーを活用して、自社の製品サービスを市場と適合させ、お客様が買ってくれる仕組み(様々なチャネルでお客様と接触)を構築することです。

●マーケティング全体



まずどこから始めよう？最初に「手を付ける」には？

前回のテーマでお伝えした通り、まずはデジタル社会企業の「顔」であるホームページをアップデート、そして工夫してみましょう。

ホームページ、Webサイトのリニューアル、価値拡大、お手伝いします！

Column

ニーズ？ウォンツ？ややこしいな…ニーズをウォンツって何が違うの？

ニーズ (Needs)

お客様が必要としている基本的な要素や解決策。ビジネスでは、お客様がその製品やサービスを使用する根本的な理由となる部分を指します。本当に必要としているもの！

ウォンツ (Wants)

ニーズを超えた部分で、お客様がさらに望む追加的な価値や機能。これは、お客様にとって絶対的に必要ではないが、あれば魅力的な要素です。付加価値、追加要素！

●「テレビ」で例えると…



ニーズ (Needs) …… 顧客が「テレビを見る」というニーズに対して、シンプルな機能や性能があればよい。

ウォンツ (Wants) …… 基本的にテレビを見る機能は満たされているが、より高画質、スマートテレビ機能(ネット接続)、デザイン性など、生活をさらに豊かにする要素が追加されている。

デジタルマーケティングの取り組むメリットとその理由を6つ挙げておきます。



メリット① たくさんのターゲットを取り込める

デジタルマーケティングを行うことにより、公式Webサイトを閲覧しているターゲットだけではなく、SNSを利用しているターゲットも取り込むなど、多種多様なチャネルで接点を持つことができる。



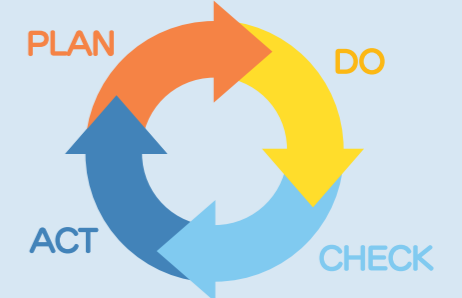
メリット② データがたくさん収集できる

ターゲットのアクセス行動だけではなくWebサイトの閲覧数などあらゆる情報を収集することができ、これらのデジタルデータを分析することによって、お客様個々の詳細ニーズに合わせた有益な情報を提供することが可能。



メリット③ PDCAの高速化が可能

デジタルマーケティングでは、通常のマーケティングよりターゲットのニーズを素早く把握できるため、マーケティングのPDCAサイクルを素早く回せることが大きなメリット。



メリット④ リード獲得とリード育成の安定

バラバラに行っていたセールス活動を集客から商談に至るまでデジタル化して仕組み化することが出来るので、初期打ち手の量に比例して、比較的安定したリードやその育成による商談までの案件づくりが可能。



*リードとは？:商品やサービスに興味を持っている可能性がある人や企業



メリット⑤ セールスの省人化とコストダウン

「反響獲得型(インバウンド型)」の営業やマーケティングが可能なことから、営業活動の無駄が大きく削減でき、セールスの人員の省力化や、アウトバウンド活動にかけていたコストを減らすことが期待できる。



メリット⑥ 属人化問題の解消

デジタルマーケティングによって営業やマーケティングのシナリオを「コンテンツ化・デジタル化」し、それを分業型組織で役割分担して運用するため、組織として個に依存しない生産性と再現性を生み出すことが可能。



最後に!



マーケティング活動やデジタルマーケティング実装は、時間もかかりますし、労力もお金も、データ収集と活用の準備等々、簡単ではありません。導入検討というよりは、「まずは知っておく」というレベルでも構いません。未来に向けて、少しでもご興味があれば、ご相談に乗らせてください!

お客様の成長のため、私たちがDX推進パートナーとなり、寄り添い続けます!

