

AI+データが共創する

新時代の

営業プロセス最適化

2023.12.6 WED 13:00-14:30 参加無料  
オンライン開催



南田慶子  
クラウドサーカス株式会社  
イベントマーケター



株式会社 Sales Marker  
新規事業開発部 部長

花田海氏



クラウドサーカス株式会社  
Fullstar 事業部 事業部長  
橋口浩暉



株式会社マツリカ  
事業戦略・開発室室長  
DealPods 事業責任者 / プロダクトオーナー  
中谷真史氏



西條真史氏  
株式会社 ACEE 執行役員





# Marketing **CIRCUS DAY**

誰も教えてくれなかった  
デジタルマーケティングの  
**基礎と未来を学ぶ**

**Marketing CIRCUS DAY**とは、営業やマーケティングに  
取り組んでいる・これから取り組もうとしているあなたに、デジタルを  
取り入れて進化する企業や挑戦者から基礎(本質)や未来(可能  
性)を学ぶオンラインカンファレンスです

# アンケート回答者特典

イベント終了後にアンケートの回答をお願いします。  
アンケート回答特典として  
本日の資料&録画動画をプレゼントいたします！



本日の資料  
(回答後すぐのお渡し)



本日の動画  
(準備出来次第お送り)



アンケート回答フォーム

## 本日のアジェンダ

13:05~13:15 登壇者ご挨拶

13:15~14:20 **トークセッション**  
**AI+データが共創する新時代の営業プロセス最適化**

-前提 営業プロセス全体像 -

1. アプローチ選定（リスト作成）の最適化
2. 商談・追客の最適化
3. トライアルの有償化の最適化
4. 商談振り返りの最適化

14:20~14:30 質疑応答・締め



## 西條 真史

株式会社ACES  
執行役員

慶應義塾大学SFCを卒業後、楽天株式会社に入社。新サービス開発室にてフリマアプリ「ラクマ」の事業開発・マーケティングに従事。

2017年株式会社ACESを共同創業。現在は商談解析AI SaaS「ACES Meet」の事業開発を担当。



## 花田 海

株式会社Sales Marker  
新規事業開発部 部長

新卒で株式会社ファイブフォックス入社、コムサの販売員として全国売上1位を4度達成。株式会社イノベーションに移り、広告営業と新規事業マネージャーを兼任し年間MVPを受賞。

その後、株式会社ColorkrewではHRtech、HiTTO株式会社(マネーフォワードグループ)でAIチャットボット事業マネージャーとして従事。

株式会社Sales Markerでは新規事業立ち上げ担当としてインテントマーケティングを実現するSales Marker Leadをローンチ。



## 竹中 龍聖

株式会社マツリカ  
新規事業開発室

関西学院大学を卒業後、2社のスタートアップでBtoBセールス・マーケティング組織を牽引。

BtoBセールス・マーケティング組織の0→1の立ち上げから、数十名のマネジメントを経験。

現在は株式会社マツリカで新規事業開発に従事。



## 橋口 浩暉

クラウドサーカス株式会社  
Fullstarプロダクトマネージャー

2018年Mtame株式会社（現クラウドサーカス）  
入社後、MAツール「BowNow」の  
インサイドセールス、オンラインセールス、  
カスタマーサクセスのマネージャーに従事。

現在はカスタマーサクセスマーケティングツール  
「Fullstar」の事業部長を務める。



## 南田 慶子

クラウドサーカス株式会社  
コーポレートマーケティング本部

2010年新卒入社、新規営業開拓に7年間従事し、社内表彰多数。

その後カスタマーサクセスマネージャーとして5年間顧客向けオンラインセミナーの企画実施を担当し約3000名の顧客が参加。

現在はマーケティング部にてオンラインカンファレンス「Marketing CIRCUS DAY」やコーポレートマーケティングを担当。

## 本日のアジェンダ

13:05~13:15 登壇者ご挨拶

13:15~14:20 **トークセッション**  
**AI+データが共創する新時代の営業プロセス最適化**

-前提 営業プロセス全体像 -

1. アプローチ選定（リスト作成）の最適化
2. 商談・追客の最適化
3. トライアルの有償化の最適化
4. 商談振り返りの最適化

14:20~14:30 質疑応答・締め

- トークお題 -

AIやデータを活用した各社の取り組みをお聞きする前に

## 前提 営業プロセスの全体像

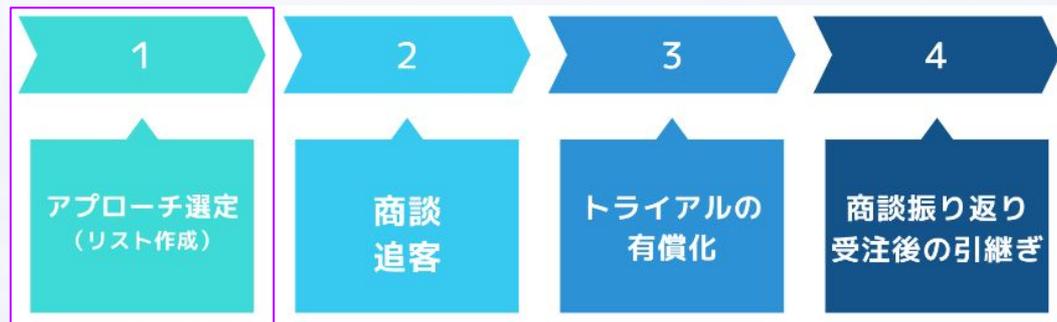
# 営業プロセス



- トークお題 -

AIやデータを活用した各社の取り組みをお聞きします

## 1. アプローチ選定（リスト作成）の最適化



新規事業開発部 部長

## 花田 海 Kai Hanada

2012年

FIVE FOXes CO., LTD.

COMME CA STYLE

- ・アパレルブランドであるコムサの販売員
- ・メンズフロアリーダー
- ・個人売上全国1位 4度達成

2017年

INNOVATION

日経BP  
bizplay  
powered by 

- ・日経BPの代理販売、新規企画立ち上げ（年間売上1.5億）
- ・2Q連続MVP、最短で年間MVP
- ・新規事業マネージャー（FS・CS組織立ち上げ）

2020年

 colorcrew  
 goalous

- ・HRtechの営業・マーケ責任者
- ・年間での受注数を5倍へ

2022年

 HITTO  
Money Forward

- ・社内向けAIチャットボットの事業マネージャー
- ・MRRギネス売上

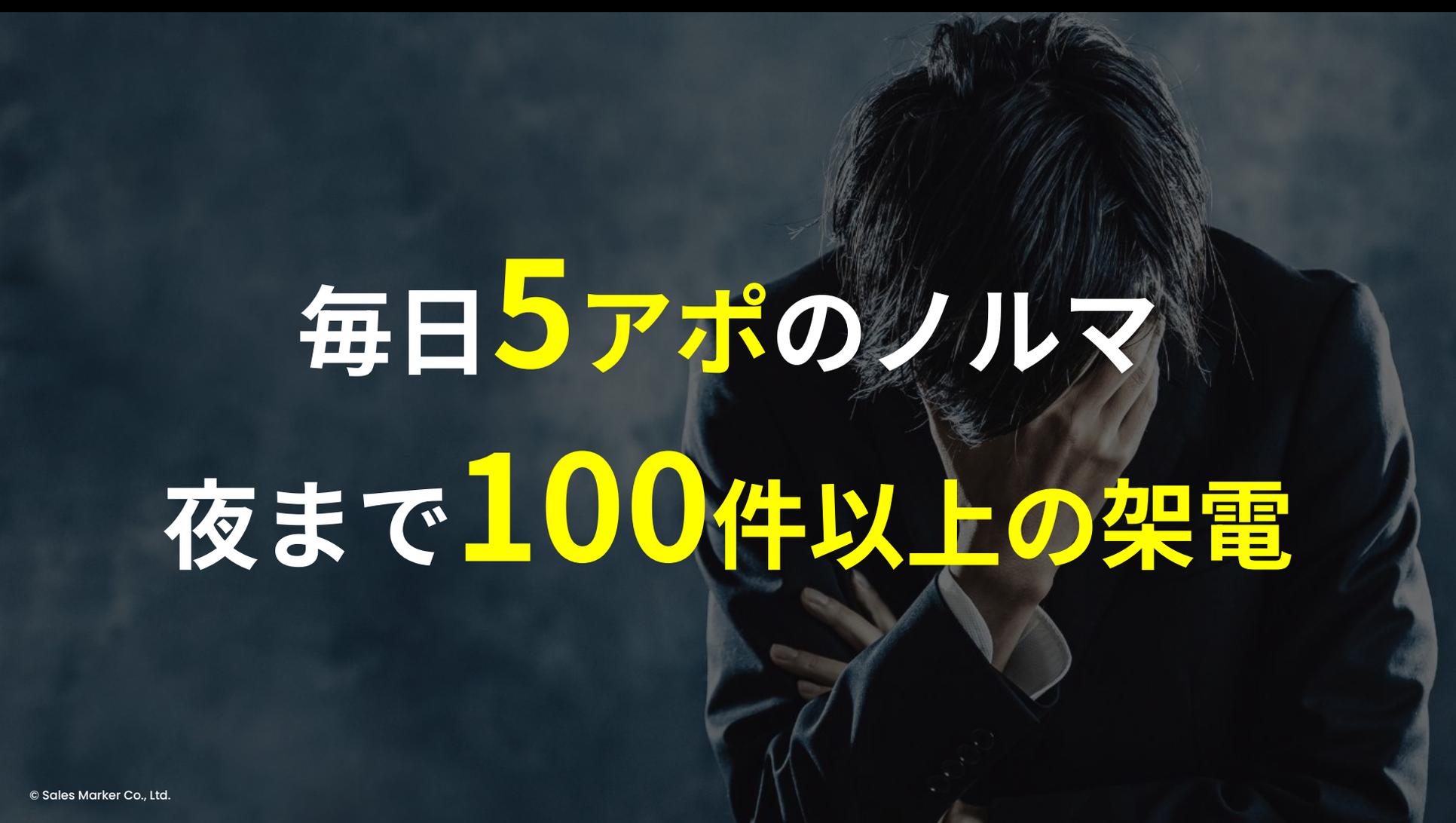
2023年

 Sales Marker

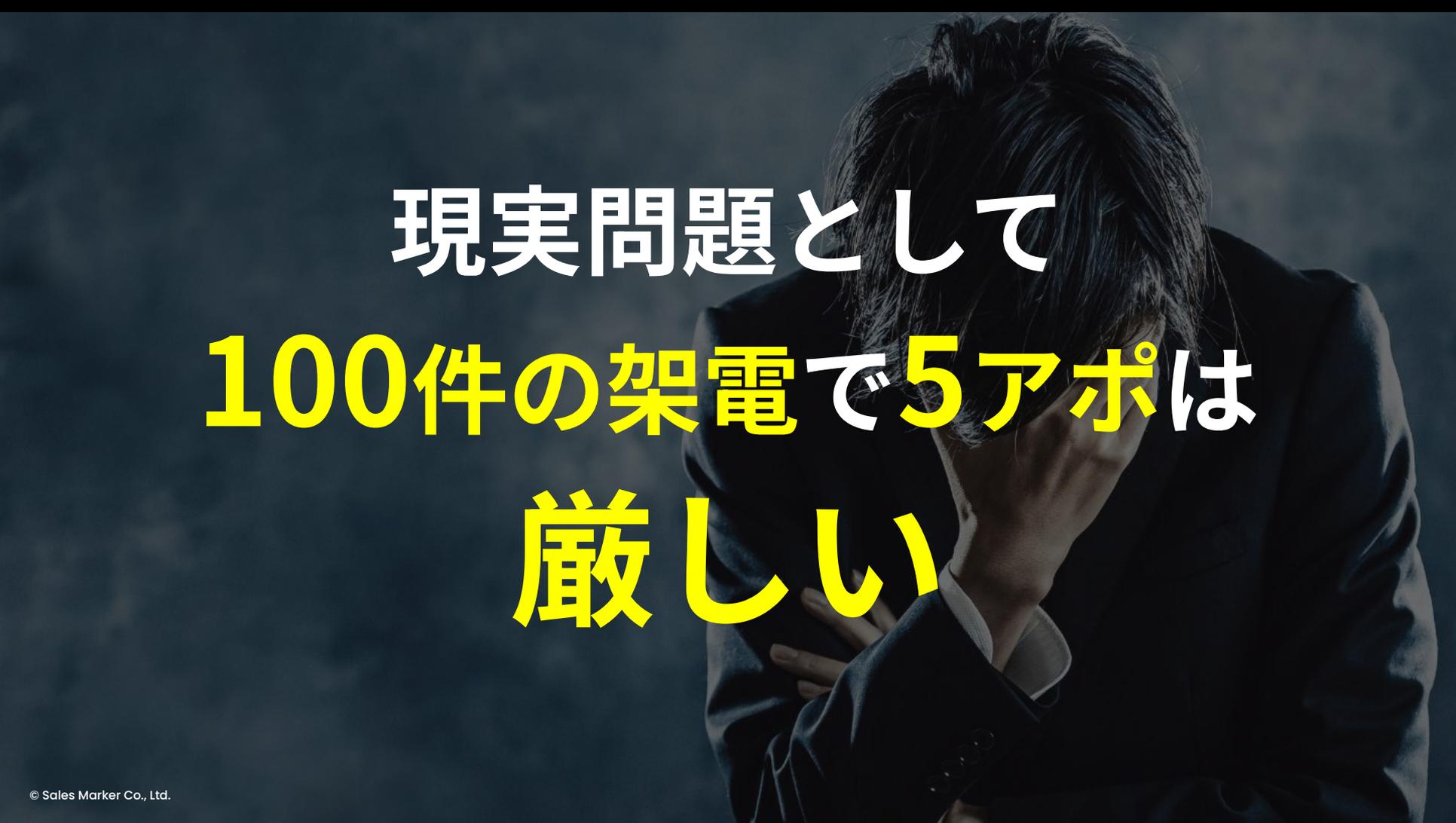
- ・Sales Marker Leadの立ち上げ



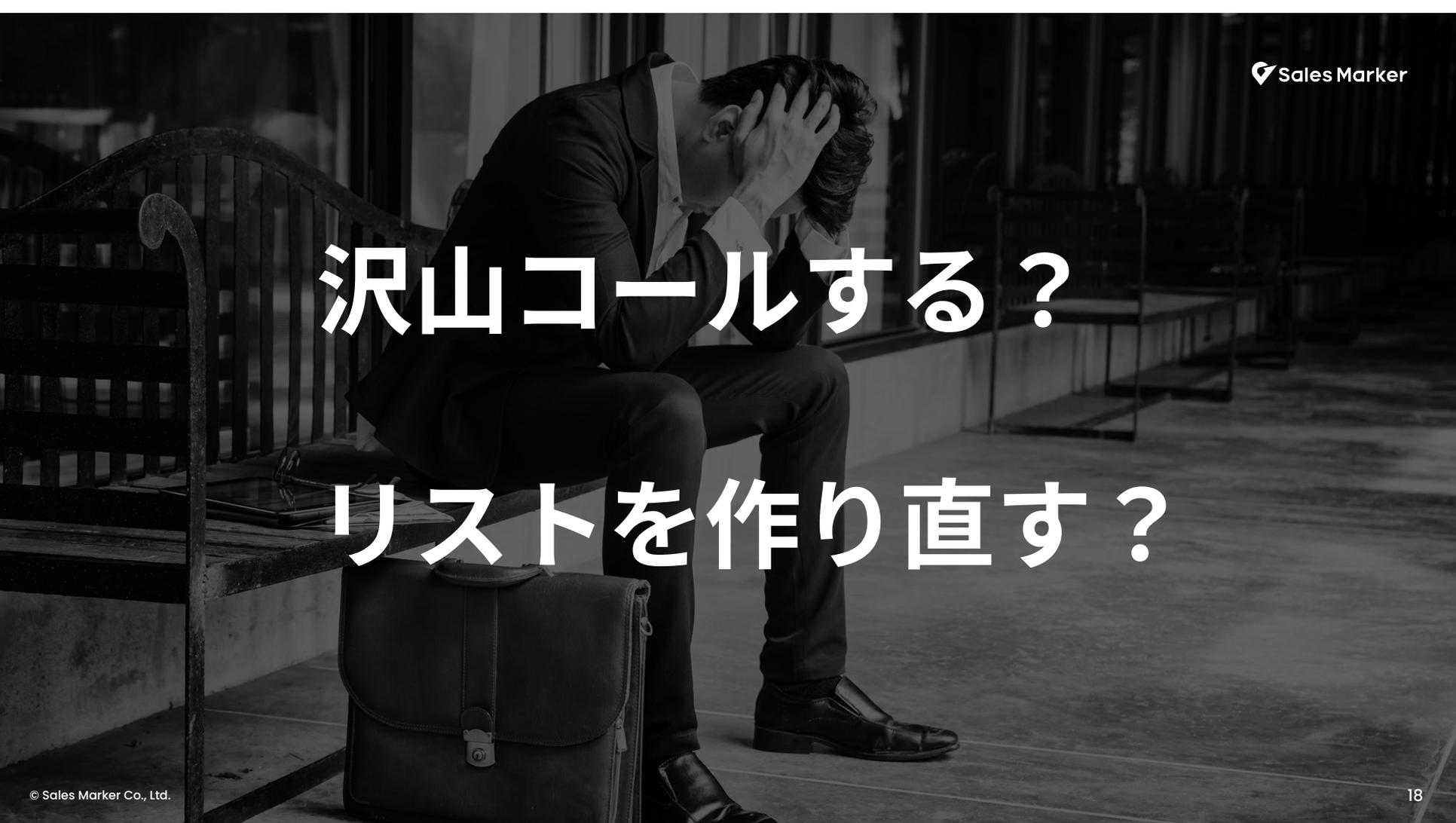
5 / 100



毎日**5**アポのノルマ  
夜まで**100**件以上の架電



現実問題として  
100件の架電で5アポは  
厳しい



沢山コールする？

リストを作り直す？

それは  
「非効率」でしかない

# インテントセールス

# 「行動データ」を活用した\_intentセールスが営業を変える

従来の「属性データ」に基づいた営業手法では、宝探しのように手当たり次第当たるしかありませんでした。一方で「行動データ」に基づいた顧客起点の営業手法なら、狙い撃ち営業を実現することが可能に。

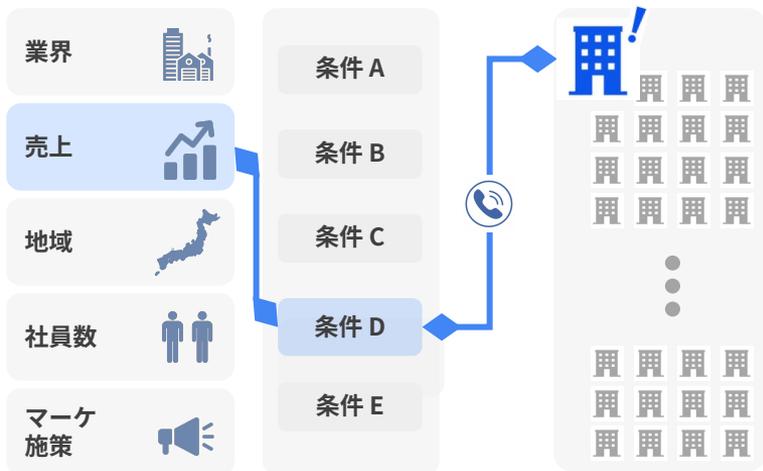
## 従来のアウトバウンドセールス



### 「宝探し」営業

ターゲット仮説で絞り込み

手当たり次第

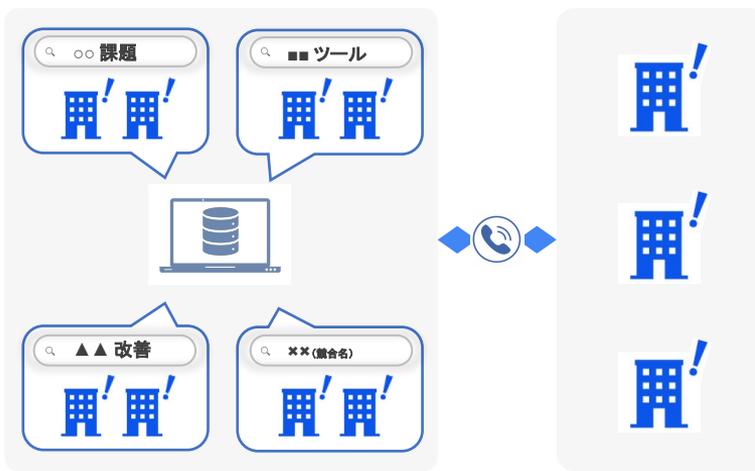


## intentセールス※

### 「ニーズ狙い撃ち」営業

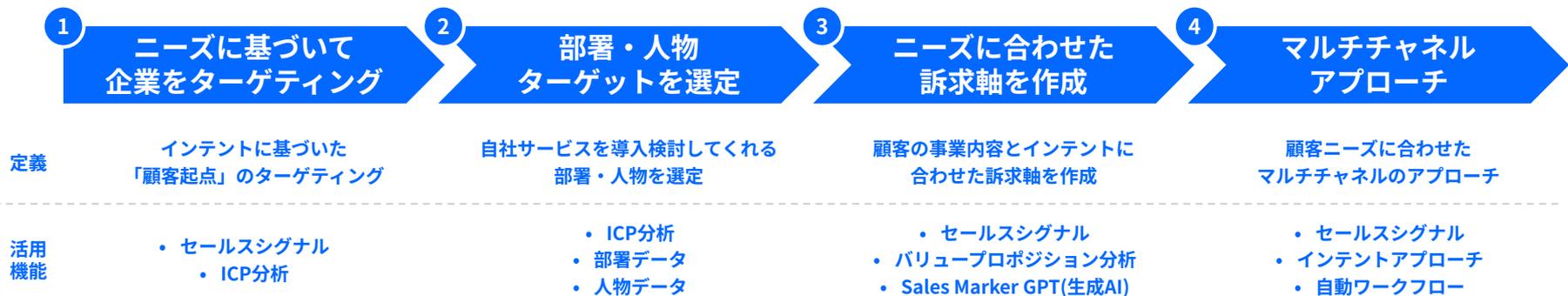
検索行動に基づいて絞り込み

ニーズ狙い撃ち



# \_intent セールスとは

intent セールスとは、企業の検索行動からわかるニーズに基づき、顧客起点で行う新時代の営業手法



※特許申請済み



## 非効率を解消し「営業」をアップデートする



インバウンドセールス



問い合わせされるまで  
見込み客の存在に気づかない



アウトバウンドセールス



アプローチ先にニーズが有るか分からず、  
手当たり次第で膨大な工数がかかる

# 非効率を解消し「営業」をアップデートする



インバウンドセールス

問い合わせされるまで  
見込み客の存在に気づかない



アウトバウンドセールス

アプローチ先にニーズが有るか分からず、  
手当たり次第で膨大な工数がかかる



Sales Markerによる

インテントセールス

興味を持ってくれた顧客に  
即座にアプローチをかけられる

- トークお題 -

AIやデータを活用した各社の取り組みをお聞きします

## 2. 商談・追客の最適化



# 追客のあるべき状態

最適なタイミングで最適な内容の追客を行い、購買をサポートする

	営業目線	顧客目線
目的	自社の受注	顧客の購買
タイミング	営業都合	顧客都合
内容	自社が確認したいこと	顧客が進めたいこと

# 追客のあるべき状態

最適なタイミングで最適な内容の追客を行い、購買をサポートする

営業目線

顧客目線

顧客の状況・興味関心に合わせて最適なタイミングで  
最適な内容のコミュニケーションを取り、顧客の購買が成功す  
るよう購買プロジェクトを牽引・サポートする  
「プロジェクトマネージャー」的な動きをする

顧客の購買

顧客都合

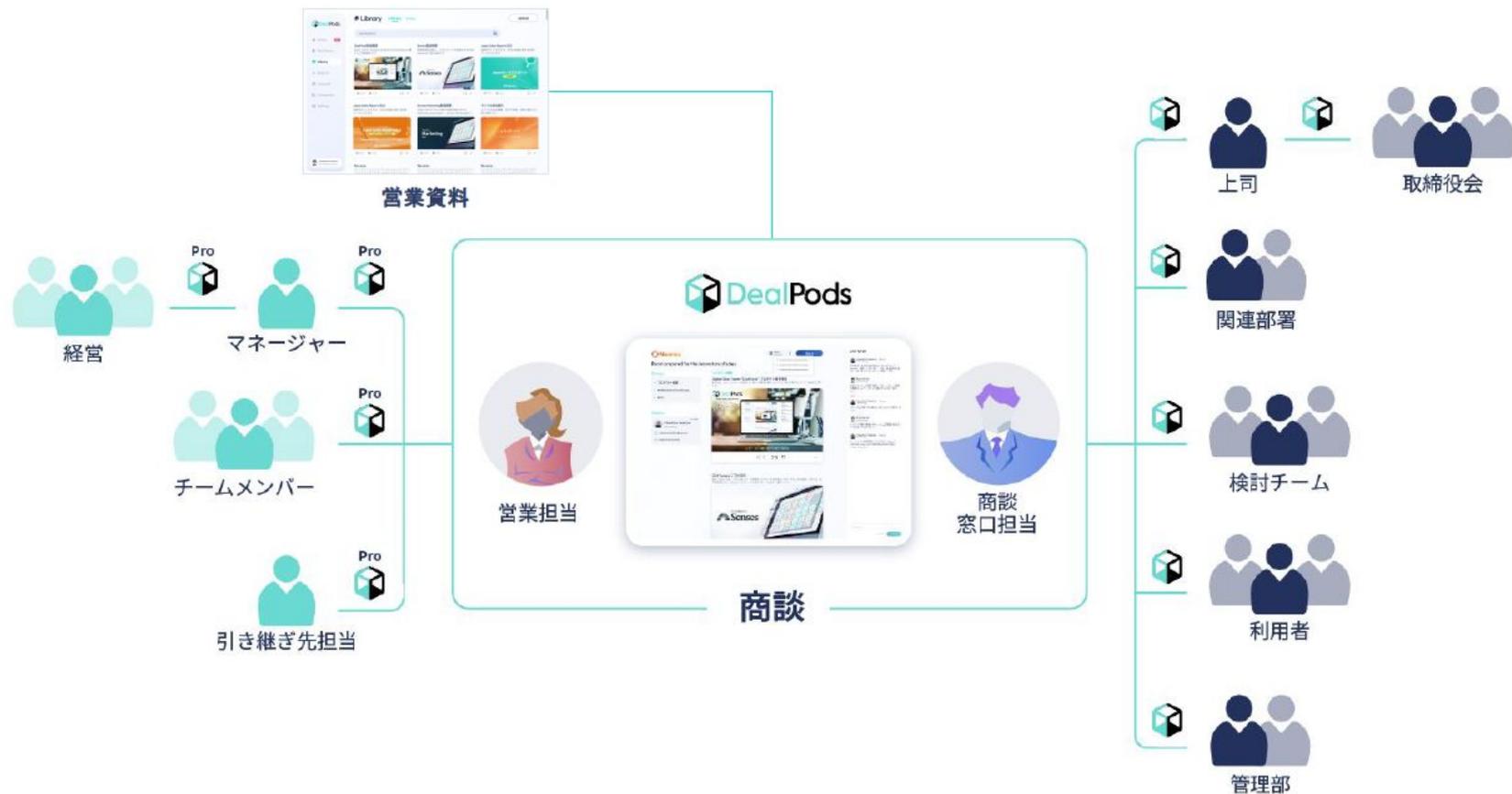
内容

自社が確認したいこと

顧客が進めたいこと

# DealPodsとは？

顧客と営業が共同で購買プロセスを進めるためのポータルサイト





The Buyer & Sales Enablement Platform

- トークお題 -

AIやデータを活用した各社の取り組みをお聞きします

## 3. トライアル有償化の最適化



# CSM

## Customer Success Marketing™

### カスタマーサクセスマーケティング™

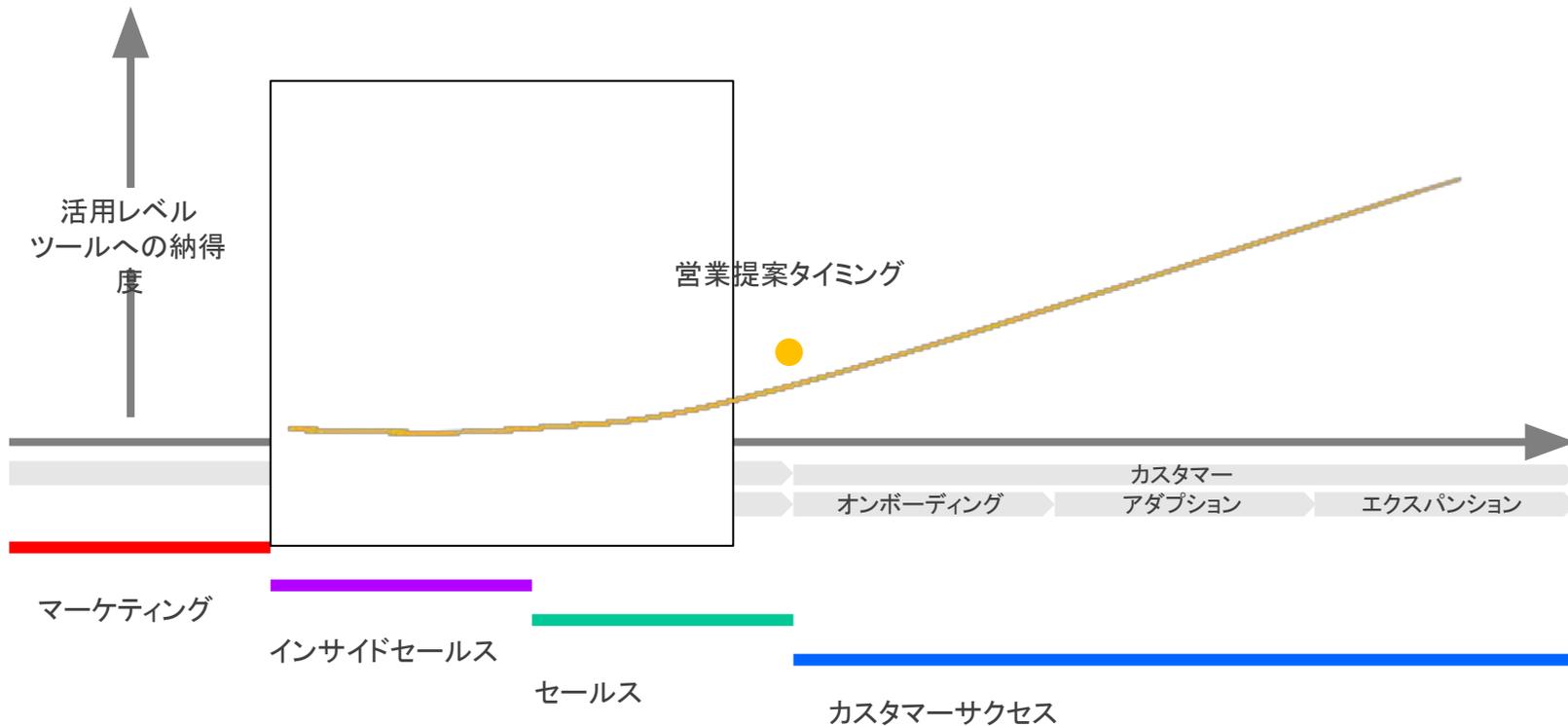
カスタマーサクセスマーケティング™は、  
2016年からBtoBにおけるフリーミアム戦略を展開してきた  
当社が推奨する新しいマーケティング手法の 1つです。

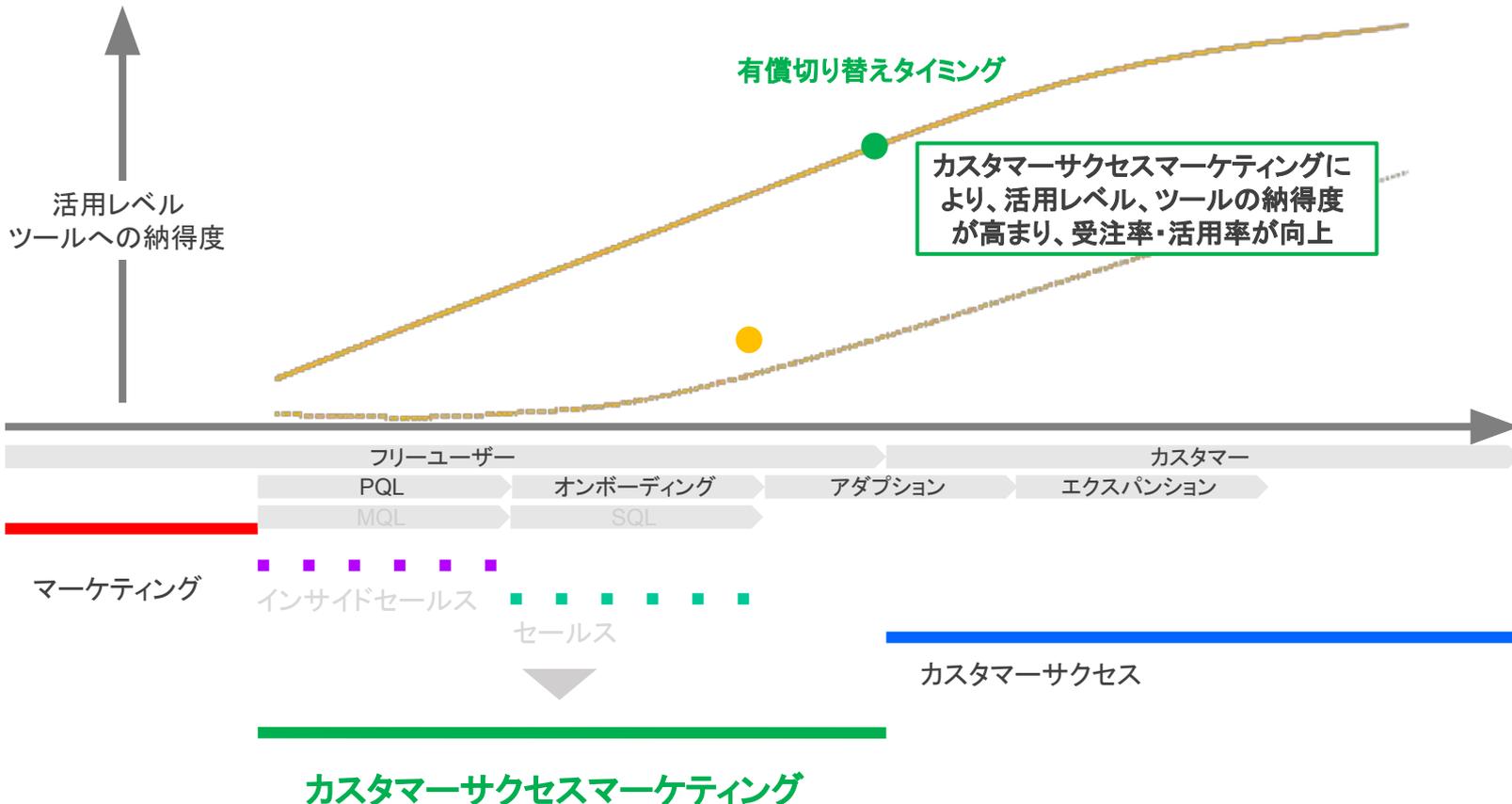
**カスタマーサクセスマーケティング™(CSM™)**とは  
フリーミアムモデルによって 契約締結の前段階からカスタマーサクセスを実施していくことで、**受注率と契約後のサービス活用レベル**を高める手法、活動のことを指します。

従来の場合ですと、マーケティングが獲得したリードをインサイドセールスによって ナーチャリングをし、セールスがクロージングをしてカスタマーサクセスに渡るのが 一般的です。

それに対してカスタマーサクセスマーケティング™は、マーケターがフリープランを獲得し、ユーザーの無料サインアップ後はカスタマーサクセスチームが 担当をし、オンボーディングを開始します。ここはもちろんテックタッチとロータッチを 駆使しながら効率よく行う必要はありますが、顧客がフリープランでもある程度の成果を上げられるところまでフォローすることで、自然と有料化につながることを目指します。

こうすることで、これまでインサイドセールスとセールスに人的資源を割いていた部分を カスタマーサクセスに投入することができ、顧客の満足度・成果をさらに高めていくことが 可能になります。



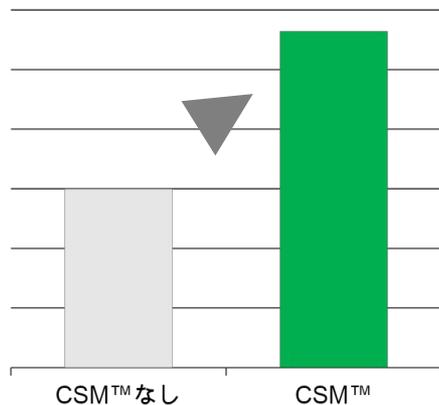




当社のカスタマーサクセスマーケティング™成果

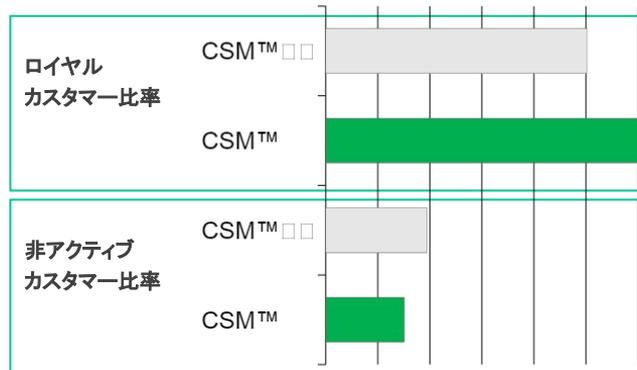
受注率

13.2%UP



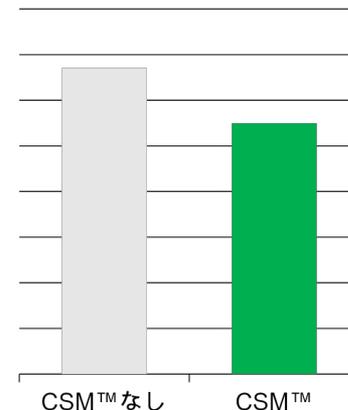
プロダクトアダプション率

5.0%UP  
2.2%DAWN



解約率

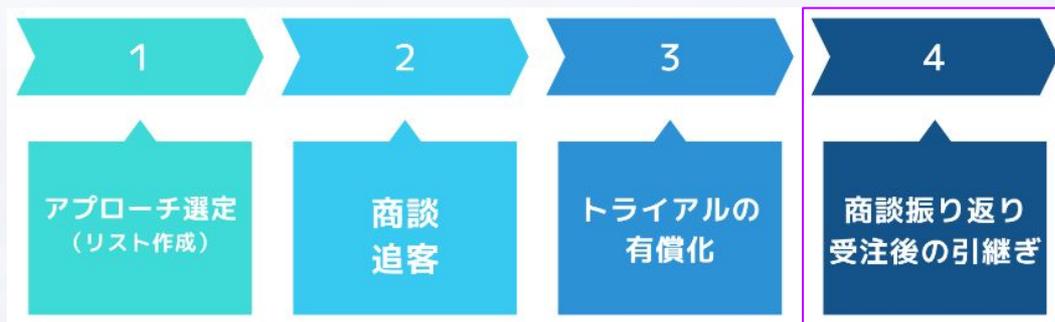
2.4%DAWN



- トークお題 -

AIやデータを活用した各社の取り組みをお聞きします

## 4. 商談振り返りの最適化



- 次回商談の提案の精度を高める
- 上長やCS部門への正確な共有/引き継ぎ

## 商談情報はブラックボックス化している

- ・ 商談中のメモや議事録だけでは情報は不十分だし主観的
- ・ そもそも忙しくてCRM/SFAへの記入漏れも多い



営業  
メンバー

- ・ お客様が何と言っていたか自信がない。。
- ・ 商談報告や共有に時間がかかる。。
- ・ 次回の提案方針はどうしよう。。

- ・ 事実と意見が混在してる。。
- ・ CRM/SFAに情報が無い。。
- ・ 具体的な指示が出せない。。



上長 / CS部門

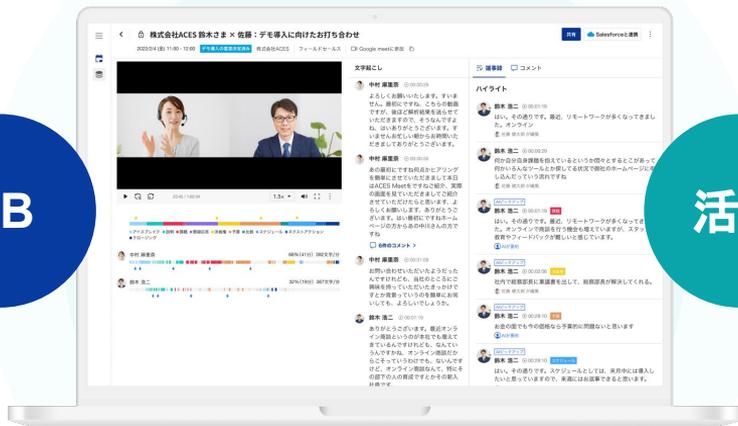
# ACES Meetとは

取得や活用が難しかったお客様とのやり取りをデータベース化し、営業力の強化に活用

お客様とのやり取り



お客様とのやり取りをDB化・活用する  
営業支援AIツール



営業力の強化

- 勝ちパターン
- スキルアップ・育成
- 商談記録・引継ぎ

# Thanks!

アンケートのご回答をお願いします。  
資料は回答後すぐお渡し、録画動画は後日ご案内いたします。

ウェビナーにご参加頂き、ありがとうございます。  
[続行]をクリックして簡単なアンケートにご協力ください。

下記の外部URLアクセスするとzoom.usから離れます  
<https://jp.surveymonkey.com/r/8GS9VMS>

本当に続行しますか？

続行

zoom.usにどどまる



画面を閉じるとご案内がでます

アンケート回答フォーム