



-ABM実践-

ABMを活用した「クロスセル戦略」の考え方

自己紹介



データ分析に基づいて成約確度が高いアプローチすべきアカウントを予測し、マーケティングと営業のリソースを集中させるための ABM分析プラットフォーム

SPEEDA

ビジネスパーソンの情報収集・分析における課題を解決する企業・業界情報プラットフォーム



ソーシャル機能を兼ね備えた、経済ニュースプラットフォーム



1万社を超えるベンチャー情報を収録する日本最大級のベンチャーデータベース

社名	株式会社FORCAS
代表取締役	佐久間 衡
事業内容	FORCASの企画・運営等

グループ会社	株式会社ユーザベース
代表取締役	稲垣 裕介 梅田 優祐
設立	2008年4月1日
資本金	13億5百万円
従業員数（連結）	約230名
事業内容	企業活動の意思決定を支える情報インフラの提供

ABMの定義

ターゲットアカウントを定義し、
アカウント別に営業、マーケティング情報を集約・分析し、
アカウント別に営業、マーケティング組織を再編成し、
ターゲットアカウントのLTV最大化を目指すマーケティング

はじめに

最近導入支援をさせていただく中で、
「ABMを用いてクロスセルを行っていきたい」という
ご要望が増えてまいりました。

これまでの「新規顧客開拓」における
ターゲティングやニーズとは明確に異なるという実感があり、
ニーズに応じたご提案に切り替える工夫をさせていただいております。

※ 新規開拓については、別資料をご提供しております。
<https://www.forcas.com/library/wp001-targeting.html>

今回は、この「**ABMにおけるターゲティング&クロスセル**」に
焦点を当ててご紹介させていただきます。

ターゲティング方針

ターゲティングの3つのユースケース

▶ 潤沢な顧客基盤と複数商材を所有する企業は、「クロスセル」が戦略の中心となる

	特徴	ニーズ
新規顧客開拓	シングルプロダクト 既存顧客は数百程度	既存顧客と類似ニーズを 持った潜在顧客の獲得
新規事業 立ち上げ	リリース一年未満のサービス 既存顧客はほぼいない	ニーズフィットした 先行ユーザーの獲得
今回はこの ユースケース について ▶	クロスセル・ アップセル	アプローチする 既存顧客の優先度を特定

ターゲティング方針

クロスセルを選択する企業の特徴

- ・潤沢な顧客データベースを持つ（数千～数万社）
- ・複数の商材・サービスを持つ

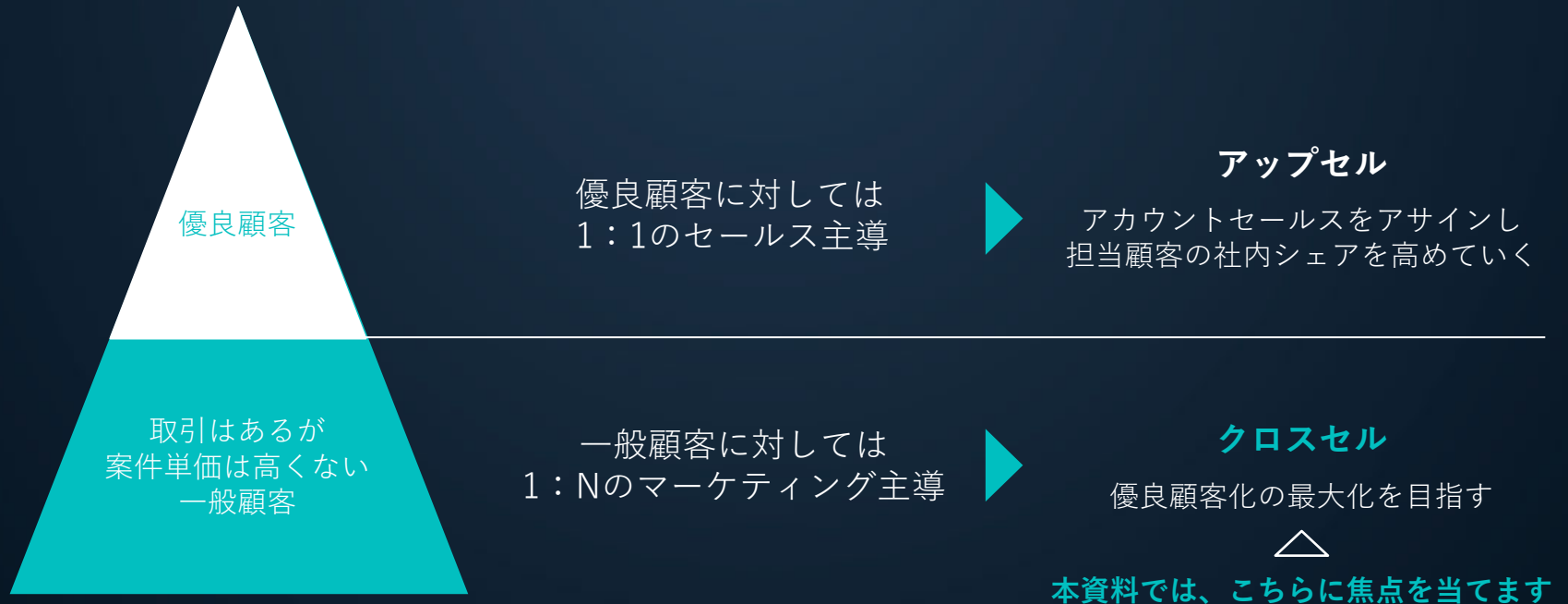


ターゲティング方針を考えるにあたり、顧客を
案件単価が高く継続率が高い「優良顧客」と
取引はあるが案件単価は高くない「一般顧客」の
2タイプに分けて考える



ターゲティング方針

- ▶ 顧客の重要度に応じ、リソースの濃淡をつけてROIの最適化を図る

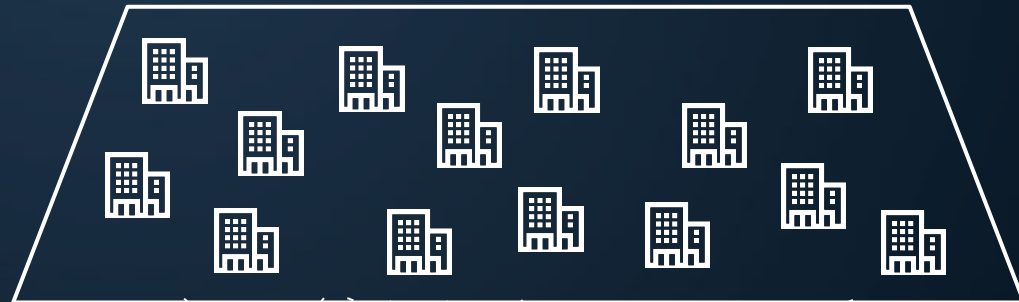


クロスセルにおける課題と解決策

クロスセルにおける課題

- ▶ 数千～数万ある一般顧客に対して、複数ある商材をいかにマーケティングで価値訴求していくのかがクロスセルを実現していくための肝であり、マーケターが最も頭を悩ませるテーマ

一般顧客（数千～数万社）



商材ごとにニーズがありそうな顧客を特定し、それぞれコンテンツを設計し、該当コンテンツを届けられれば良いが、パターンが多すぎて現実的ではない

N:Nの状況下でいかにマッチングを最適化するか？

複数の
自社商材



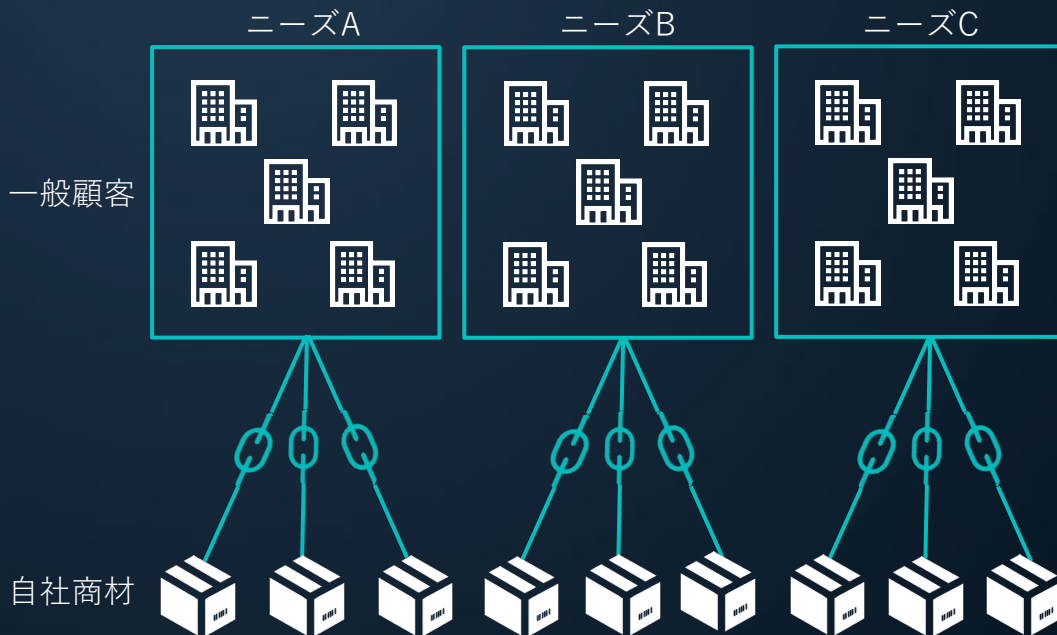
解決策：ユーザーニーズで顧客と商材をマッチング

- ▶ そこで、切り札となるのが「ユーザーニーズで顧客と商材をマッチングする」こと

ユーザーニーズとは
顧客の求めるもの・課題感・要望

ユーザーニーズで
顧客と商材をグルーピングし
ニーズ起点でマッチング

ニーズがある顧客に対して
欲しい商材情報をダイレクト
かつ効率的に届けることが可能



ユーザーニーズを見つけるヒント

- ▶ ユーザーニーズを見つけるには、そもそも優良顧客はなぜ自社商材を初期購入し、さらに別商材の追加購入に至ったのかを考えることがヒントとなる

顧客ニーズと自社商材の価値がマッチしたことによって初期購入に至り、実際にニーズが実現したという成功体験が満足度を高め、さらに派生ニーズを別商材でさらに解決したという成功パターンが存在する

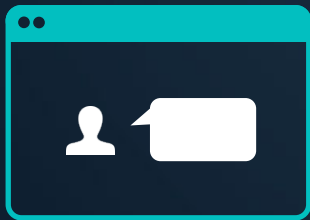
優良顧客

取引はあるが
案件単価は高くない
一般顧客

ユーザーニーズは優良顧客の「導入理由」から考える

- ▶ ユーザーニーズを考える上で、優良顧客の「導入理由」が最も貴重なインプットとなる例) 優良顧客は何を購入しているのか、なぜ導入に至ったのか

優良顧客の「導入理由」を知る方法



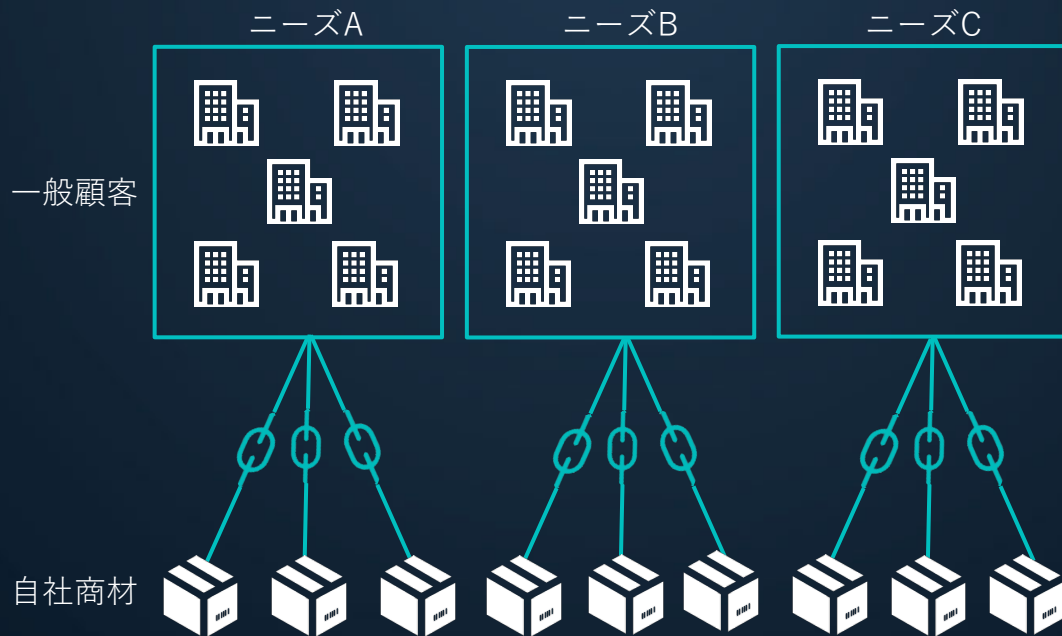
HPに掲載している導入事例



CRMやSFAに蓄積された案件情報

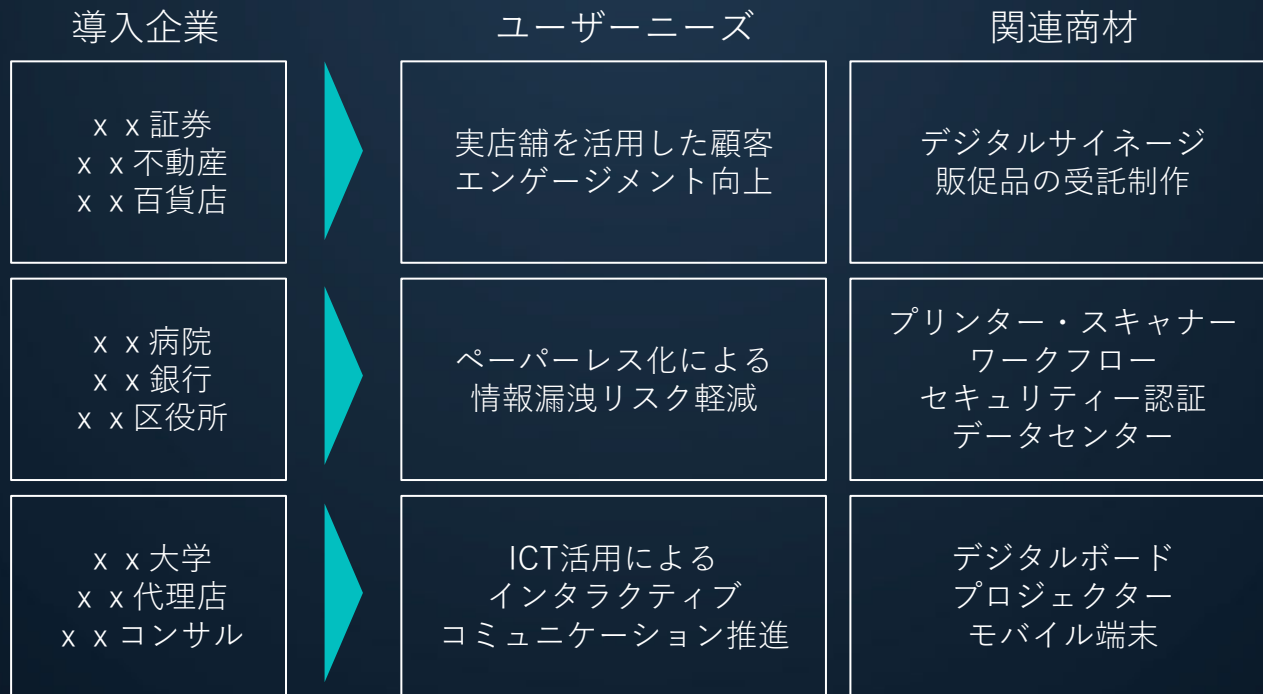
ユーザーニーズは優良顧客の「導入理由」から考える

- ▶ 優良顧客の導入理由から購入パターンを見極めることで、「ユーザーニーズ」と「関連商材」でグルーピングが可能



ユーザーニーズは優良顧客の「導入理由」から考える

▶ ある企業のグルーピング例



ユーザーニーズの精度を高めるコツ：仮説を営業へヒアリング

ユーザーニーズの仮説を営業へヒアリング

さらにマーケティングが設計したユーザーニーズを顧客接点がある営業にヒアリングすると思わぬ気づきを得られることがある

例)
A社は社長からの引き合いで取れただけでニーズはあまりなかった

仮説検証がマーケティング戦略の実行度を高める

導入理由という事実からマーケティング主導で仮説を立て、営業と実情と合っているか検証するというプロセスが、ユーザーニーズの設計精度を高めるコツ

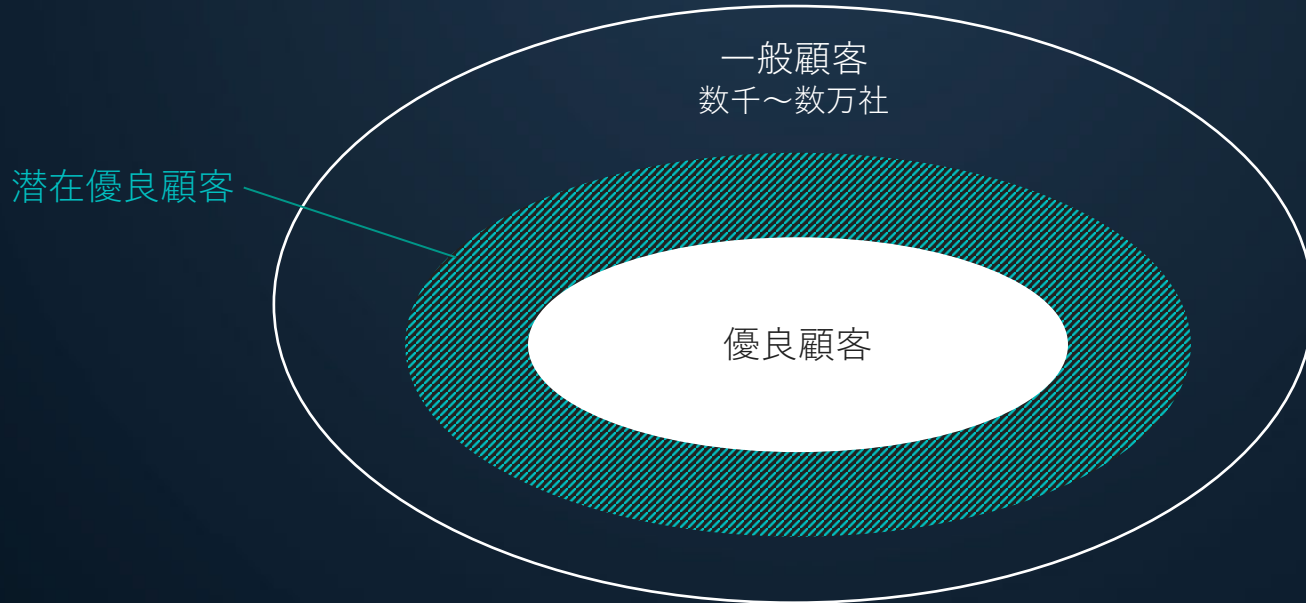
マーケティング後段での営業との連携強化につながる



類似ニーズがある顧客を特定する

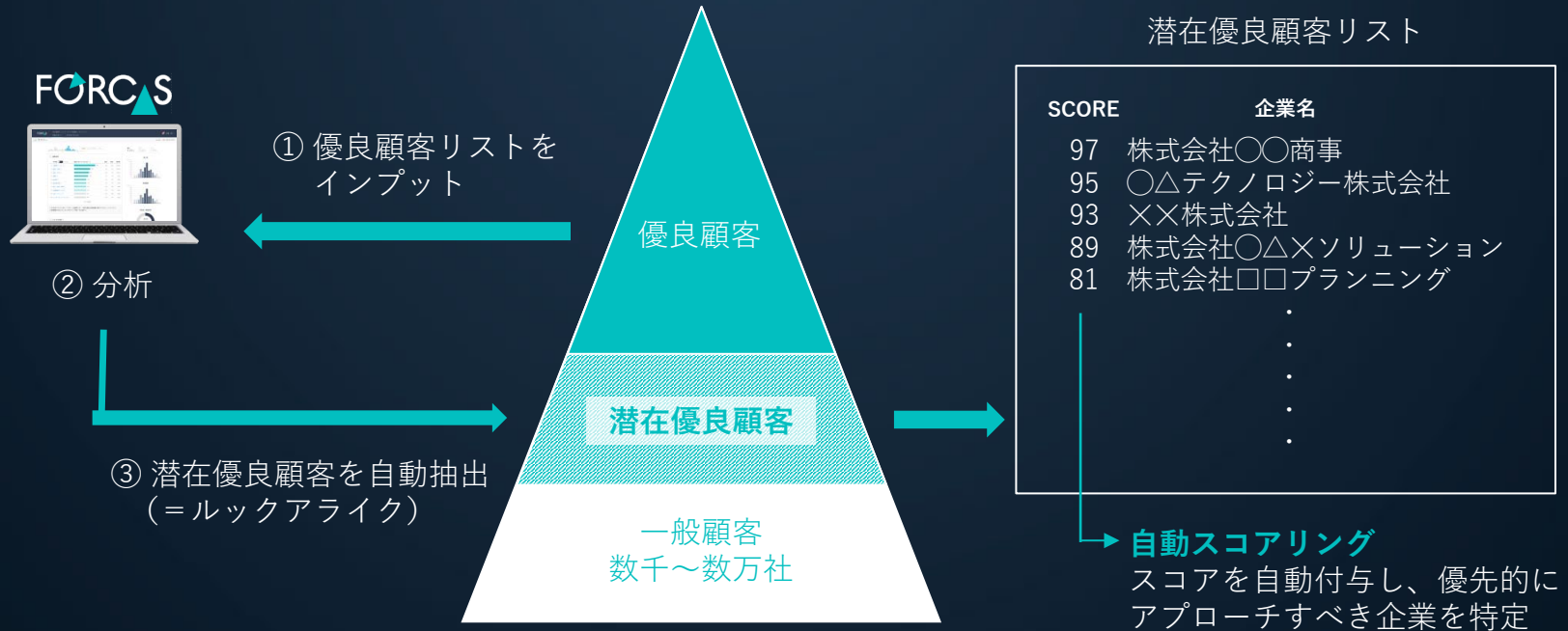
ニーズがある「潜在優良顧客」を特定する

- ▶ ユーザーニーズの設計までできたら、一般顧客数千～数万社の中からニーズがありそうな顧客、つまり優良顧客と類似ニーズをもつ「潜在優良顧客」を特定する







FORCASを活用し「潜在優良顧客」を自動抽出する

- ▶ FORCASの分析を利用することで、優良顧客リストを用いて、潜在優良顧客を自動抽出



FORCASを活用し「潜在優良顧客」を自動抽出する

- ▶ 潜在優良顧客の中でもさらに優先度を特定し、マッチする商材を特定する

企業名	商材A 	商材B 	商材C 	商材D 
株式会社〇〇商事	取引済	11	90	35
〇△テクノロジー株式会社	55	取引済	30	88
××株式会社	取引済	50	70	65
株式会社〇△×ソリューション	97	45	取引済	63
株式会社□□プランニング	50	38	62	取引済

クロスセル
可能性高

FORCASを活用し「潜在優良顧客」を自動抽出する

- ▶ さらに、ユーザーニーズにフィットした関連キーワード(=シナリオ)を自動 Recommend



FORCAS



自動 Recommend

例) 「実店舗活用した顧客エンゲージメント向上」

関連シナリオ

BtoC
新規拠点・店舗立ち上げ
顧客志向
デジタルマーケティング推進
IT投資

⋮

商材の提案方法 (売り方) がわかる

マーケティング活動・営業活動に落とし込む

FORCASについて

FORCASオリジナルの構造化されたデータベース



シナリオ（ユーザーニーズを
データ化した企業タグ情報）の蓄積



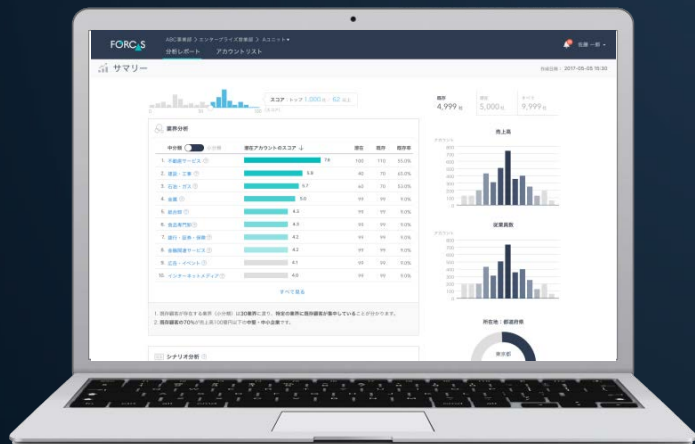
シナリオと企業の
マッピングアルゴリズム



類似ニーズを持つ潜在優良顧客の自動抽出を実現

FORCASについて

FORCAS



FORCAS（フォーカス）とは、2017年5月にリリースしたユーザーベースグループの新サービス

データ分析に基づいてアプローチすべきアカウントを予測し、セールスとマーケティングのリソースをターゲットアカウントに集中する、という戦略的にB2Bマーケティングを実現することを強力にサポート

ABMの実行をサポートし、データ分析ドリブンな次世代のB2Bマーケティングを実現するサービス

おわりに

ABMを成功させるための最も重要な変数



ABMプロセスのサイクル数 = 仮説検証の絶対量



FORCASは、ユーザー様がABM運用サイクルを超高速化することで仮説検証の絶対量を飛躍的に高め、結果ABMを成功に導くことができるプラットフォームを目指しています。

その他おすすめ資料のご紹介



-ABM入門-

『実は知られていない良いターゲティングと悪いターゲティングの違い』

無料でご提供中

ターゲティングやユーザーニーズの考え方について、詳しくご紹介しております。弊社セミナーでも利用しており、大変ご好評いただいている資料です。

ご希望の方は、弊社インサイドセールスチームまでお気軽にご連絡ください。

03- 6386-5154

<https://www.forcas.com/library/wp001-targeting.html>

↑ 上記から無料ダウンロードも可能です

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

【お問い合わせ】

株式会社FORCAS（フォーカス）
マーケティング&インサイドセールスチーム

03- 6386-5154
<https://www.forcas.com/>