自社のホームページは宝の山

BtoB企業が行うべき
新規開拓につなげるためのアクセス解析の方法

2022.2.24

IT Communications

会社紹介

名　　称　：	株式会社 ITコミュニケーションズ （日本経済広告社 グループ）
代 表 者　：	代表取締役社長　池田 俊幸
所 在 地　：	〒101-0052 千代田区神田小川町2-5-1　　オーク神田小川町ビル 7F
連 絡 先　：	TEL：03-5282-8081(代表) FAX：03-5282-8089
設　　立　：	2007年4月※株式会社日本経済広告社（ADEX）より分社
資 本 金　：	6,000万円
U　R　L　：	https://www.it-comm.co.jp

デジタル領域に特化したマーケティングエージェンシーとして分社化

【主なサービス】

○総合広告サービス

媒体を活用して貴社に最適なメディアプランニングをご提案

○販促企画・制作・運営

スピード＆クオリティで対応する「販促企画」「制作」「運営」

○マーケティング支援

「生活者の声」の分析支援から活用方法の支援を
ワンストップでご提供

○リードファインディングツール「シナプス」

未来の顧客を見つける、個人・企業名がわかるアクセス解析を実現する「シナプス」

○WEB制作・運用

広告のLanding Pageやインタラクティブなキャンペーンサイト、
さらにコーポレートの公式サイトまで目的を実現するための最適なWEBサイト制作/運用をご提供

○展示会・セミナー・イベント

"売り"を実現する企画力と運営力で「展示会・セミナー・イベント」をサポート」

○システム開発

マーケティング、経営戦略をサポートするITシステムの構築

Copyright 2022 IT Communications Inc.

本日の内容

BtoB企業が行うべき
新規開拓につなげるためのアクセス解析の方法

1. 集客
   - BtoBオンライン広告の紹介

2. アクセス解析
   - アクセスデータを営業活動へ活用するポイント

Copyright 2022 IT Communications Inc.

集客メディア（手法）あれこれ

Web広告

- リスティング広告
- Facebook広告
- ディスプレイ広告

自然流入・SEO

テレアポ

メルマガ

プレスリリース

展示会/セミナー

TV/ラジオ/新聞/雑誌

郵送DM

FAX DM

Copyright 2022 IT Communications Inc.

Facebookリード獲得広告の掲載イメージ

Facebookのフィード上から直接入力フォームへ誘導し、コンタクト情報を取得

※獲得したリードはクライアントFacebookページからCSVダウンロード可

Copyright 2022 IT Communications Inc.

アンケートアド

アンケートの調査パネルを利用した広告配信

AQ20_12　職場での業務への関わり方／衛生・福利厚生サービス（飲食販売機含む）【202110】（ＳＡ）

		回答数	%
全体		250630	100.0
1	中心的な立場	18872	7.5
2	検討や運用に主体的に関わる立場	10288	4.1
3	指示を受けて受動的に関わる立場	13402	5.3
4	関わっていない	208068	83.0

AQ20_13　職場での業務への関わり方／社内設備（ビル・店舗設備）【202110】（ＳＡ）

		回答数	%
全体		250630	100.0
1	中心的な立場	17760	7.1
2	検討や運用に主体的に関わる立場	10611	4.2
3	指示を受けて受動的に関わる立場	12739	5.1
4	関わっていない	209520	83.6

AQ20_14　職場での業務への関わり方／情報セキュリティ【202110】（ＳＡ）

		回答数	%
全体		250630	100.0
1	中心的な立場	20634	8.2
2	検討や運用に主体的に関わる立場	11395	4.5
3	指示を受けて受動的に関わる立場	15941	6.4
4	関わっていない	202660	80.9

AQ20_15　職場での業務への関わり方／法務　関連【202110】（ＳＡ）

		回答数	%
全体		250630	100.0
1	中心的な立場	19458	7.8
2	検討や運用に主体的に関わる立場	10777	4.3
3	指示を受けて受動的に関わる立場	13783	5.5
4	関わっていない	206612	82.4

アンケートに回答

ウェブサイトへ誘導

Copyright 2022 IT Communications Inc.

オンライン広告 ターゲティング技術の転換期

今後は、サードパーティクッキーの利用が制限され、ターゲティングが見直される時代に

Copyright 2022 IT Communications Inc.

サードパーティクッキーを使用しない広告例

IPアドレス指定配信 ＝ **サードパーティークッキーを使用しない。特定の企業を対象とするABMアプローチにも有効**

Copyright 2022 IT Communications Inc.

IPアドレス（企業）指定の広告配信はご実施されましたか？

実施したことがある

実施したことはない

Copyright 2022 IT Communications Inc.

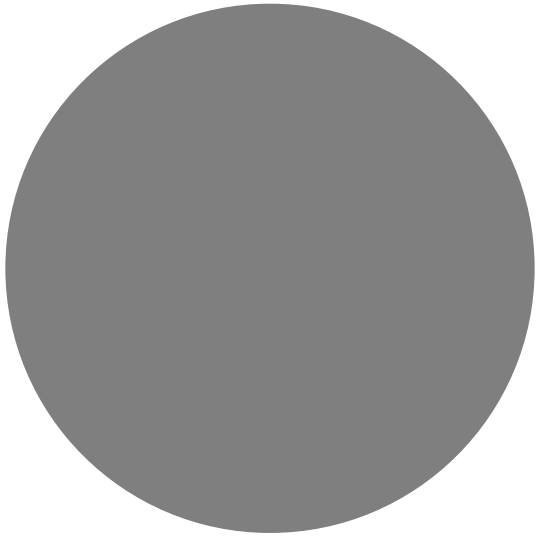
オンライン広告におけるターゲティング例

IPアドレス指定配信 ＝ サードパーティークッキーを使用しない。特定の企業を対象とするABMアプローチにも有効

Copyright 2022 IT Communications Inc.

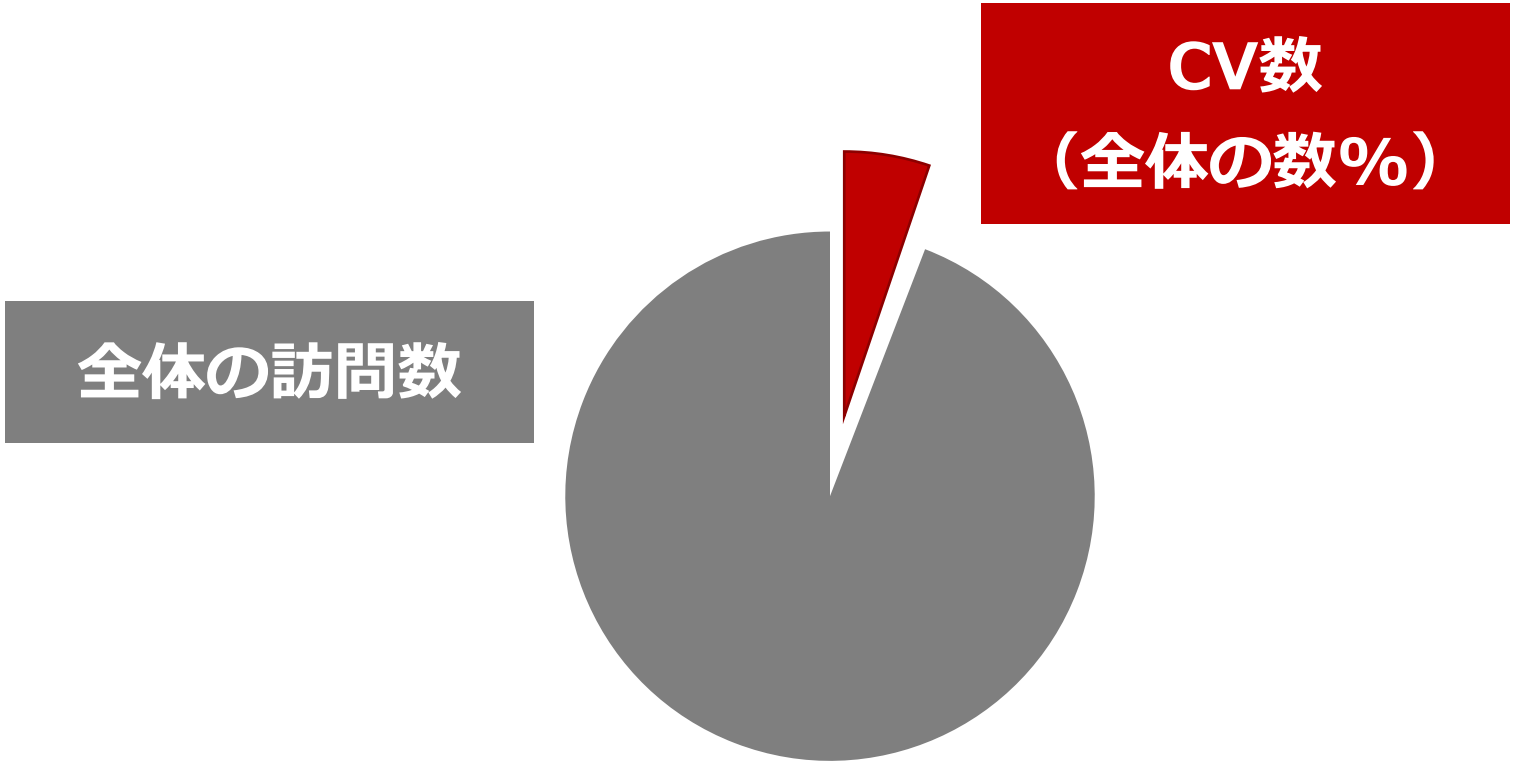
訪問した人のうち、CVする人は？

全体の訪問数



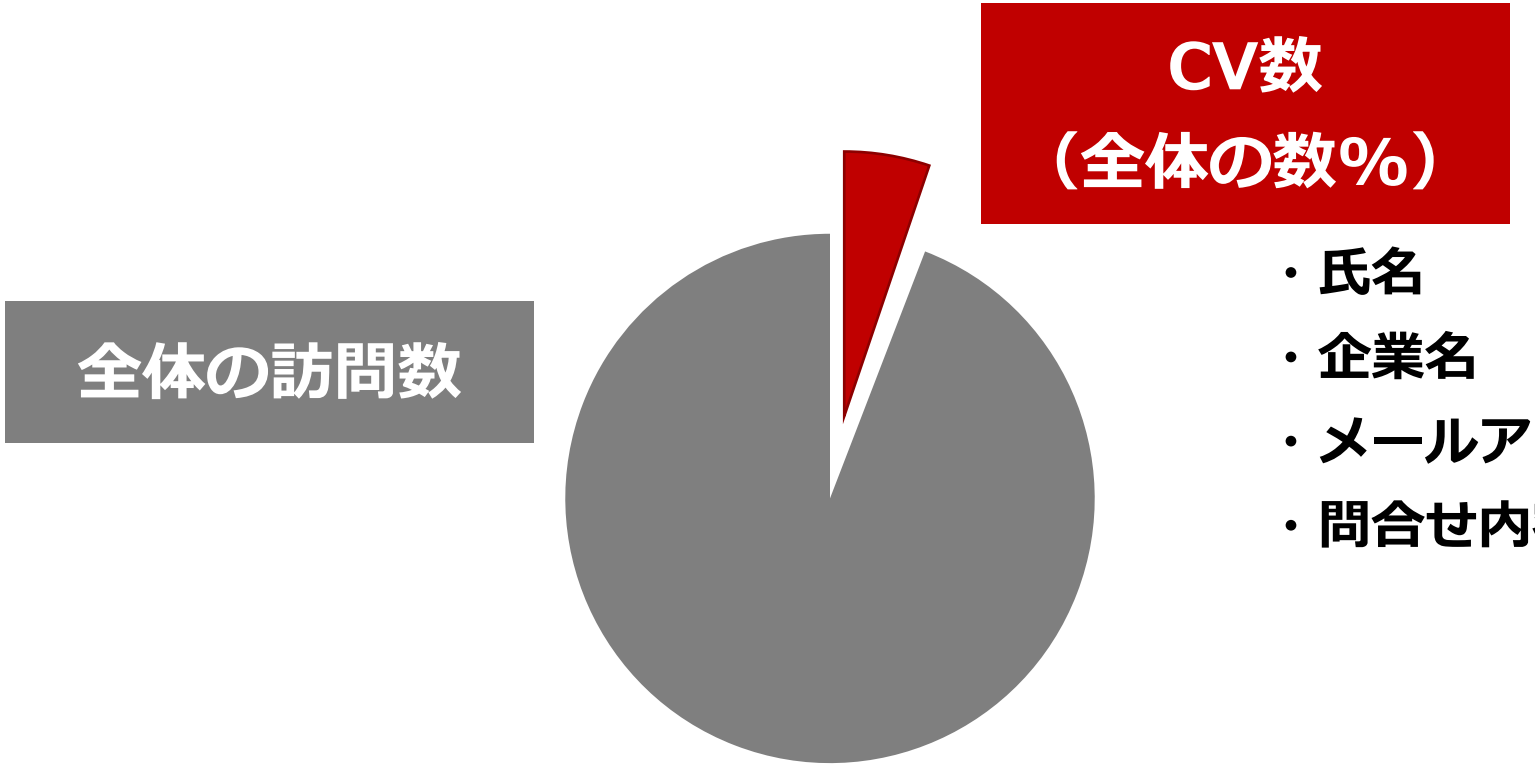
Copyright 2022 IT Communications Inc.

訪問した人のうち、CVする人は？



Copyright 2022 IT Communications Inc.

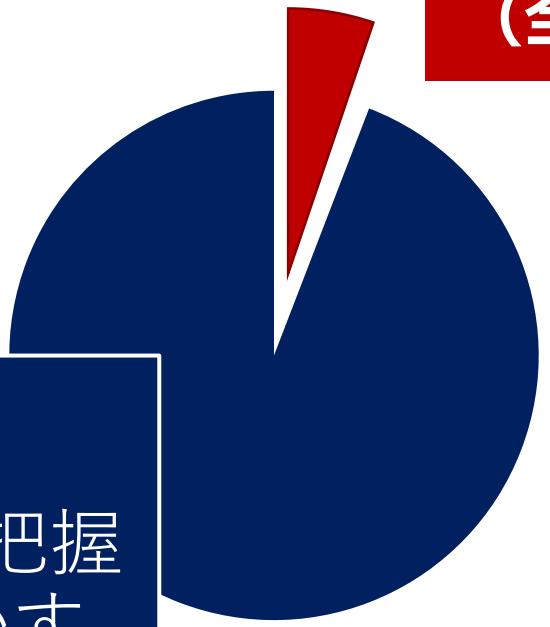
CVした人の傾向は？



- 氏名
- 企業名
- メールアドレス
- 問合せ内容

Copyright 2022 IT Communications Inc.

CVした人の傾向は？



CV数
（全体の数%）

- 氏名
- 企業名
- メールアドレス
- 問合せ内容

CVしていない人

この領域を
アクセス解析により把握
その後の活動に活かす

Copyright 2022 IT Communications Inc.

アクセス解析によって分かること

企業名毎のPV数

新規顧客の開拓に向けた活用イメージが沸かない

企業属性を付与

企業名	PV
株式会社シナ堂	55
株式会社日本ソリューションズ	35
日本コミュニケーションズ	33
さしすせそ生命保険株式会社	33
株式会社山口センター	30
株式会社岐阜銀行	28
株式会社岐阜ベンチャー	26
株式会社島根マーケティング	25
株式会社奈良ソフト	23
株式会社日本コミュニケーションズ	22
株式会社グレートミラクル	21
株式会社多治見バンク	21
株式会社山口ビジネス	20

既に取引きのある企業（既存顧客）

まだ取引きがない企業（見込み顧客）

販売パートナー・協力会社

同業界、競合企業

Copyright 2022 IT Communications Inc.

アクセス履歴データと企業属性によってわかること

アクセス履歴データ	想定される仮説	誰が見ているのか？
製品ページに多くのアクセス（PV）がある	製品ページが人気である（見込み顧客が見てくれているのではないか？）	エンドユーザー企業 販売パートナー企業 競合企業
ユーザー数は増えていないがページ全体のアクセス数が多くなっている	興味度の高いユーザーの訪問	企業とブラウザ数 ↓ 採用ページもよく見ている ↓ 転職先として、仕事の内容を理解しようとしている可能性

Copyright 2022 IT Communications Inc.

アクセス履歴データと企業属性によってわかること

アクセス履歴データ	想定される仮説	誰が見ているのか？
販促キャンペーン　事例 ※流入元キーワード	販促キャンペーンの実施を検討しており、事例に興味のある見込み顧客が訪問しているのでは？	エンドユーザー企業 競合企業
〇〇モーター　仕様 ※流入元キーワード	〇〇モーターの導入を検討している企業が訪問しているのでは？	エンドユーザー企業 大学

有力な仮説が立てられ、その後のアクションにつなげられます

Copyright 2022 IT Communications Inc.

シナプス：導入企業様の声

業種：製造業

職種：ウェブマーケティングご担当者

特定市場において、業界標準のポジションを築いている小型精密モーター専業メーカー様にて、シナプスをご導入。
シナプスをご利用いただいているご担当者様に導入後のインタビューをさせて頂きました。

ウェブサイトのアクセス数を報告するだけではわからないことを発見することができた

自社のウェブサイトのアクセス解析をしていると、特定のページへの訪問があることは確認できても「どこの会社の人」なのかわからず、具体的な次のアクションに繋がらない、という話題が社内で上がっていました。
MAツールならその課題を解決できるはず、ということでMAツールを含めた社内検討が始まりました。

MAツールの検討もしたが、初級者ツールとして最適ということでシナプスを選択

当社はデジタルマーケティングへの取り組み初期段階ということもあり、MAツールの検討はしつつも、まずは価格においても必要最低限に抑えておきたいというニーズがありました。
いくつかのツールと比較もしましたが、一番の決め手は価格の安さです。また、高機能で複雑なツールよりも、デジタルマーケティングの初級ツールとして最適である、とコンサルタントの方から紹介を受けたこともあり、導入を決めました。

サイトに訪問された方はどういう経路でお問合せに至るのか？という仮説が立てられるようになった

当社の場合は、問い合わせになりやすいのは3訪問20PV程度のアクセス数の訪問している人です。面白いことにそれ以上のアクセスがある場合は、競合企業などからの調査目的のアクセスなどの方が多いのです。
今回のように、「3訪問20PV」という基準がわかったのがよかったです。この傾向をさらに見てみると、具体的にどのページを見て、次にどのページを見て、さらにこのページを15分以上見ている、などです。当社の場合、これらの傾向に加えてリクルート（採用）のページを見て、最終的にお問い合わせに至る、というような必勝ルートが見えてきました。

中小企業のマーケターにおすすめできるシンプルなツール

シナプスで計測しているデータを毎月1回社内にレポートしているのですが、新規の見込み顧客だけではなく、既存顧客や数年前に商談をした後、休眠してしまっている顧客の情報などがキャッチできる点も役に立っています。
導入してみて、改めて感じるのは、どうしても費用は高額になりがちなMAツールの場合、費用対効果を考えると、その機能を使いこなさなくてはいけないプレッシャーがあると思います。シナプスは機能としては、必要十分であり、シンプルな使い勝手なので、中小企業の初心者マーケターにはおすすめですね。

（一部抜粋）

Copyright 2022 IT Communications Inc.

リードを見つけるアクセス解析ツール　シナプス

自社ホームページにて、ぜひお試しください

Copyright 2022 IT Communications Inc.

ご清聴ありがとうございました

Copyright 2022 IT Communications Inc.