



導入・活用支援サービス

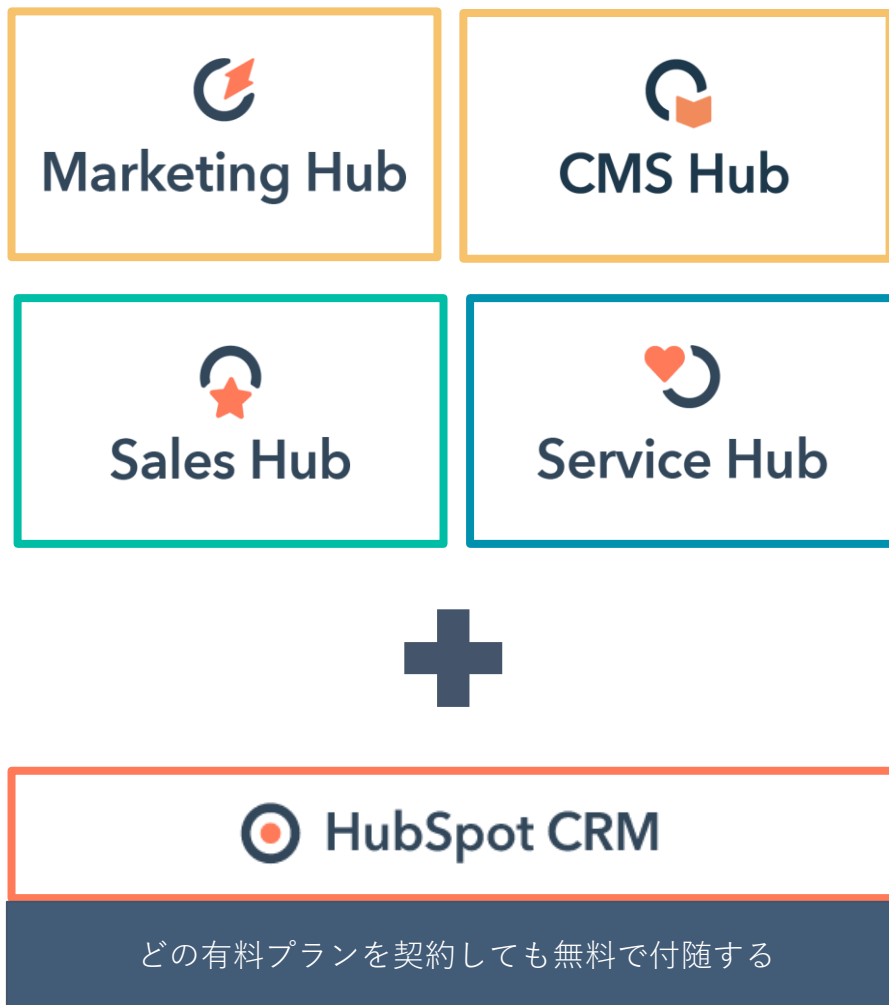
目次

- P3～ HubSpotの導入支援
- P13～ HubSpotの各ソフトウェアの機能
- P19～ HubSpotの各機能の詳細
- P45～ HubSpotの活用支援
- P51～ 事例

HubSpotの導入支援

HubSpotとは

HubSpotはマーケティング、セールス、顧客関係管理（CRM）をつなぐ総合的なソフトウェア製品を提供しています。単体でも大きなメリットがありますが、組み合わせることで何倍もの効果を発揮します。



Marketing Hub & CMS Hub

コンテンツの作成をし、Webサイトへの集客、CV率の向上、ホットリードの抽出ができます。見込客を惹きつけ、適切なメッセージを発信して関係構築をします。

Sales Hub

取引相手が抱える課題や目標を正しく理解して適切な解決策を提示し、継続的な信頼関係を構築します。また、営業活動の効率化も図れます。

Service Hub

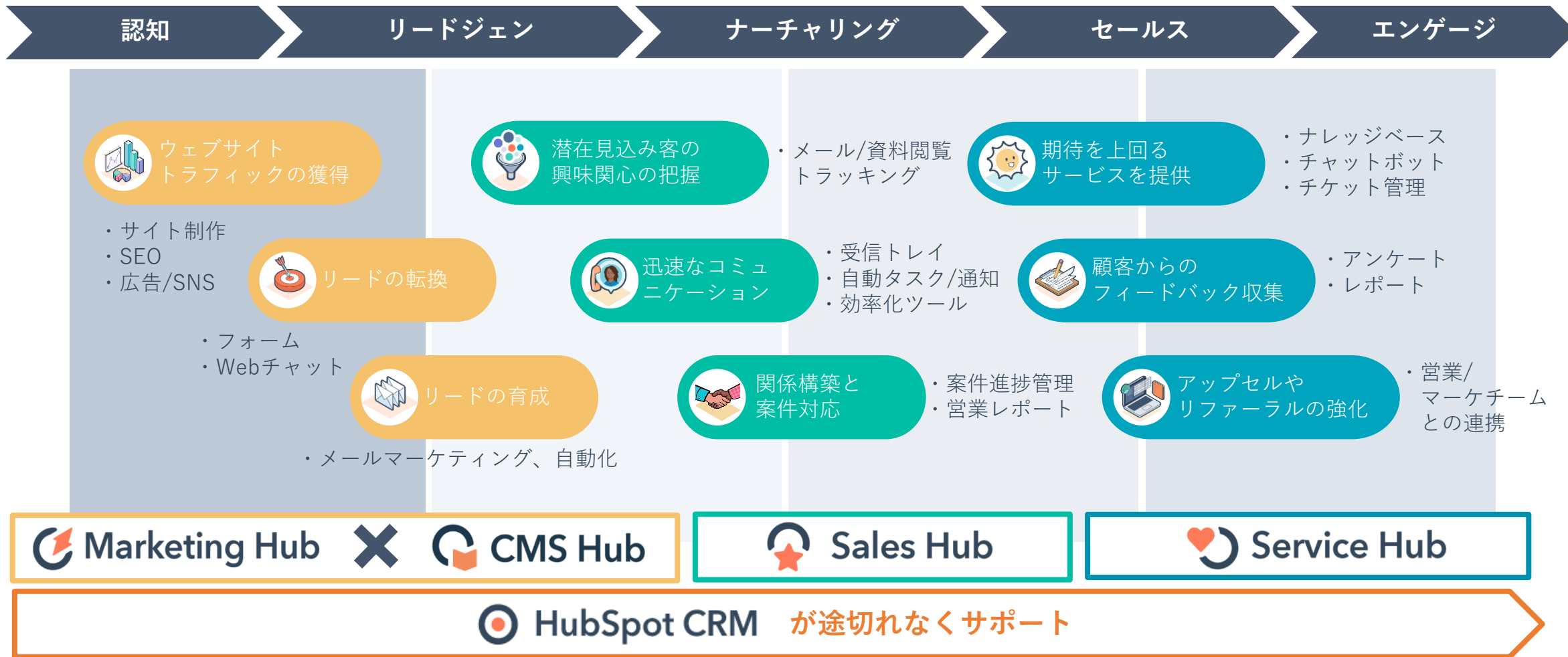
顧客に対してのサポート対応を一元管理することができます。期待を上回る価値と体験を提供し、目標達成を手助けすることで、自社のビジネスの推奨者を増やすことができます。

CRM

顧客情報を一元管理し、全チームのプロセスを統合します。

HubSpotの各ソフトウェアの役割

各フェーズの連携をスムーズにし、バイヤージャーニーを摩擦なく進めることができる



HubSpotの活用領域

認知

リードジェン

ナーチャリング

セールス

エンゲージ

オンライン広告



メディア広告



インサイド
セールス

セールス

カスタマーサービス



展示会



セミナー



ウェビナー

Marketing Hub



CMS Hub



Sales Hub



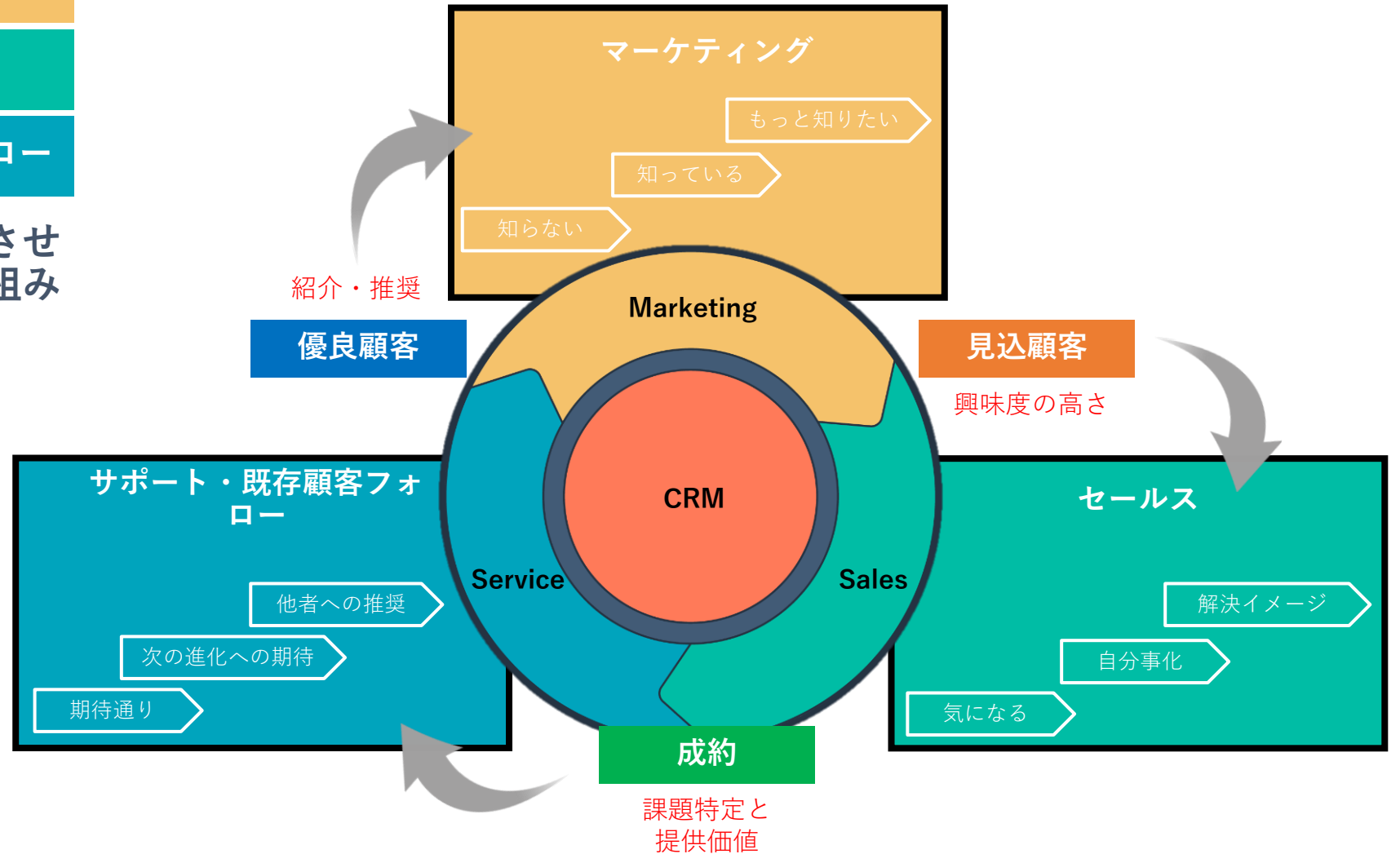
Service Hub

HubSpot CRM

HubSpot活用の考え方 - フライホイール

- マーケティング
- セールス
- サポート・既存顧客フォロー

現状の取り組みと連携させることで、新たな取り組みの効果が発揮される



株式会社ブイキューブ様の事例



設立年度：1998年

業務内容：ビジュアルコミュニケーションサービスの企画・開発・販売・保守を通じて企業の「働き方改革」を支援。（東証一部上場）

導入製品：CRM, Sales Hub, Marketing Hub, CMS

課題

- 問い合わせのコンバージョン数の低下
- 確度の高い見込み客が不明確
- マーケティング施策の効果が不明確
- 既存ツールの使い勝手が煩雑

HubSpot導入の効果

- マーケティング施策が商談の醸成や受注への程度貢献しているかを見える化
- 営業との連携も改善
- 運用者がツールを直感的に使い、コンテンツ作成も容易に

ユーザーコメント



「マーケティングと営業チームが会社の成長に責任を共に持つ、そのような「働き方改革」ができるマーケティング戦略で多言語展開をしていきたいと考えています」

(佐藤 岳 マーケティング本部長)



設立年度：2016年

業務内容：「世の中のミスマッチを無くす」というミッションを掲げ、高度なAIで、能力に最適な企業を自動分析する転職サービスを提供

導入製品：CRM, Sales Hub, Marketing Hub, Service Hub

課題

- 営業/サポートフローの属人化
- 顧客情報のブラックボックス化
- 顧客対応工数の肥大

HubSpot導入の効果

- 顧客のステージに応じた属人的でない営業フロー/サポートフローを構築
- マーケ/セールス/CS間で顧客情報を一元管理
- 顧客の状況に応じて、自動で対応できる部分は人の手を介さず対応可能に

ユーザーコメント



「HubSpotを導入してなにより良かったのが、マーケティング、セールス、カスタマーサクセスが同じ情報をシームレスに扱えるようになったことです。また、HubSpotは各部門に最適化されたツールがオールインワンの形で揃っているので面倒なつなぎ込み等がなく、非常にスムーズに導入をすることができました。」

丸山 裕太（カスタマーサクセスマネージャー）

HubSpotが提供するソフトウェア価格表

コンタクト数、ユーザー数が異なります

	Starter	Professional	Enterprise	
 Marketing Hub	¥ 5,400～	¥ 96,000～	¥ 384,000～	費用はマーケティングコンタクト数によって変動します
 CMS Hub	¥ 2,700	¥ 43,200	¥ 144,000	
 Sales Hub	¥ 5,400～	¥ 54,000～	¥ 144,000～	費用はソフトウェアの利用ユーザー数によって変動します
 Service Hub	¥ 5,400～	¥ 54,000～	¥ 144,000～	費用はソフトウェアの利用ユーザー数によって変動します

※金額はすべて月額利用料です
※各パッケージは機能やサポートに違いがあります
※各費用発生形式に応じて金額が変動します

組み合わせて購入も可能！

[価格表詳細はこちら](#)

他社ツール比較

	SATORI	Account Engagement (旧 Pardot)	HubSpot Marketing Hub
リード管理	○	○	○
オンライン 行動履歴管理	○	○	○
Webサイト/ オウンドメディア/ ブログ制作	△ ブログの制作はできません	△ ブログの制作はできません	○
フォーム作成	○	○	○
メール制作・配信	○	○	○
スコアリング設定	○	○	○
シナリオ作成	○	○	○
CRM機能	Salesforce CRMと接続するか、 他社の製品を購入する必要がある	Salesforce CRMと接続するか、 他社の製品を購入する必要がある	全てのプランに無料で使用可能
コスト	初期費用：330,000円 月額：162,800円～	Growth：150,000円/月 Plus：300,000円/月 Advanced：480,000円/月 Premium：1,800,000円/月	無料 Starter：6,600円/月 Professional：117,480円/月 Enterprise：422,400円/月

ご要件を最も効率的に満たす、オールインワンソリューションのHubSpotをご提案します

HubSpot導入・活用支援費用

HubSpot導入・運用支援

MA構築のためのプログラムの作成・構築・検証や、アカウントリスト、シナリオ制作のサポート、運用モデル構築サポートをいたします。

1,200,000円/3か月～

初期構築実施内容

- コンタクト定義（ペルソナ策定）
- シナリオ制作サポート
- メール設定

100,000円/月～

レポート実施内容

- 月次レビュー資料の作成と報告

+ 分析

（内容によって費用は変動します）

オウンドメディア構築

Hubspot CMSを使い、オウンドメディアを構築します。

2,200,000円～

初期構築実施内容

- 設計
- 構築
- テンプレート（ブログ、LP）
- ページ移行（10本）
- 操作レクチャー
- Hubspot設定

※トップ、詳細、Aboutページ、お問い合わせフォーム、資料DLフォーム、サンクスページ（PC/SP各）

ウェビナー配信

ウェビナーの配信・事務局業務の代行実施をいたします。

400,000～1,200,000円

実施内容

- 収録型/ライブ型のウェビナー配信
- 企画
- 運営

300,000円～

事務局実施内容

- 申込時の自動返信メールの作成
- 受講メールの作成・配信
- リマインドメールの作成・配信
- サンクスメールの作成・配信
- 申込フォームの作成
- アンケートの作成
- スコア付与の実施
- 簡易レポートの作成
- 申込件数報告
- 当日までの問い合わせ対応

定期メール配信

定期メールの配信代行をいたします。毎週1回の配信想定での金額となります。

100,000円/月～

実施内容

- メール内容制作
- 制作コンテンツをもとにした件名、アブスト作成
- メールテンプレートへの落とし込み
- 配信セット
- 配信

HubSpotの各ソフトウェアの機能



HubSpot Marketing Hubの主な機能

HubSpot Marketing Hubは主にマーケティング活動を行うためのHubです。
デマンドジェンに必要なフォーム作成・コンテンツ管理から、メール配信、スコアリングなどを備えます。

オンラインで見つけてもらう

-  ブログ
-  ランディングページ
-  コンテンツ戦略
-  SEO
-  ソーシャルメディア
-  広告

リードを獲得し育成する

-  メールマーケティング
-  マーケティングオートメーション
-  CTA
-  A/Bテスト
-  動画
-  フォーム
-  ウェブチャット
-  スマートコンテンツ

ROIを測定する

-  コンテンツレポート
-  参照元レポート
-  アトリビューションレポート

HubSpot CMS Hubの主な機能

HubSpot CMS Hubは、コンテンツを管理するためのシステムです。他社CMSと同様にウェブサイトやブログの構築、記事の公開ができます。他のHubと連携して、表示するコンテンツのパーソナライズなども可能です。

ウェブページを簡単作成

-  Webサイトページ
-  ドラッグ&ドロップエディター
-  SEO
-  フォーム/チャット
-  スマートコンテンツ
-  A/Bテスト

開発ツールでカスタマイズ

-  ローカル環境でのWeb開発
-  HubDBを使用した動的コンテンツ
-  サーバーレス関数
-  コードアラート
-  ウェブサイトテーマ

安全性・信頼性を高める

-  標準のSSL証明書
-  Webサイトのパフォーマンス監視
-  アクティビティログ
-  無休体制のセキュリティ監視と脅威検出

HubSpot Sales Hubの主な機能

HubSpot Sales Hubは、営業活動の効率化を図るためのシステムです。
メールのテンプレートの作成やワークフローに合わせたメールの自動配信の設定をすることができます。

営業活動を効率化

-  メールを追跡と通知
-  受信トレイの連携
-  タスクの自動化
-  メールシーケンス
-  コールログ

見込み客に合わせた対話

-  ミーティング
-  アクティビティ
フィード
-  ウェブチャット
-  1:1動画
-  ドキュメント

測定と改善活動

-  パイプライン管理
-  プロダクティビティ
レポート
-  取引の見通し

HubSpot Service Hubの主な機能

HubSpot Service Hubは、顧客からの問い合わせを一元管理するためのシステムです。顧客からの問い合わせ内容の一覧化、回答のテンプレートの作成、共有をすることができます。

コミュニケーションの管理

-  チケット管理
-  ウェブチャット
-  受信トレイ一元化
-  チームEメール
-  コールログ

顧客支援・満足度向上

-  ナレッジベース
-  Eメール
オートメーション
-  動画
-  タスク・
チケットステータス
の自動化
-  テンプレート

測定と改善活動

-  対応時間に
関するレポート
-  クローズチケットに
関するレポート
-  担当者別
プロダクティビティ
レポート
-  NPSアンケート

HubSpot CRMの主な機能

HubSpot CRM Hubは、顧客情報を一元管理できるシステムです。
Marketing HubからService Hubに至るまですべての情報を管理することができます。



各機能の詳細

- p18~21:Marketing Hub & CMS Hub
- p22~26:Marketing Hub
- P27~33:Sales Hub
- P34~42:Service Hub

キャンペーンやイベントの申し込み受付LPや、オウンドメディア用のブログを作成できます。

A/Bテストも
簡単に設定

The screenshot shows the HubSpot CMS editor interface. At the top, there are navigation tabs: 'コンテンツ' (Content), '設定' (Settings), '最適化' (Optimization), and 'スケジュール' (Schedule). A 'プレビュー' (Preview) button is in the top right. The main content area displays a blue-themed webinar landing page template with the title 'ウェビナータイトル' (Webinar Title) and a video player. The sidebar on the left contains a search bar for modules and two categories: 'テーマモジュール (6)' (Theme Modules) and '共通のモジュール (11)' (Common Modules). The 'テーマモジュール' category includes 'Button', 'Card section', and 'Logo gallery'. The '共通のモジュール' category includes 'Rich Text', 'Image', and 'Header'. A dark blue callout box on the right contains text about using default templates for efficiency.

デフォルトテンプレートを
活用しページ作成を効率化
自社でデザインした
テンプレートの作成も可能

見込み客を惹きつけるHubSpotのブログ戦略とは

2017年にハブスポットはblog.hubspot.comを内側から大改造しました。これまではニッチなキーワードによる検索で上位に表示されるようブログ記事を制作していましたが、特定のトピックを中心に関連性のあるブログ記事をグループ化するトピッククラスターに従ってブログサイトの構造を再編成したのです。ブログのインフラを作り変えることで、コンテンツ制作にトピッククラスター

お申し込みフォーム

会社名*

HubSpot Japan株式会社

姓* 名*

Help

フォーム、チャットはテンプレートを使用することもでき、自由にカスタマイズすることも可能

The screenshot shows the HubSpot form builder interface for an "イベント申し込みフォーム" (Event Registration Form). The interface includes a navigation bar with "更新" (Update) and "埋め込み" (Embed) buttons, and tabs for "フォーム" (Form), "フォローアップ" (Follow-up), "オプション" (Options), and "スタイルとプレビュー" (Style and Preview). A left sidebar contains "既存のプロパティ" (Existing Properties) and "新規作成" (New Creation) sections, with a "フォームフィールド" (Form Fields) section listing various field types: チェックボックス (Checkbox), ドロップダウン (Dropdown), 複数行テキスト (Multi-line text), ラジオ (Radio), 日付 (Date), ファイル (File), ヘッダーテキスト (Header text), 段落 (リッチテキスト) (Paragraph (Rich text)), and 画像 (Image). The main form area contains fields for "会社名 * company" (filled with "HubSpot Japan株式会社"), "姓 lastname" (last name), "名 firstname" (first name), "Eメール * email", and "電話番号 phone". There is also a checkbox for "個人情報取り扱いへの同意 * aaa" and a dropdown for "申し込みイベント event_flag" (selected as "2月1日セミナー"). A "送信" (Send) button is at the bottom left, and a "ヘルプ" (Help) button is at the bottom right.

ドラッグ&ドロップで項目編集
非表示項目の設定や、
前問回答に合わせて
表示させる項目等も簡単実装

The screenshot shows the HubSpot chatbot interface. It features a teal header with the "HubBot" logo. A message bubble contains the text "ご不明な点はございますか? ご遠慮なくお問合せください。" (Do you have any questions? Please feel free to contact us). Below the message are two buttons: "製品について知りたい" (I want to know about the product) and "価格について知りたい" (I want to know about the price), along with a "その他" (Other) button. A "送信" (Send) button is visible at the bottom right.

有人チャットもボットも作成可能
作成したチャットとフォームは
自社サイトにすぐに設置できる

トピッククラスター戦略に基づいたコンテンツ戦略を立案できる

トピッククラスター戦略に基づき
MECEにキーワードとコンテンツを
管理できるSEO戦略ツール

トピック・クラスター戦略とは：
大きな切り口のキーワードを
トピックと定義して親記事を置き、
それを中心として関連する
キーワードを含むサブトピック
の記事を配置し、リンク構造を
構築していく戦略

詳しくはHubSpotブログを参照
<https://blog.hubspot.jp/pillar-cluster-model-transform-blog>

SEOに戻る
インサイドセールス

日本

トピックの範囲 コンテンツのパフォーマンス

インサイドセールスとは
コンテンツURLを添付

外勤 内勤
コンテンツURLを添付

営業 効率化
コンテンツURLを添付

インサイドセールス
<https://blog.demospot.tokyo/biglytics-...>

トピックを管理

トピック

インサイドセールス

月間検索数
18,100

ピラーページ

添付されたコンテンツを削除

<https://blog.demospot.tokyo/biglytics-blog/-tempo...>

404

タイプ
ブログ記事

ステータス
● 下書き

ピラーページにリンク
リンクを確認

上位の検索クエリ

このページの上位の検索クエリ

HubSpotでのページ作成時のアドバイスや、SEO対策の推奨事項を確認できる

The screenshot displays the HubSpot CMS editor interface. On the left, a sidebar lists various SEO checks with green checkmarks indicating they are passed. The main content area shows a draft page with a title, author information, and introductory text. On the right, a '推奨' (Recommendations) panel lists several SEO items:

- オンページSEO**: 各ページの内容を検索エンジンが簡単に理解できるようになります。 (各ページの内容を検索エンジンが簡単に理解できるようになります。 まだスキャンされていません | [今すぐスキャン](#))
- メタディスクリプションを追加する**: メタディスクリプションは、読者や検索エンジンにコンテンツの目的を知らせるものです。通常、検索エンジンのランキングページに表示され、強力なメタディスクリプションを作成すれば、ユーザーによるページの訪問回数を増やすことができます。 [もっと詳しく](#) 2ページが該当 [ページを表示](#)
- 各ページにH1タグを1つ使用する**: H1タグを1つにすることで、検索エンジンも読者も内容を把握しやすくなります。H1タグがないか、または多用されているページがあります。 [もっと詳しく](#) 2ページが該当 [ページを表示](#)
- 画像に代替テキストを追加する**: 画像はコンテンツのわかりやすさを向上します。その内容を説明しましょう。 [もっと詳しく](#) SEOへの影響: 中 技術的な難易度: 中

Two callout boxes provide additional context:

- ブログ執筆時にリアルタイムで推奨事項を確認**: A blue callout box pointing to the left sidebar.
- ブログのオンページSEOやパフォーマンス/セキュリティ観点からの推奨事項を表示**: A large blue callout box pointing to the right sidebar.

フォーム登録のトリガーはもちろん、メールの反応状況に応じた送り分けも可能

The image displays a marketing automation workflow editor. On the left, a vertical sequence of steps is shown: 1. 'Contact registration trigger' (Contact登録トリガー) with a sub-step 'Form delivery' (フォーム送信) triggered by 'User entered Whitepaper Form on any page in the past' (過去に任意のページで[Demo] Whitepaper Formに入力した). 2. 'Send email' (Eメールを送信) action: 'Whitepaper DL thank you email' (資料DLお礼メール) with 0% click rate. 3. 'Delay' (設定された時間の遅延) action: 3 days. 4. 'Send email' (Eメールを送信) action: 'Whitepaper DL follow-up nurture email' (資料DL後ナーチャリングメール) with 0% click rate.

In the center, a 'Select Action' (アクションを選択) modal is open, listing various actions under categories: 'Delay' (遅延), 'Workflow' (ワークフロー), and 'Internal Communication' (内部のコミュニケーション). The 'Internal Communication' section includes: 'Send internal email notification' (内部Eメール通知を送信), 'Send internal marketing email' (内部マーケティングEメールを送信), 'Send internal SMS' (内部SMSを送信), and 'Send in-app notification' (アプリ内通知を送信).

On the right, a detailed view of an 'If/then branching' (if/then分岐) action is shown. It branches based on a response to a 'Marketing email activity' (マーケティングEメールアクティビティ) where a user clicked a link in a nurture email. The 'Yes' (はい-1) branch leads to 'Send email' (Eメールを送信) with the subject 'New market analysis guide released!' (新しい市場分析ガイドを公開!). The 'No' (いいえ) branch leads to another 'Send email' (Eメールを送信) with the subject 'Data analysis role information introduction' (データ分析に役立つ情報をご紹介します).

A callout box points to the 'Internal Communication' section of the action menu, containing the text: '申込後の通知や、イベント前のリマインドメール自動送信など、施策に合わせてシナリオ設定が可能。お客様のステータスに応じて次のアクションを切り替えられる。' (After application, notifications and automatic reminder emails before events, etc., can be set according to the strategy. You can switch the next action according to the customer's status.)

ソーシャルメディアでの情報発信やレポートもHubSpotでまとめて管理

The screenshot displays the HubSpot Marketing Hub interface, divided into several key sections:

- Calendar Management:** A calendar view for February 2021 showing scheduled posts for various networks like Biglytics and Beer Garden. A callout bubble states: "各SNS投稿をカレンダー管理" (Manage all SNS posts on the calendar).
- Post Creation:** A modal window titled "新規ソーシャル投稿を作成" (Create new social post) showing a preview of a post for "Beer Garden" with a date of 2020年12月25日 10:16 EST. A callout bubble states: "投稿のプレビューやスケジュール予約" (Preview posts and schedule reservations).
- Analytics Dashboard:** Four charts showing performance metrics:
 - オーディエンス (Audience):** Total of 475. Breakdown: Facebookページ (58), Instagram (46), Twitter (8), LinkedIn会社ページ (363), YouTube (0).
 - 公開済みの記事 (Published Articles):** Total of 242. Breakdown: Facebookページ (108), Instagram (28), LinkedIn会社ページ (61), Twitter (45).
 - コミュニケーション (Communication):** Total of 6. Breakdown: Facebookページ (3), LinkedIn会社ページ (3).
 - クリック数 (Clicks):** Total of 48.
- Channel Effectiveness:** A callout bubble asks: "どのチャンネルが効果的か判別" (Determine which channel is effective).

CRMデータをもとにしたオーディエンス作成や、CRMデータと合わせた広告ROIレポートが確認できる

このスクリーンショットは、HubSpotのマーケティングダッシュボードの「Big Data Ebook」キャンペーンの分析ページを示しています。ナビゲーションメニューには「コンタクト」、「コミュニケーション」、「マーケティング」、「セールス」、「サービス」、「自動化」、「レポート」、「アセットマーク」があります。

キャンペーンの概要：

- 広告アカウント: Biglytics Ad Account
- キャンペーンのタイプ: コンバージョン
- 完了: 完了
- 詳細を表示: 詳細を表示

分析セクションには「アトリビューションレポート」があり、「最初のフォーム送信」の日付は「全期間」、ステータスは「有効」です。

主要なパフォーマンス指標（KPI）は以下の通りです：

- インプレッション数: 1万
- クリック数: 205 (単価\$0.78)
- コンタクト: 2 (単価\$79.86)

 各指標間のコンバージョン率は、インプレッションからクリックへ1.6%、クリックからコンタクトへ1.0%と表示されています。

下部には「広告セット」のリストがあり、Instagramの広告セットが「完了」状態で、期間は2017/01/10 - 2019/03/07、単価は\$1.00/日と記載されています。

Facebook / Google / LinkedIn
 広告と連携し、効果測定や
 広告出稿がHubSpot上で可能

このスクリーンショットは、HubSpotの「オーディエンスの作成」インターフェースを示しています。ここでは「コンタクトリストオーディエンスの作成」が選択されています。

オーディエンス作成のオプション：

- ウェブサイト訪問者**: サイトの訪問者をナーチャリングしましょう。訪問者からオーディエンスを作成して、オンラインのどこにいても再エンゲージメントを実現します。
- コンタクトリスト**: コンタクトを最大限に活用しましょう。HubSpot CRMのコンタクトリストからオーディエンスを作成して、コンタクトがオンラインのどこにいても再エンゲージメントを実現します。
- 会社リスト**: 特定の会社で働く人々と信頼関係を築きます。リストを変更すると、自動的にリアルタイムでオーディエンスと同期されます。

現在のオーディエンス作成設定：

- コンタクトリスト: 既存会員リスト (20598)
- このコンタクトリストは、第三者から購入、賃借、付与、または提供されたものではありません。
- 広告ネットワークに送信されるコンタクト: 20,598件中22件
- 20,576件のコンタクトはネットワークに送信されません。
- 20,576件のコンタクトがマーケティング対象外のコンタクトに設定されているため、広告ネットワークに送信されません。下のボックスをオンにしてこれらのコンタクトをこの送信に追加し、アカウントでマーケティングアカウントに設定してください。
- すべてのコンタクトをマーケティングコンタクトとして設定

下部には「類似」オーディエンスの検索オプションがあり、「最適な顧客に基づいて」検索を行うことが可能です。

HubSpotのコンタクト情報を
 広告のカスタムオーディエンスへ
 連携し効果的な広告配信

メール配信後やフォーム登録上状況など、各機能ごとに詳細のレポートを確認可能

資料DLお礼メール
公開済み自動送信Eメール
アクション
エクスポート
Eメールを編集

期間 **すべて**



件名
資料のDLありがとうございます

更新日
2020年10月9日 17:20 UTC+09:00 (送信者: Maki Kitamura)

[詳細を表示](#)

パフォーマンス		受信者	
送信済み	7	絞り込み条件:	すべての開封済み
配信済み	6		
開封済み	3	開封済み3件	
クリック済み	0	受信者	アクション
バウンス	1	> jpp outlook <mkktr49@live.jp>	開封済み
サブスクリプション解除済み	0	> 北村 麻喜 <mkitamura@hubspot.com>	開封済み
スパムレポート	0	> 寺田 麻美 <aterada@hubspot.com>	開封済み
未送信	0		

送信先 7

開封率 50%



ユニーク開封数	3
合計開封数	13

デスクトップ 100% モバイル 0%

クリック率 0%



ユニーククリック数	0
合計クリック数	0

デスクトップ 0% モバイル 0%

HTMLクリックマップ



表示を拡大

クリック率や開封率に加え、
誰が反応したかを即リスト化

ウォッチする指標はダッシュボードやキャンペーンでまとめて管理



レポートの数字をクリックするとさらに詳細のデータ表示

HubSpotが用意する100以上のレポート雛形を利用可能
カスタムレポートで1から作ることもできる

各営業がどのような商談を進めており、どのような原因で成約・失注へと至ったかデータベース化可能

取引を移動
✕

HubSpot Japan株式会社 - Sales Hub Proを失注に移動する前に、これらのプロパティを更新する必要があります

失注理由 *

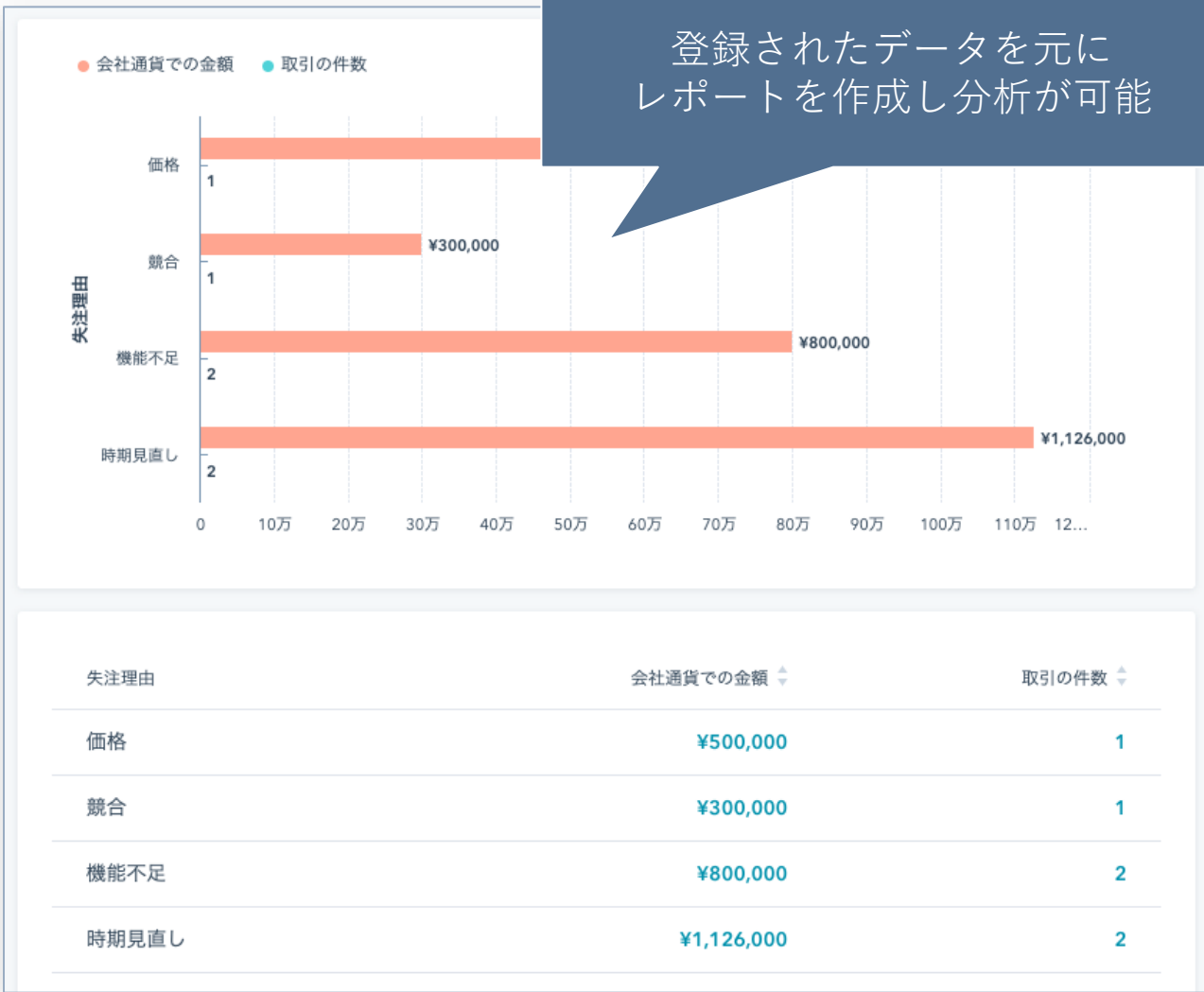
時期見直し ✕
価格 ✕

失注の理由 (詳細)

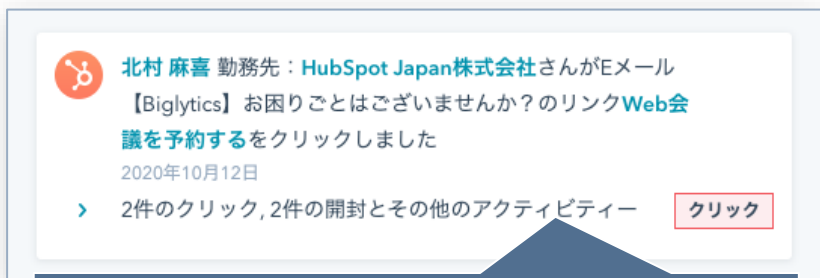
今期予算とれず。来期にて再検討。

保存
キャンセル

取引フェーズを移動させる際に必須入力項目を設けることができる



営業が送付したメールや資料を見込客が閲覧しているのかを把握し、提案につなげる



デスクトップ/スマホアプリから
リアルタイムに反応通知を受信



日程調整やメールの一連の流れをテンプレート化・自動化し、業務を効率化する

テンプレートを編集

名前: お問い合わせ対応メール

件名: **CONTACT: 姓** 様 先日は展示会にてお世話になりました

会社: **名前**
CONTACT: 姓 様

お世話になっております。
株式会社の山田太郎です。

先日は、展示会にてお時間を頂きまして有難うございました。
ご依頼いただいた資料は [こちら](#) からご覧いただけます。

または、弊社 **ウェブサイト** をご覧ください。

詳細のご案内が必要な場合は、**CONTACT: 姓** 様のご都合のよい時間を

更新 キャンセル 1 コンテンツの提案

HubSpotとの打ち合わせ

1月

日	月	火	水	木	金	土
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

時間はどれか 30分

GoogleやOutlookカレンダーと連携させ予約ページを生成

ご都合の良い UTC +09:00 ソウルと東京

13:00
13:15
13:30
15:30
17:00
17:15

お問い合わせ→自動フォローアップ

ステップ 設定

ステップ1

テンプレート: お問い合わせ対応メール 担当者: Saki Fujita

件名: **CONTACT: 姓** 様 先日は展示会にてお世話になりました

会社: **名前**
CONTACT: 姓 様

ステップ2

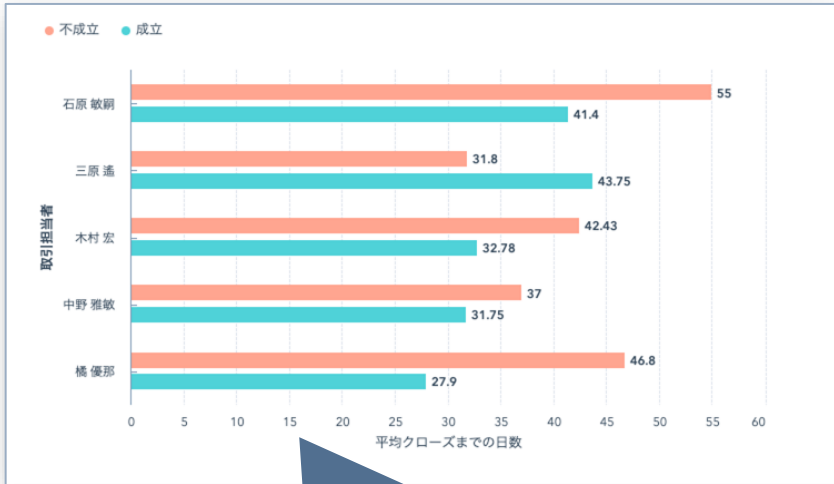
次の期間内にアクションがない場合にEメールを送信: 4 日

テンプレート: フォローアップのメール 担当者: 山田 浩介

定型メール文を保存しておき
営業チーム全員で活用

フォローアップの
フローを自動化

営業個々人のコールやメールの活動量や、商談の進行状況を把握する



各営業の取引のクローズまでにかかっている日数や日々の活動量を確認できる

- 木村 宏が木村 2020/12/30 次のステップへ
- 石原 敏嗣が石原 2020/12/30 初回訪問準備
- 中野 雅敏が大澤 有香とのコールを記録しました 2020/10/08 コールの成果：接続済み 今忙しい
- 中野 雅敏が西脇 柚海子とのコールを記録しました 2020/10/08 コールの成果：接続済み アポ調整
- 中野 雅敏が大澤 有香とのコールを記録しました 2020/10/08 コールの成果：接続済み ヒアリング

フォーキャスト

各営業の目標に対して取引の進捗状況を確認

表示基準: チーム ユーザー パイプライン: [デモ] 営業パイプライン

名前	目標の達成	パイプライン	最良の場合	ほぼ確定
Q1 2021 合計	47% ¥10,176,000 (¥21,600,000)	¥10,600,000	¥3,500,000	¥3,450,000
木村 宏 大阪支社営業チーム	72% ¥4,300,000 (¥6,000,000)	¥1,500,000 3件の取引	¥0 0件の取引	¥2,950,000 5件の取引
三原 遙 営業事務	50% ¥750,000 (¥1,500,000)	¥2,500,000 5件の取引	¥750,000 1件の取引	¥500,000 1件の取引
橋 優那 大阪支社営業チーム	46% ¥2,763,000 (¥6,000,000)	¥3,550,000 7件の取引	¥1,500,000 2件の取引	¥0 0件の取引
石原 敏嗣 東京本社営業チーム	30% ¥1,350,000 (¥4,500,000)	¥1,250,000 2件の取引	¥750,000 1件の取引	¥0 0件の取引
中野 雅敏 東京本社営業チーム	28% ¥1,013,000 (¥3,600,000)	¥1,800,000 3件の取引	¥500,000 1件の取引	¥0 0件の取引

各チームの商談の進め方に合わせて、複数パイプラインを作成し、全商談を管理する

取引 ▼
[デモ] 営業パイプ...
すべての取引 ▼
アクション ▼
インポート
取引を作成

取引担当者 ▼
作成日 ▼
フィルターを追加
ボードアクション ▼
ビューを保存

アポ獲得 45	初回訪問済 37	提案中 25	口頭内示 24	契約締結待ち 32
<p>Yokota株式会社 営業ツール導入 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/02/28</p>	<p>株式会社青柳 マーケティングツール導入 金額 ¥300,000 クローズ日: 2021/03/06</p>	<p>キクチ株式会社 営業ツール導入 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/02/28</p>	<p>Mitsui株式会社 Webサイトリニューアル 金額 ¥750,000</p>	<p>HubSpot Japan株式会社 - Sales Hub Pro 金額 ¥450,000</p>
<p>Nakaoka株式会社 マーケティングツール導入 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/02/28</p>	<p>株式会社横川 コンサルティング 金額 ¥500,000 クローズ日: 2021/03/04</p>	<p>株式会社佐々木 広告運用代行 金額 ¥500,000 クローズ日: 2021/02/28</p>		
<p>北村株式会社 MA運用代行 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/02/28</p>	<p>Matsushita株式会社 営業ツール導入 金額 ¥500,000 クローズ日: 2021/03/04</p>	<p>ナガオ株式会社 社内システム開発 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/02/28</p>	<p>41日間操作なし 株式会社福井 社内システム開発 金額 ¥500,000 クローズ日: 2021/01/29</p>	<p>Matsushita株式会社 広告運用代行 金額 ¥500,000 クローズ日: 2021/02/28</p>
<p>41日間操作なし Mitsui株式会社 Webサイトリニューアル 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/01/29</p>	<p>株式会社古沢 マーケティングツール導入 金額 ¥500,000 クローズ日: 2021/03/04</p>	<p>Yokota株式会社 営業ツール導入 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/01/29</p>	<p>71日間操作なし 株式会社福井 社内システム開発 金額 ¥500,000 クローズ日: 2020/12/30</p>	<p>37日間操作なし Matsushita株式会社 営業ツール導入 金額 ¥500,000 クローズ日: 2020/12/30</p>
		<p>北村株式会社 MA運用代行 金額 ¥750,000 クローズ日: 2021/01/29</p>		

案件進捗管理のパイプラインを設定
パイプラインは複数設定できる
(直販のパイプライン/代理店営業のパイプライン...等)

レポートやダッシュボードをカスタマイズし、重要な指標を可視化



HubSpot CRMに登録された
コンタクト・取引・会社のデータで
柔軟にレポート作成が可能

受注率

1. システムにより営業の見込客フォローの抜け漏れをなくし、失注リスクを下げる
2. 商談をDB化し、受注・失注要因を記録させ、要因を分析し営業活動へ活用する
3. メールや資料の閲覧状況をトラックし、見込客の興味関心に合わせた営業を実現する

効率化

4. ルーティン作業をテンプレート化し、営業メンバーの業務効率化を実現する
5. 営業の活動状況を把握し、営業の生産性向上へつなげる

可視化

6. チーム全体/個人単位で保有している案件を可視化し、売上見込を正確に把握する
7. レポートからボトルネックや改善すべき事項を探り、チーム売上向上へつなげる

売上増加や原価/販管費 縮小に寄与し、御社のビジネス拡大を支援します

よくある質問や利用方法をまとめたナレッジベースを用意し、お客様自身での解決を導く



最も検索された語句

期間	合計検索数	結果が見つかりました
ユーザー追加	9	True
新規	7	True
ユーザー登録	4	True
価格	3	False
ログイン	3	True

カテゴリを分けて記事を管理・公開

1. 一般的な使い方

一般的な活用方法をご案内

2. 契約

契約・利用規約についてのご案内

3. 導入支援

設定方法に関する質問へ回答

記事の効果測定

記事	ビュー数	記事での平均滞在時間	役に立った評価	役に立たなかった評価
HubSpot LINE 連携	17	38秒	2	1
ユーザーの登録	13	5分	1	0
初回セットアップの方法	8	67秒	0	0
多言語サンプル	8	10秒	0	0
English page	7	91秒	0	0
各プランの料金体系を教えてください	2	109秒	0	0
ユーザー様専用記事1	2	5秒	0	0

ページの閲覧数やユーザー評価を確認

サポートメンバーのカレンダー空き状況を連動させた日時フォームを活用

HubSpot - Web会議のご予約

お時間はどれくらいいただけますか？

15分 30分 1時間

ご都合の良い時間をご指定ください。

UTC +09:00 ソウルと東京

11:30
11:45
14:00
14:15
14:30

GoogleやOfficeカレンダーと連携
個人やチームの空き時間を表示

お客様が自分の予定に合わせ
すぐに日程調整ができる

キタムラ株式会社様×HubSpot
(Web会議)

2月 24日 (水曜日) · 11:30~12:00

Join Zoom Meeting

<https://hubspot.zoom.us/j/93125927889?pwd=bWdt...>

2人のゲスト
参加: 1人、返答待ち: 1人

mkitamura@hub
主催者

Maki Kitamura

お時間になりましたら、
ご参加くださいませ。
つながらない等問題が
までお電話ください。

Maki Kitamura is inviting you to a scheduled Zoom meeting.

会社名: キタムラ株式会社
電話番号: 0368992225
お問い合わせ内容: Marketing Hubの使い方について相談したい

予約されると自分と相手の
カレンダーに反映

ZoomなどWeb会議のURLを
自動発行することも可能

対応の優先順位の把握が可能、過去の対応履歴をさかのぼって確認もできる

The screenshot displays a Service Hub interface with a ticket board. The board is organized into columns based on ticket status: 新規 (New), 一次対応・返信待ち (First response/awaiting reply), 継続対応中 (In progress), and クローズ (Closed). Each ticket card shows the title, open time, and assignee. A callout box points to the board with the text: "ステータスごとにボードで管理 優先度や経過時間もひと目で確認可能" (Manage by status on the board, priority and response time can be confirmed at a glance).

ステータス	チケット数
新規	5
一次対応・返信待ち	8
継続対応中	5
クローズ	8

チケット詳細:

- 分析ロジックを教えてください** (Low priority, 9h open, Assignee: 木村 宏)
- チーム機能の使い方について** (Low priority, 2 months open, Assignee: 三原 遙)
- インポートしようとしてもエラーが出る** (High priority, 1 month open, Assignee: 石原 敏嗣)
- エクスポートできるデータを教えてください** (Assignee: 木村 宏, Closed: 2021/02/22)
- ユーザーの追加方法** (Medium priority, 4 min open, Assignee: 木村 宏)
- ページが表示されない** (High priority, 2 months open, Assignee: 石原 敏嗣)
- オブジェクトとは何ですか** (Medium priority, 1 month open, Assignee: 三原 遙)
- 外部ツール連携について** (Assignee: 中野 雅敏, Closed: 2021/02/22)
- ページ作成時にHTMLとCSSは使えますか?** (Medium priority, 8 min open, Assignee: 中野 雅敏)
- Teamsと連携できますか?** (Medium priority, 2 months open, Assignee: 中野 雅敏)
- 契約内容を教えてください** (Assignee: 中野 雅敏, Open: 3 months)
- 価格体系について** (Assignee: 中野 雅敏, Closed: 2021/02/22)
- CRMに項目を追加したい** (High priority, 15h open, Assignee: 橋 優那)
- DNS設定がうまくいきません** (High priority, 3 months open, Assignee: 三原 遙)
- 問い合わせ履歴の確認方法** (Assignee: 木村 宏, Open: 4 months)
- ログインできない** (Assignee: 橋 優那, Open: 3 months)
- 自動更新を停止したいです** (Assignee: 橋 優那, Open: 3 months)
- メール機能が停止されました** (Assignee: 橋 優那, Open: 5 months)

メールの定型文や回答パーツを保存し、チームで共有して使うことでサポートの均質化

会社情報と取引情報のインポート手順について

北村 麻喜 15:32

ご担当者様

データをインポートしようと進めておりますが、インポートオブジェクトを選択するときの「1つのオブジェクト」「複数のオブジェクト」はどちらが正しいのでしょうか。

ご返信を待っております。ご返信をいただければ幸いです。進め方がわかりませ

挿入

- ドキュメント
- スニペット
- ミーティング
- ナレッジ記事
- 見積もり
- 動画
- テンプレート

宛先 北村 麻喜

メッセージを作成

挿入

1人に送信

問い合わせ回答時に
チームで使える
アセットを用意できる

新規テンプレート

名前: サポート一次返信 (要調査)

件名: お問い合わせ内容について

👤 **コンタクト: 姓** 様

お世話になっております。HubSpotの **送信者: 姓** と申します。いつもHubSpotをご活用いただきありがとうございます。

お問い合わせいただいた内容につきまして、現在プロダクトチームと原因を調査しております。お急ぎのところ大変恐れ入りますが、今しばらくお待ちいただけますでしょうか？進捗状況は随時ご連絡させていただきます。

何卒、よろしくお願いいたします。

B I U Tx 続き | 🗨️ **パーソナライズ** 挿入

🔗 このテンプレートを使用すると署名が含まれます。署名を編集

テンプレート

新規スニペット

スニペットを使用すると、再利用可能なテキストのブロックを作成し、キーボードショートカットを使用してすばやくアクセスできます。最初に、挨拶やミーティングの議題など、頻繁に入力する語句や1行テキストを入力します。 [もっと詳しく](#)

内部名 *

初期設定で役立つサポートページ

スニペットテキスト *

初期設定を進める際は、以下のページがご参考になるかと思えます。

- ▼ナレッジベース
[HubSpot CRMの使い方・設定方法](#)
- ▼コミュニティ
[HubSpot入門](#)
[HubSpot入門②Eメール機能と受信トレイの種類を理解する](#)
[HubSpot入門③コンタクトリストをクリーンアップする](#)
[HubSpot入門④プロパティとは](#)
[HubSpot入門⑤インポートの基本 ~1つのオブジェクト編~](#)
[HubSpot入門⑥インポートの基本~複数オブジェクト編~](#)

B I U Tx 続き | 🗨️ **パーソナライズ**

ショートカット *

スニペットを使用するには、#記号に続いて上で入力したスニペットショートカットを入力します。スニペットはテキストエディターに表示されるようになります。

初期設定参考ページ

スニペットを保存 | キャンセル

メールの定型文や
回答の挿入パーツを
事前に用意しチームで活用

代表アドレスへの連絡や、チャット・フォームからの問い合わせをチームで対応

The screenshot displays the HubSpot Service Hub interface. On the left, there is a 'サポート' (Support) sidebar with a '作成' (Create) button and a list of communication channels: 'すべてのコミュニケーション3', '自分に割り当て 0', '未割り当て 0', 'Eメール 2', 'チャット 1', 'フォーム 1', 'チケット 1', '絞り込み 0', 'ゴミ箱', and '送信済み'. The main area shows an '受信トレイ' (Inbox) with three items. The first item is from '北村 麻喜' (1分) with the subject '会社情報と取引情報のインポート手...' and the body 'ご担当者様 データをインポートしよ...'. The second item is from '田中 一郎' (4分) with email 'mkitamura+2@hubspot.com'. The third item is from '羽生 太郎' (6分) with the subject 'SMSでの二要素認証が届きません' and body '会社名: ハブスポットジャパン株式...'. The right side shows a chat window for '北村 麻喜' (HubSpot Japan株式会社) with a message from '北村 麻喜' at 15:32: 'ご担当者様 データをインポートしようと進めておりますが、インポートオブジェクトを選択するときの「1つのオブジェクト」「複数のオブジェクト」はどういったときに使い分けるのでしょうか。会社情報と取引情報をインポートしたいのですが、進め方がわかりません。ご教示いただけると幸いです。 契約ID: XXXXXX 会社名: oooooo よろしくお願いたします。'. Below the chat is an 'Email' section with '宛先 北村 麻喜' and a 'メッセージを作成' (Create message) field. At the bottom right, there is a 'ヘルプ' (Help) button and a '1人に送信' (Send to 1 person) dropdown.

様々なチャネルからの
問い合わせを
受信トレイで一括管理

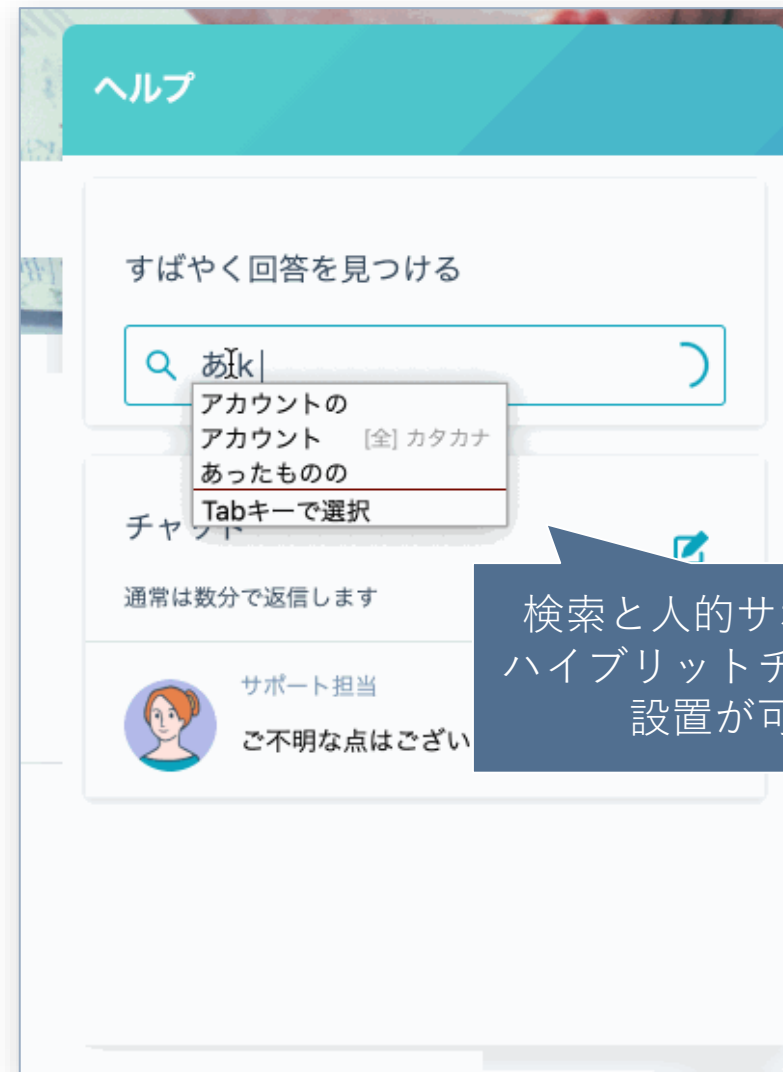
各問い合わせに
担当者を割り当て返信対応

社内メンバーのみ見れるコメント
でのコミュニケーションも可能

ナレッジベースを連携したチャットボットを設置しすぐに回答、サポート工数も削減

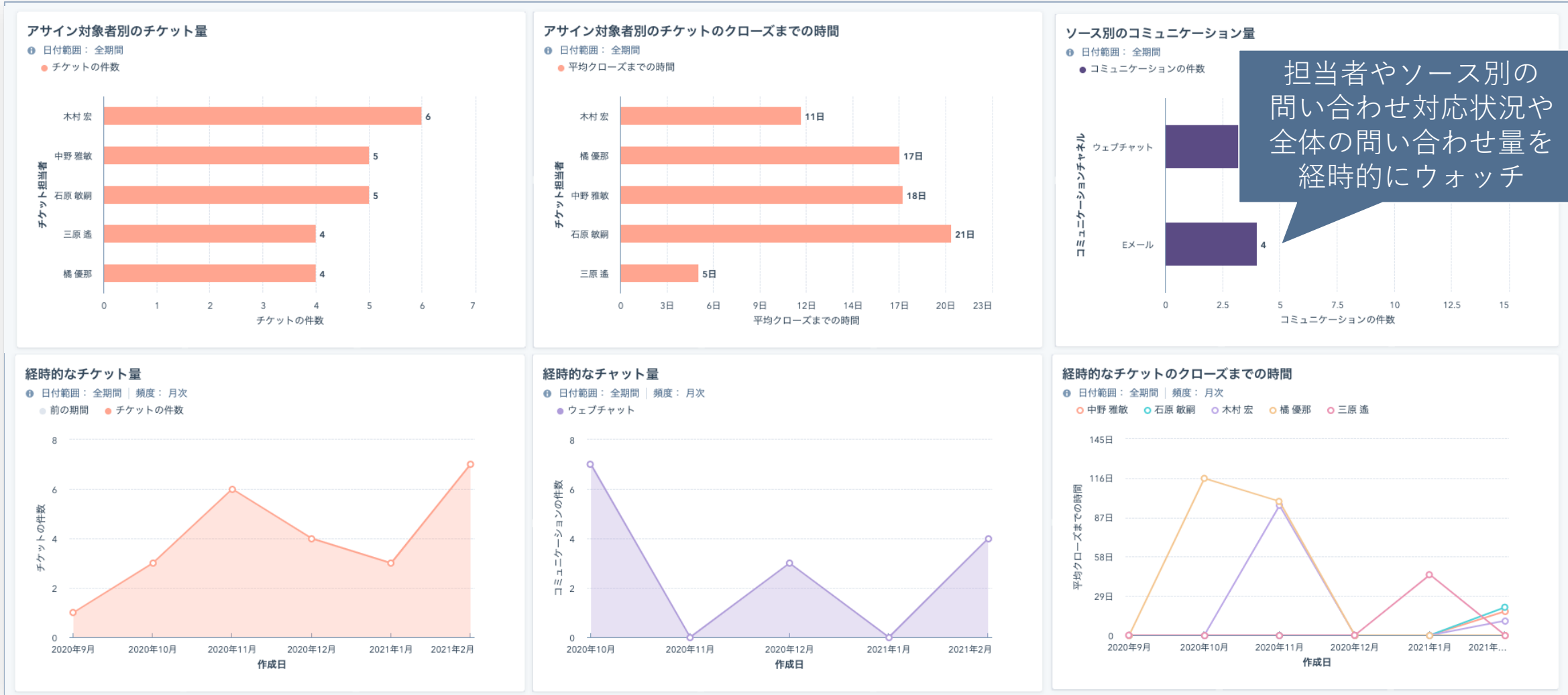


質問に合致するナレッジベースページへ誘導するボットを設置



検索と人的サポートのハイブリットチャットも設置が可能

対応に時間をかけすぎているか、特定のメンバーに負担がかかっているかを可視化



お客様の基本属性やWeb上の行動データ、営業からのアプローチ状況まで集約

このスクリーンショットは、HubSpot CRMの「コンタクト」ページを示しています。左側のサイドバーには、北村 麻喜 (HubSpot Japan株式会社) の基本属性が記載されています。中央のメインエリアには、アクティビティ、コメント、Eメールのタブがあり、ここでは「ページビュー」や「マーケティングEメール」の履歴が表示されています。右側のサイドバーには、「取引 (7)」の履歴が示されています。

フォーム/チャットからの問い合わせ者や自社のハウスリストなどを一元管理
管理したい項目は任意で追加可能
Web上の行動（ページ閲覧やメール開封など）も時系列で細かく見ることができる

お客様の課題解決のスピードをあげ、質の高いサービス体験を提供し満足度向上を実現

セルフサービス

お客様自身で課題解決できる
リソースを用意し、
工数削減 + 満足度向上

- ナレッジベース
- チャットボット
- ミーティングリンク

チーム連携 / 知識共有

問い合わせ情報をチームで管理
よくある問い合わせへの
対応テンプレートを共有

- チケット管理
- 受信トレイ
- テンプレート/スニペット

可視化と改善

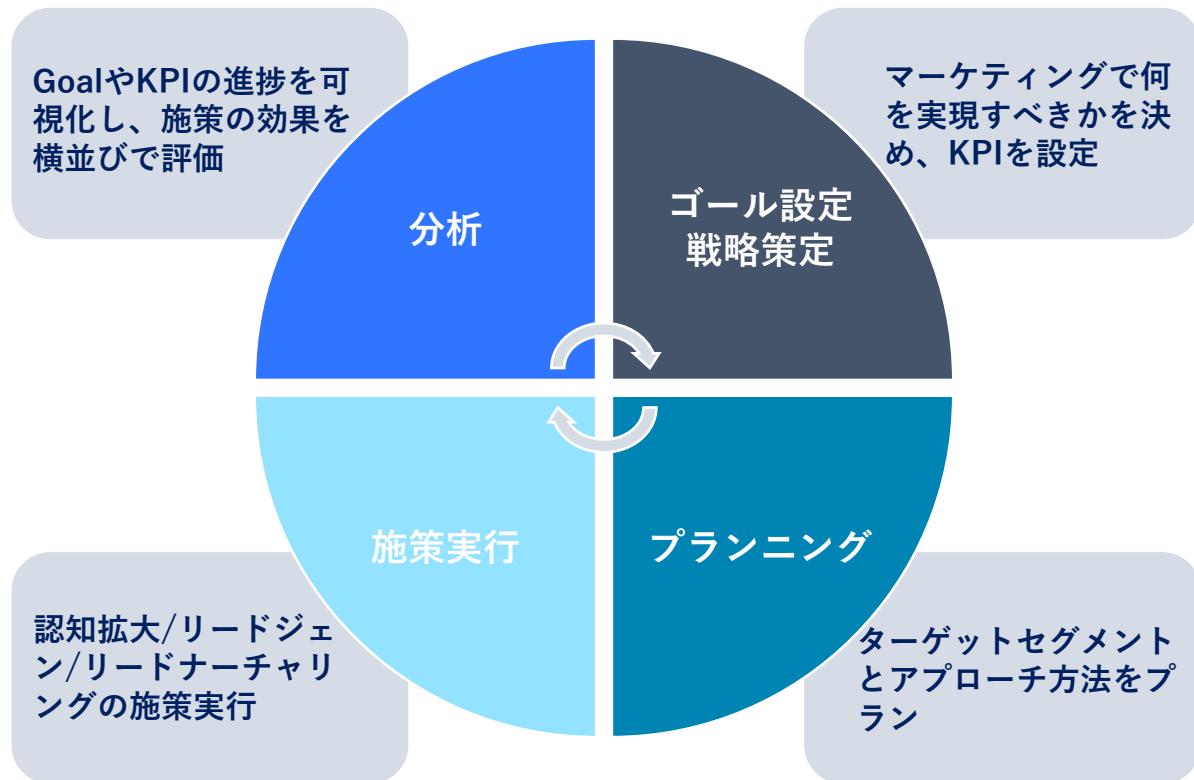
問い合わせ対応時間や
稼働状況をレポート
アンケートで評価を可視化

- パフォーマンスレポート
- アンケート

HubSpot活用支援

HubSpotの活用を軸にインバウンドマーケティングの実践を強力サポート！

インバウンドマーケティングとアカウントベースドマーケティング（ABM）を中心に、ツールを効果的に使った戦略立案、施策実行、効果測定、体制構築をご支援します。



マーケティングに必要なデータを1カ所に。

複雑さを増すマーケティング業務において、システム間でデータの扱いに苦労したり、機能は充実しているけれど使いにくいツールの操作に行き詰ったりしていませんか？

HubspotのMarketing Hubは、マーケティング関連のすべてのツールとデータを1つのプラットフォームに集約できます。

一元化による時間の短縮に加えて、1人ひとりに寄り添った体験を提供するために必要な情報を把握することで、自社の商品やサービスを必要としているユーザーを惹きつけて顧客化につなげることができます。



ITコミュニケーションズは
HubSpotの公式パートナーです

ご支援領域



オンライン広告



メディア広告



Marketing Hub × CMS Hub

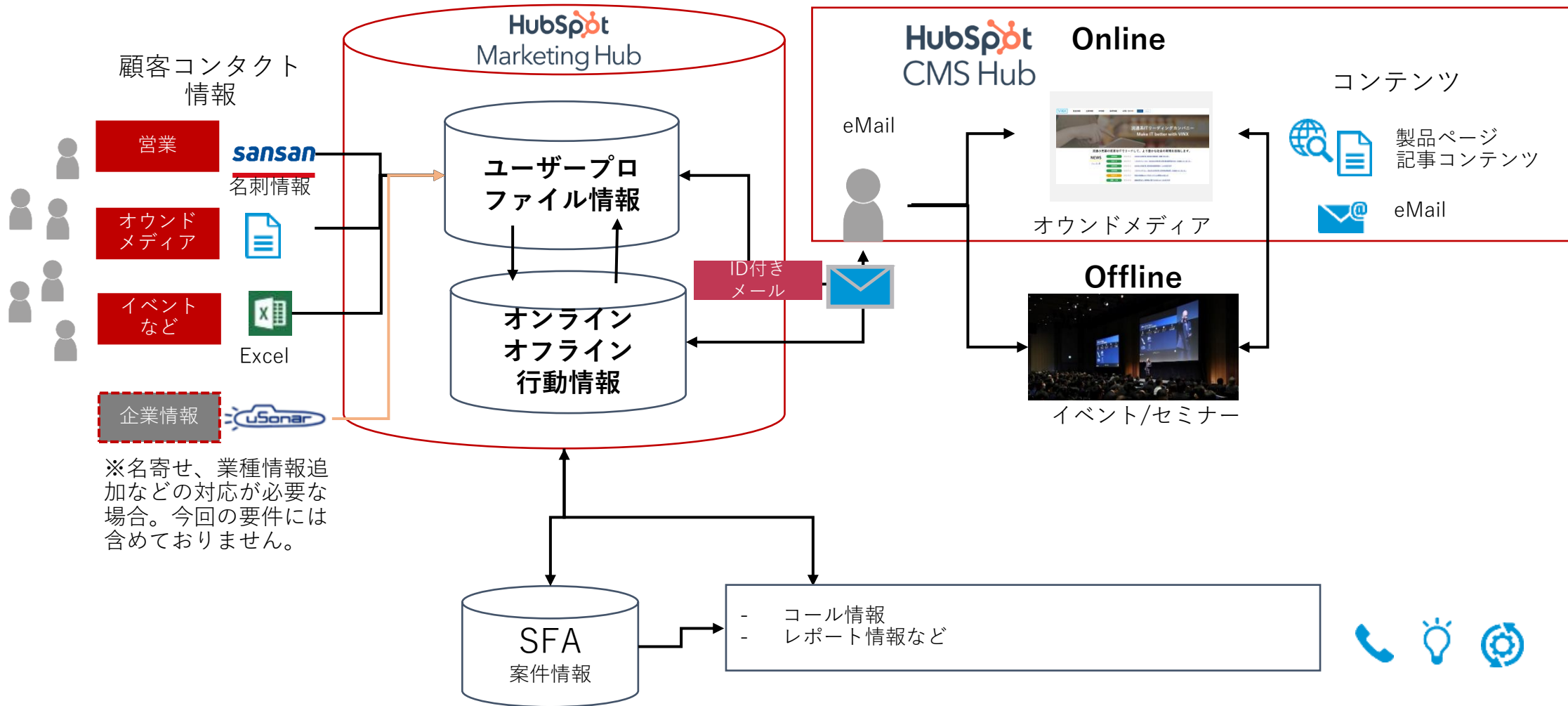
Sales Hub

Service Hub

HubSpot CRM

オウンドメディアを活用した施策例

※オウンドメディア・MAツールのシステム構成のイメージ資料
→ご状況をお伺いしながら資料を作成させていただきます。



※名寄せ、業種情報追加などの対応が必要な場合。今回の要件には含めておりません。

HubSpot導入・活用支援費用

Hubspot導入・運用支援

MA構築のためのプログラムの作成・構築・検証や、アカウントリスト、シナリオ制作のサポート、運用モデル構築サポートをいたします。

1,200,000円/3か月～

初期構築実施内容

- コンタクト定義
- シナリオ制作サポート
- メール設定

100,000円/月～

運用サポート実施内容

- 月次レビュー資料の作成

+ 分析実施

(内容によって費用は変動します)

オウンドメディア構築

Hubspot CMSを使い、オウンドメディアを構築します。

2,200,000円～

初期構築実施内容

- 設計
- 構築
- テンプレート（ブログ、LP）
- ページ移行（10本）
- 操作レクチャー
- Hubspot設定

※トップ、詳細、Aboutページ、お問い合わせフォーム、資料DLフォーム、サンクスページ（PC/SP各）

ウェビナー配信

ウェビナーの配信・事務局業務の代行実施をいたします。

400,000～1,200,000円

実施内容

- 収録型/ライブ型のウェビナー配信
- 企画
- 運営

300,000円～

事務局実施内容

- 申込時の自動返信メールの作成
- 受講メールの作成・配信
- リマインドメールの作成・配信
- サンクスメールの作成・配信
- 申込フォームの作成
- アンケートの作成
- スコア付与の実施
- 簡易レポートの作成
- 申込件数報告
- 当日までの問い合わせ対応

定期メール配信

定期メールの配信代行をいたします。毎週1回の配信想定での金額となります。

100,000円/月～

実施内容

- メール内容制作
- 制作コンテンツをもとにした件名、アブスト作成
- メールテンプレートへの落とし込み
- 配信セット
- 配信

【参考例】概算費用

HubSpotのCMSとMAの機能を用いたオウンドメディア構築+メール配信のお見積りです。※ツール利用費は別途

		項目	単価	
初期費用	オウンドメディアサイト構築	オウンドメディアサイト構築 ディレクション費	¥150,000	
		コンテンツ企画・構成	¥350,000	
		Webデザイン費	¥500,000	
		コーディング費	¥500,000	
		キービジュアルなどの画像購入/撮影費用	¥100,000	
		コンテンツ制作（原稿素材をもとに2,000文字程度のコラム作成）	¥150,000	
		独自ドメイン費用	¥5,000	
		Hubspot MAコンサル/導入支援 初期費用	¥1,200,000	
		Hubspot CMS導入支援 初期費用	¥96,000	
		初回メール配信		メール配信システム 初期設定
メールコンテンツ企画・構成	¥150,000			
メールテンプレートデザイン制作（HTML）Hubspotテンプレートを使用する想定	¥0			
月額費用	アクセス解析	オウンドメディア月次レポート ※事前にHubSpotで作成したダッシュボードをご自身でご覧いただく想定。	¥0	
	オウンドメディア上にコラム&ホワイトペーパーDL 掲載	投稿代行（月3本 提供画像・動画リンクなど設置を含む）	¥30,000	
	オウンドメディア運用保守 オウンドメディアクラウド環境及びその監視	ツール費用 MA（Hubspot Marketing Hub 7,000リード）	¥136,800	
		HubSpot CMSツール費用（Professional）	¥43,200	
		独自ドメイン費用（月割）	¥400	
		定常運用メンテナンス費用	¥150,000	
	コラム作成	コンテンツ制作（原稿素材をもとに2,000文字程度のコラム作成）	¥150,000	
	ホワイトペーパー作成	ホワイトペーパー作成（原稿制作・デザイン）	¥350,000	
	メール本文作成	メール制作（HTMLメール） ※HubSpot テンプレートを使用する想定です。	¥50,000	
	定期メール配信	メール配信代行（月2回）	¥30,000	
		メール月次レポート（事前に合意したテンプレートをもとに作成） ※貴社にてHubspot内のダッシュボードをご確認いただく想定	¥0	
			初回合計	¥4,141,400
			2か月目以降	¥940,400

オウンドメディア構築・運営の事例

オウンドメディア事例①



2016年-現在
大手PCメーカー様

目的：リード獲得/ナーチャリング/ブランディング

運営主体：ITC

更新：ITC

◆ABM（アカウントベースドマーケティング）のナーチャリング中心施策として運用

◆コンテンツをグループ管理し、誰がどのコンテンツをどのくらい見ているのか、個人ごとの行動属性を管理

◆ユーザーの行動によってステージ管理を行い、一定のステージに到達したユーザーにはアウトバンドコールを行うなどコンテンツからセールスへ繋げる重要なチャンネルとして機能している

オウンドメディア事例②

セキュリティの今日、そして明日を読む

HOME

CLOUDNATIVE DAYS TOKYO2021

新着講演レポート!
サーバレス環境化における
セキュリティ対策の最適解

講演レポート 見逃し配信

Special Issues

進化する
テレワークセキュリティ

急速に進むDXに求められるゼロトラスト時代のセキュリティ
-DIRECTION Online タイムエスト-

ウェビナー

アラートの洪水からセキュリティ担当者を救う
～テレワークの時代に難度を増す、真の脅威の可視化をより早く的確に～

TREND PARK

テレワークセキュリティガイドライン、知っていますか?
総務省

Business online

5年間の運用を経て「手放し」で運用する体制を構築 高い安全性やテレワークへの柔軟な対応を実現
北日本放送株式会社

事例

2020年-現在
大手ソフトウェアベンダー様

目的：ユーザーの興味関心の把握のため

運営主体：クライアント様

更新：ITC&クライアント様

◆自社の商材だけでなく、幅広くセキュリティ情報を発信するためのセキュリティポータルサイトを立ち上げ、ユーザーの行動情報をもとに何に興味があるのかを分析し、今後の製品やプロモーション活動に活かすデータの取得を目指した。

オウンドメディア事例③



大手ストレージメーカー様

目的：日本独自のプロモーションを実施するため

運営主体：販売代理店

更新：ITC（現在はクライアント様も更新）

◆自社のコーポレートサイトの自由度が低く、日本独自のプロモーションを実施するためのオウンドメディアを立ち上げ

◆運営主体は、クライアント様製品の販売代理店が合同で運営しているという体裁のもと弊社にて運用を行った

オウンドメディア事例④



大手ソフトウェア会社様

目的：リード獲得/ナーチャリング/自社サイト送客

運営主体：JBpress社

更新：JBpress社

◆日本法人で独自のプロモーションができないため、媒体の中にオウンドメディアを立ち上げ、ブランド認知向上だけでなく、リード獲得施策も同時に行った。

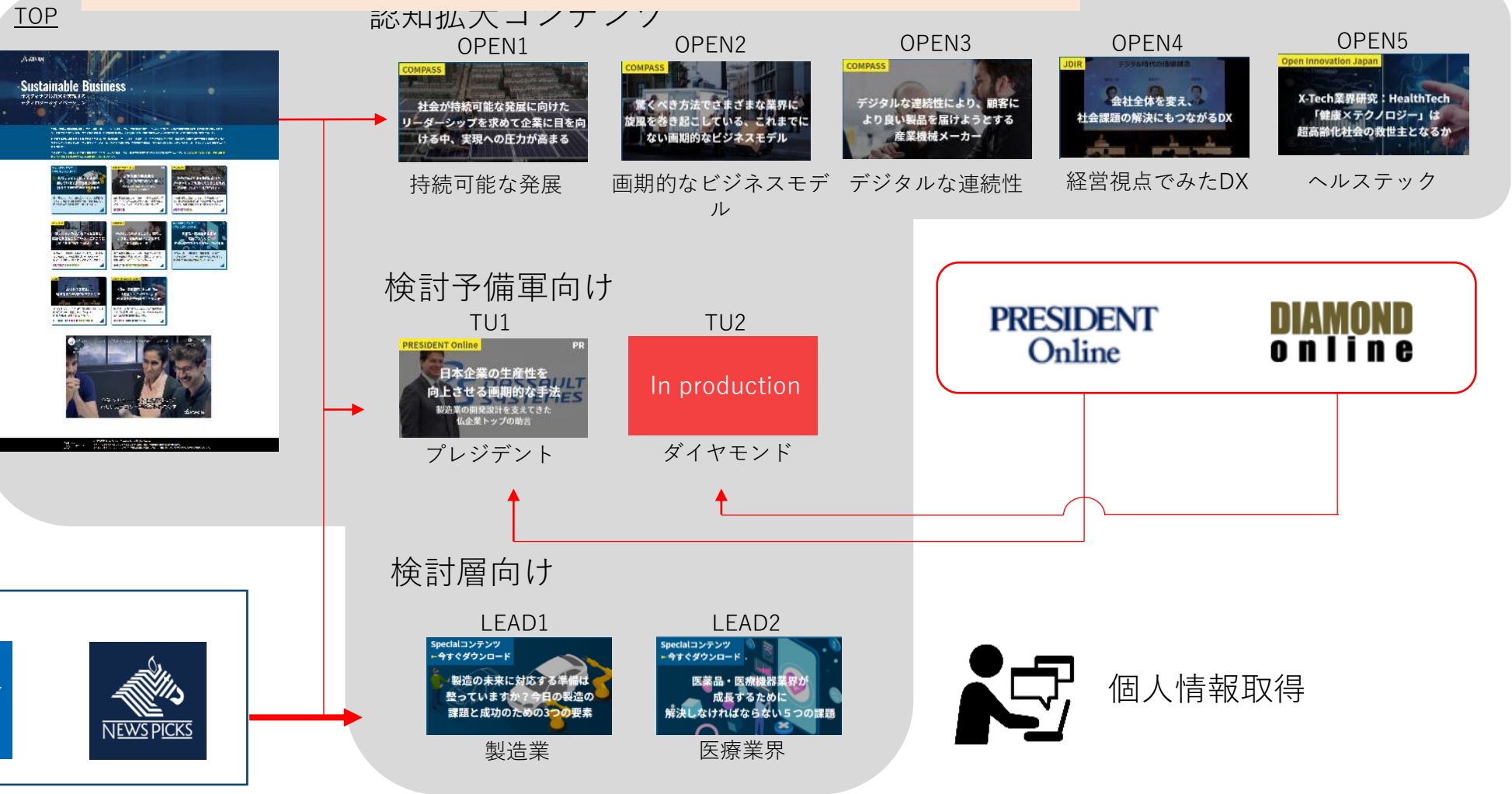
◆またサイト内の閲覧企業のデータも取得し、自社の顧客リストと照らし合わせてナーチャリングのデータとしても活用した。

※現在はクローズ

オウンドメディア事例④ 補足

メディアサイトにクライアント様のオウンドメディアを設置した事例になります。

メディアサイト



コンテンツ制作の事例

動画制作



大手PCメーカー様

目的：認知拡大

制作主体：ITC & クライアント様



<https://youtu.be/ADw52WpJGx0>

<https://youtu.be/ADw52WpJGx0>



<https://youtu.be/pUzbCFugVQ>

<https://youtu.be/n97vh450TMs>

◆プロモーション動画とLPの制作。

顧客ペルソナ策定から企画し、各ターゲットに刺さるわかりやすい動画を制作。

◆制作動画

- ・長尺動画
- ・機能訴求用ショート動画×4
- ・長尺動画(縦型動画)
- ・機能訴求用ショート動画(縦型動画)×4

メルマガ作成・配信



大手PCメーカー様

目的：認知拡大

運営主体：ITC

更新：ITC

◆パートナー向けサイト（韋駄天）への特設ページを制作し、TOPページ/メルマガより誘導を実施

メルマガ事例



大手PCメーカー会社様

目的：ブランド認知/開封率・回覧率の向上

運営主体：ITC&クライアント

実施内容：DM制作



◆バーチャル女子高生“Saya”をフックとして、この“Saya”がクライアント様の商材であるワークステーションを用いて作られていることを伝え、その信頼性を訴求。

◆ DM封筒の一部を透かしにして、開封率・回覧率を上げるようなクオリティの高いDMを制作。