

株式会社インディバル

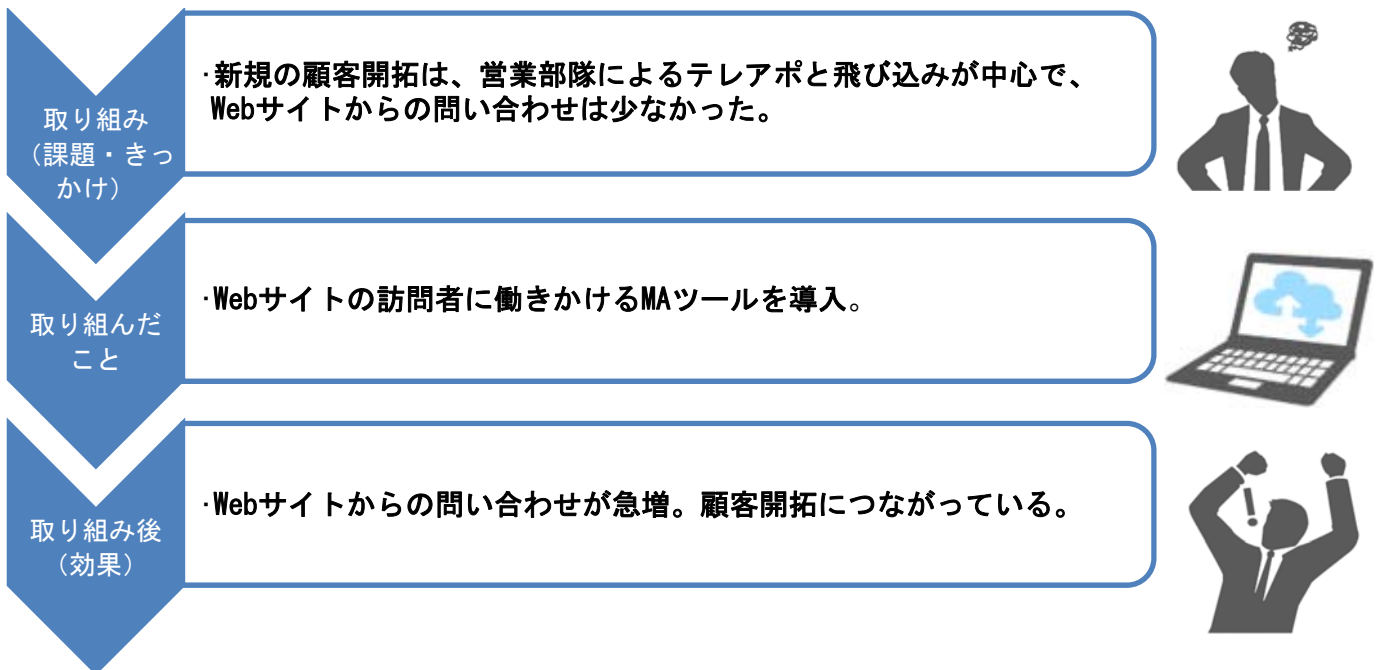
Indival



- ✓ Web サイトを訪れたユーザーに働きかける MA ツールの導入で、問い合わせが飛躍的に増加。新たな顧客獲得につながっている。

導入した IT ツール

- ・ MA ツール（顧客開拓ツール）
（「SATORI」 SATORI 株式会社）

導入のきっかけ・取り組み・効果



<p>コスト(費用)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 無料トライアルで試したあと、基本プランより1つ上のプランで導入。 ・ 導入は1か月から可能。導入初年度の費用は、基本プランで年間130万円：初期費用（アカウント発行等）10万円＋基本プラン月額費用10万円/月。
<p>メリット(効果)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Web サイトからの問い合わせが、月に数件から一日数件に（10～20倍）。売上げ増につながった。 ・ 人手をかけず、見込み顧客の取りこぼしを減らし、より多くの顧客を開拓することにつながっている。

活用の状況（どんなことができているか）

○ Web サイトからの問い合わせが飛躍的に増えました。

- 当社は、Web 上で求人サービスを提供している会社です。自分の“都合のよい日”で“仕事を探せて”、簡単に“応募できる”サービスである「シフトワークス」や、自分の働きたい曜日と時間でアルバイトを探せる「シフトワークス」等の求人メディアの企画運営、およびインターネット広告等による集客サービスを手がけています。
- 求人メディアの新規のお客様の開拓は、営業部隊によるテレアポ（電話営業）と飛び込み営業がほとんどで、自社 Web サイトからの問い合わせはわずかでした。社内に立ち上げた Web プロモーションの強化をミッションとする部署が、比較的安価に導入できる MA ツールとして、SATORI（株）が提供する MA ツール「SATORI」を探してきました。
- 「SATORI」を導入したところ、Web サイトからの問い合わせの電話が、以前は月に数件であったものが、一日に数件へと飛躍的に増加しました。

○ 埋もれていた潜在的なお客様にアプローチできるようになりました。

- 「SATORI」という MA ツールを使うことで、自社サイトを閲覧している潜在的なお客様に対し、ポップアップを表示し、お問合せや登録画面への遷移を促進することができます。

図 「SATORI」によるポップアップ表示の例（赤枠の部分）

The image shows a screenshot of the Shiftworks website with a red-bordered pop-up window overlaid. The pop-up contains the following text:

- 採用ご担当者さまへ
- 詳しくはこちらへ
- 成果報酬型なので
- 掲載費用
- 初期費用
- 0円
- 成果報酬型アルバイト求人サイト
- シフトワークス

 A red arrow points to the pop-up, and a blue arrow points from the pop-up to the text 'お問い合わせ、登録画面へ' (Contact, registration screen) at the bottom right of the page. The background shows the website's navigation menu, a search bar, and various job listings.

- 通常の MA ツールは、名前やメールアドレスが分かっている見込み顧客（リード）に対する働きかけを支援するものですが、「SATORI」は、そうした情報を取得する以前——Web サイトを訪れてはいるものの、まだ資料を請求したり問い合わせをするといった具体的なアクションを起こしておらず、名前やメールアドレスは分からない見込み顧客（アンノウリード）に働きかけるものです。「SATORI」のブログによれば、そうした見込み顧客は、Web サイトの全訪問者中 98%を占めるとも言われているそうです。

○ 新たな顧客開拓につながっています。

- Web サイトからのお問い合わせが増えたことから、MA ツールの導入でこれまで取りこぼしていたであろう潜在的な見込み顧客に対してアプローチできるようになったことが分かります。
- Web サイトからのお問い合わせが成約したケースも出てきており、MA ツールの導入・活用は、確実に新規の顧客開拓につながっています。

○ 新たに人手をかけたり、業務フローを変更したりはしていません。

- Web サイトからの問い合わせが急増したので、スピーディーに対応できるように社内の連携をよくするといった対応はしましたが、新たに人手をかけたり、いままでの業務フローを変えるといったことはしていません。新たに人手をかけることなく新規顧客開拓を強化することができました。

○ 今後も、便利な IT ツールを取り入れていきたいと思えます。

- MA ツールに限らず、他にもいくつか便利な IT ツールを利用しています。RPA ツールで、定型的な求人広告の作成作業の一部を自動化したり、担当者が入力した成約情報を顧客管理ツールに自動的に連携させたりしています。グループの派遣会社では、朝の弱い派遣スタッフを起こすのに、RPA ツールで自動的に電話をかけ、起きなければ担当に連絡が行くといったプログラムを作っています。
- 10 年前に実施したペーパーレス化も、事業企画部門の間接業務の削減に効果をあげています。以前は週に一度の経営会議のたびに資料を作成し、当日は事業企画の会議事務局担当者 2 名が朝 7 時に出社し 1 時間かけてコピーをとっていましたが、幹部全員にタブレット端末を配ってペーパーレス化したことで、そうした作業は不要になりました。自分とスタッフの時短と人件費だけでも相当な節約ができていると思えます（いまはタブレットは廃止し、ノート PC とクラウド型の「Office 365」に移行しています）。
- 今後も便利な IT ツールがあれば取り入れていきたいと思っており、例えば求人広告作成の自動化をさらに進めたり、Web 商談システムを活用することなどを検討しています。

コストと効果について

○導入・運用費用

- 導入にかかる費用は、アカウント発行等にかかる初期費用 10 万円と、月額費用が基本プランで 10 万円です。「SATORI」は 1 か月から契約することができますが、当社は最初から 1 年契約で導入しました。初年度の導入・運用費用は、基本プランで年間 130 万円です。
- 導入にあたっては、無料トライアルを 1 か月ほどお試した後に、3~6 か月ほど試験運用の期間を設けて費用対効果を検証したり、社内の体制を整えたりしました。また、導入までの流れや活用例などについて紹介する無料セミナーに参加しました。

○効果

- Web サイトからの問い合わせが、以前は月に数件だったものが、MA ツール導入後は一日に数件と、10~20 倍になりました。売上げにもつながっています。
- 人手をかけずに、見込み顧客の取りこぼしを減らし、顧客開拓することにつながっています。

Q&A

ーIT 化に取り組んだ経緯は？

- 「SATORI」については、Web プロモーションの強化をミッションとして社内で立ち上げた Web マーケティング部門の社員が、比較的安価に導入できる MA ツールとして探してきました。

ー社内に IT に詳しい人はいますか？

- Web マーケティング部門は、当社だけでなくグループ全体の Web マーケティング強化をミッションとしています。全員が中途採用で、IT エンジニアではありませんが、Web マーケティングに強い人材を集めています。RPA ツールを使ってグループ全体の自動化を進めている部門には、設計のできる IT エンジニアが 1 名います。
- ただ、「SATORI」の導入自体は、社内に IT に詳しい人材がいなくても問題はないと思います。導入までの流れや活用例などを紹介する無料セミナーや、オンラインサポートもあります。

ー費用対効果についてどうお考えですか？

- 新たな人手をかけずに、Web サイトからの問い合わせが飛躍的に増え、新規顧客獲得につながっていることから、費用対効果は十分高いと感じています。

株式会社インディバル

<https://www.indival.co.jp/>

〒105-0014 東京都港区芝 2-7-17 住友芝公園ビル

主な事業：求人メディアの企画運営、インターネット広告等による集客サービス、人材紹介

設立：2004 年 3 月

資本金：5,000 万円

従業員数：126 名（2019 年 7 月 1 日時点）