



Sora PROJECT

マーケティング領域から

成約率を上げる

3つの方法

株式会社soraプロジェクト

こんな方におすすめ

新規リードの獲得に限界を感じている
費用対効果が何をやっても合わない
無理ゲーを強いられていると感じる

解決する課題

売り上げ及び利益率の向上
マーケティング施策の幅が広がる
マーケが関与しづらい部分に関与できる

1

リードに対してスコアリングを行う

2

SFA・CRMに履歴を残させる

3

属人化している部分の平準化

リードにスコアリングをする

流入経路毎にリードにスコアをつける

流入経路を分けずにスコアリングしていませんか？

リスティング
広告

スコア1: 5件 : 10%
スコア2: 5件 : 10%
スコア3: 10件 : 20%
スコア4: 20件 : 40%
スコア5: 10件 : 20%
総数: 50件 : 100%

オウンド
メディア

スコア1: 35件 : 35%
スコア2: 25件 : 25%
スコア3: 25件 : 25%
スコア4: 10件 : 10%
スコア5: 5件 : 5%
総数: 100件 : 100%

ウェビナー

スコア1: 20件 : 40%
スコア2: 10件 : 20%
スコア3: 5件 : 10%
スコア4: 10件 : 20%
スコア5: 5件 : 10%
総数: 50件 : 100%

他社メディア
媒体
(WPDL等)

スコア1: 15件 : 50%
スコア2: 10件 : 33%
スコア3: 2件 : 7%
スコア4: 2件 : 7%
スコア5: 1件 : 3%
総数: 30件 : 100%

カンファレンス
スポンサー

スコア1: 90件 : 36%
スコア2: 80件 : 32%
スコア3: 60件 : 24%
スコア4: 15件 : 6%
スコア5: 5件 : 2%
総数: 250件 : 100%

各流入経路毎に個別にスコアリングすることが重要

定義付けてスコアリングを行う

スコア1: 情報収集目的の為の問い合わせで直近予定は無し

スコア2: 課題解決の為の手段の一つとして検討しているが緊急度も重要度もそれほど高くない

スコア3: 課題解決の為の手段の一つとして検討しており緊急度・重要度は高めである

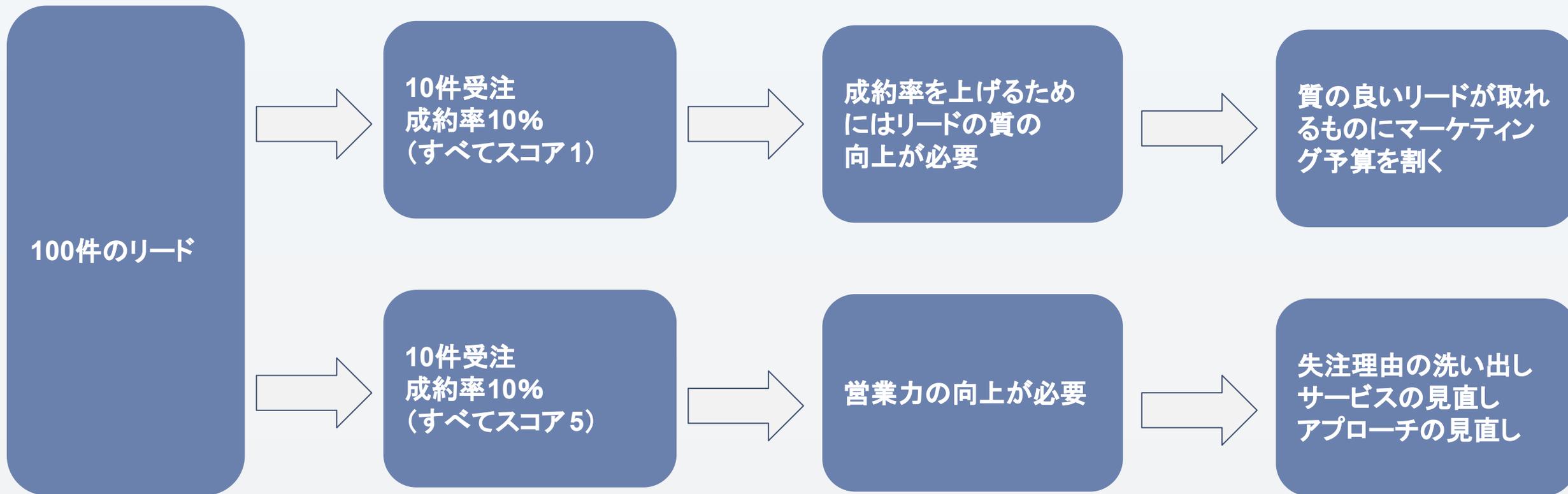
スコア4: ベンダーの選定段階に入っているが、時期は未定

スコア5: ベンダーの選定段階に入っており時期も確定

リードと一纏めにせずに質の計測を行う

リードの質を可視化することでボトルネックが分かる

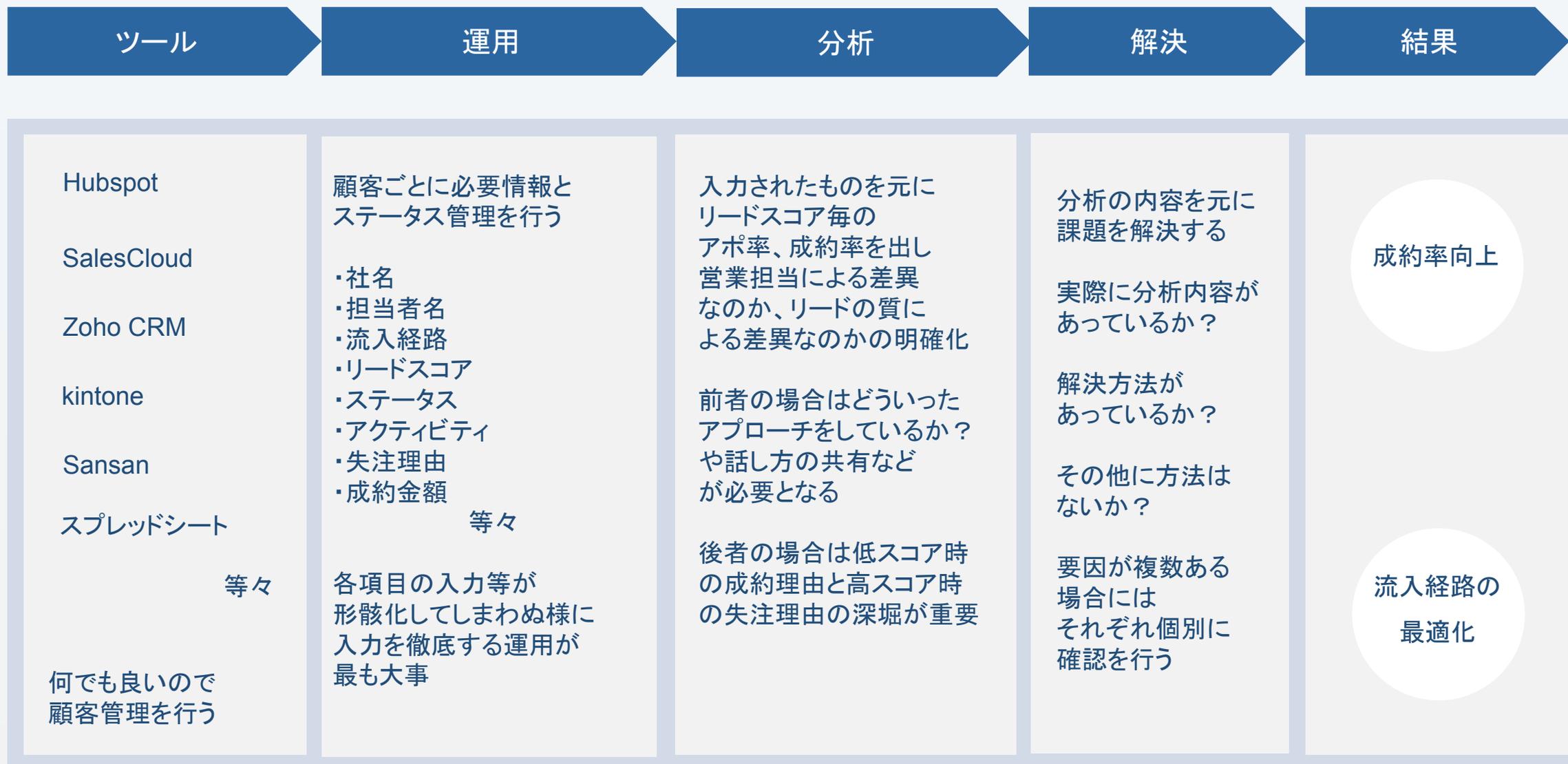
リードの質を可視化することで成約率の上げ方が分かる！



「責任」の所在が「曖昧」な事が多い

SFA・CRMに履歴を残させる

顧客管理を行う



よくある問題点

項目が足りていない

必要な項目は各社に依り差はあるが最低限必要な項目として

- ・社名・担当者名
- ・連絡先・流入経路
- ・リードスコア
- ・自社の担当者名
- ・現在のステータス
- ・やり取りの履歴
- ・失注理由

入力をしない

営業に追われ入力がおざなりになることが多々ある

項目の必須化を行ったり人事評価の項目として入れ込むなど仕組み的な方法での対応が好ましい

適当な入力をする

入力をしない対策に注力をした際に起こり得る問題

適当な入力は最終的に自分自身の損につながることを理解してもらう

逆に正確な入力が自分の得になるような設計と説明が必要

重要Point

- ・手段と目的が入れ替わらない様に気を付ける
- ・行う意義を全員で共通認識を持つ

属人化している部分の平準化

課題

ハード面

- ・ツールの利用が特定の人しか使用されていない状態になっている
- ・特定の人のみがツールを理解して使用している状態になっている
- ・ツールを利用した結果が特定の人利益にしかならない

ソフト面

- ・マーケティングの知識が特定の人のみ理解している状態になっている
- ・スーパー営業マンに頼った状態になっている
- ・特定の人に忖度が行われている

解決

ハード面

- ・必要な人が全員使用出来る状態にする→周知や説明の徹底が必要
- ・全員がツールを理解する→目的とその為の手段の明確化が必要
- ・全員の利益となるようにする→部署内など全体共有する土壌を作ることが必要

ソフト面

- ・最低限の理解を得る→何故そうなのか？を説明し構造を理解してもらう
- ・全員がスーパー営業マンに→マニュアル化やルールを作成する
- ・フラットな組織に→役職や年齢等に関わらず必要なことを話せる環境を作る

よくある勘違い

- ・皆で同じことをやれるようになればいい
- ・すべてマニュアル化をすれば良い
- ・環境を整えればよい

平準化するには

- ・良いモノ、コトを共有し常にアップデートする
- ・問題無い範囲で独自性を担保する
- ・環境だけではなく「意識」の部分を整える

株式会社soraプロジェクト

企業理念	成長する企業のエンジンとなる事で経済の発展に寄与する
代表取締役	樋口 裕貴
所在地	【本社】 福岡県筑紫野市上古賀 3丁目1-1 【東京オフィス】 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-5 リンクスクエア新宿 16F ほか、3拠点
従業員数	120名(パート、契約社員含む)
パートナー	600名
資本金	15,000,000円
設立	2007年3月26日
認証資格	ISO27001/ISMS 登録番号 IA110300



株式会社soraプロジェクト-サービスラインナップ

テレアポ代行

テレアポ代行で100業種を対象に250万件のコールで培った経験、最良の結果を生み出すコールスタッフのスキルを活かし、アポ獲得件数アップをお約束いたします。

インサイドセールス代行

リード獲得から育成までを代行。お客様は受注活動に専念できます。早期で営業体制を構築し販路拡大を可能にいたします。

企業リスト販売

貴社のサービス内容を把握し、インサイドセールスに適した訴求企業リストをご提案します。電話営業代行なしで企業リストのみのご提供も可能です。

マーケティング支援

マーケティングの基軸となる戦略設計～総合的にご支援いたします。 BtoBに特化した顧客の購買プロセスへのアプローチ、広告設計・運用など幅広くご提案いたします。

ちょうどいいテレアポ・インサイドセールス代行とは

インバウンドリード

への即時対応

(定常型・スポット型含む)

白地リストへの

アウトバウンド活動

狙ったターゲット層からの商談化

ハウズリードのリサイクル

失注・リサイクル

休眠・過去顧客の掘り起こし

ナーチャリングコール

未商談リードに対するコール

商談後の顧客への接点継続

ウェビナーへ誘致

リストの提供

商材に適したリストの紹介

ターゲティング設計

リストのカスタマイズ

専門リストの提供

一気通貫支援も

状況に合わせた

カスタマイズも

実現可能

営業をブーストするマーケティング支援とは

WEB制作

コーポレートサイト
サービスサイト
メディアサイト
LP

リード獲得

広告配信
Youtube運営
ウェビナー運営

戦略設計

カスタマージャーニー設計
WEB遷移設計
マーケティング戦略設計

コンテンツ制作

ナーチャリング支援
オウンドメディア・SNS運営
ウェビナー運営
動画作成

HubSpotの導入支援

導入設計
ワークフロー作成
運用支援

売上を上げる仕組みを
デザインする
超伴走型
マーケティング支援

soraプロジェクトの提供するサービス一覧

マーケティング支援

カスタマージャーニー
ワークフロー作成
WEB遷移設計
ウェビナー代行
ブログコンテンツ作成
Youtube作成

インサイドセールス代行

リスト購入
テストマーケティング
テレアポ
インサイドセールス

マーケティング支援

ブログ
メルマガ
事例サイト作成

営業 強化支援

中期
コンマケ

ナーチャリング

インサイド
セールス

ナーチャリングする

テレアポする

具体的にアプローチ・データ収集

リード獲得

アプローチする顧客を獲得

初期
コンマケ

インバウンドリードが流入してくる

WEB遷移を
整える

顧客の道筋を作る → ユーザビリティの向上

ワークフロー
作成

内部リソースとアクションの把握・明確化 → 脱属人化

カスタマ
ージャーニー

顧客の流れを理解する

CRM
導入
設計

内製化
支援



料金と質をいいとこ取り

創業18年 事例たくさん

カスタマイズ性柔軟

2024年(従量課金型)テレアポ代行/インサイドセールス代行に関する市場調査
(従量課金型)テレアポ代行/インサイドセールス代行専業会社として売上シェアNo.1
未来トレンド研究機構調べ(調査期間:2024年4月8日-4月22日)

詳しくはお気軽に
ご相談ください

商談予約はこちら

WEBサイトはこちら