

支援事例

02

コロナに負けない オンライン型営業の実践

インプレス福岡 株式会社

福岡県福岡市中央区赤坂1-11-13 092-752-0888 <http://design-hanko.com/>

業種 | 印章小売業 従業員数 | 2名 資本金 | 7万円

はんこを通じて起業家の成功をサポート

- 法人向け・個人向け印章の企画・製造・販売
- 名刺やロゴマークの企画・制作
- 起業家をサポートする「起業カフェ」の運営



エントリーのきっかけ

REASON

これまでの店舗型営業ではコロナの影響が避けられませんでした。

そこで、デジタルツールを活用することにより、新たな販路を開拓し、集客と売上をアップさせたいと思いエントリーしました。



従来の店舗型営業に加えて、 新しい手法を取り入れたい

- オンライン活用の重要性は認識するものの、オンラインツールを効果的に使いこなせていない
- 従来の店舗型営業手法から、新しい手法を見いだせていない
- オンライン活用を通じて、より多くの起業家との接点を作り、サポートしていきたい



MAツールを活用し、 税理士・司法書士にアプローチ

- 「マーケティングオートメーション」の定義の理解からスタート
- ターゲットの選定とペルソナの設定
- 起業家が集まる職業である税理士・司法書士へのアプローチ
- MAツールを活用した営業手法の実践
- 「営業」や「ビジネス」そのものの考え方に関する協議



メール配信を起点に、 3社からの受注を獲得

- 税理士事務所・司法書士事務所から17件の問い合わせを獲得、12社と商談を実施し、3社から受注を獲得（ハンコ2社・名刺1社）
- 自社の特長を訴求する前に、世の中のニーズから訴求していくという営業の流れを習得
- 従来のはんこ屋の常識をゼロベースで考え直し、インプレス福岡としての社会的価値の創出を再考するきっかけとなった



事例から学ぶ
オンライン活用
のポイント

POINT

- ✓ 問い合わせ件数や商談件数などの各数値をしっかりと効果測定すること
- ✓ 効果測定から抽出された仮説や課題点に基づいて改善策を立てること
- ✓ メール文章やターゲット選定のABテストによる精度向上

専門家による支援を受けた
企業様の声

VOICE

マーケティングオートメーションの定義を理解し、MAツールを活用した営業手法を実践することができました。ペルソナの設定やターゲティングを絞るやり方は大変参考になりました。

