

# 3分で読める！インサイドセールス紙面講座

## アナログとデジタルを融合した インサイドセールス・MA運用

## 近年注目されている「マーケティングオートメーション(MA)」

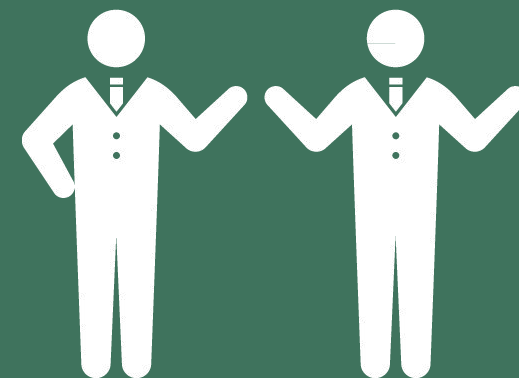
マーケティングオートメーション(MA)とは？

勝手に集客して、勝手に商談設定してくれる夢のツールだと思われがちですがそれは異なります。

MAとは、マーケティング(集客～商談設定)活動を、営業マンが迅速に対応できるように  
どの見込客に、いつアプローチするべきかの、お知らせを自動(オートメーション)でしてくれる  
ツールのことです。

具体的には、メールを継続的・段階的に配信し、顧客を醸成していくサービスや、Webのログ解析など顧客の行動管理を分析できるようなツールです。こうした各種ITツールを利用したプロモーションが近年では一般化してきています。

アイセールスが提供している「i:sales」というサービスもマーケティングオートメーションの機能を備えているよ♪



## MAツールを導入するだけでは成果は出ない

MAツールを導入し運用してるんだけど、なかなか良いリードが出てこないなあ。。。



### なぜMAツールを導入するだけでは成果が上がらないか？

MAツールでは、「メール配信」→「サイト誘導」→「クリックカウント」といった流れを細かく分析していき、顧客ニーズを予想していきます。MAツールの問題は、この”分析する”という工程を設計するのは結局「人」であり、ニーズを見つけ出すのも「人」だという点です。

つまりセールスの導線を描け、尚且つ、顧客ニーズを分析する能力がなければ、MAツールを導入しても成果に繋がりません。

## インサイドセールスとMAツールは相性が良い

結論、MAツールができることはデータ収集のみです。

そのデータをうまく活用し成果をあげるためには、運用者の知識が必要となります。

更に成果を上げるには、データだけでなく”顧客の生の声”を収集する必要があります。

それを可能にするのが内勤型営業、いわゆるインサイドセールスです。

このインサイドセールスとMAツールを正しく運用し仕組み化できれば、

強固なセールスの導線となり、成果に直結するでしょう。

ITの良いところと、コール(=会話)というアナログ的なものを上手く組み合わせることが大切です



【作成者】  
アイセールス株式会社  
03-4405-6609