

# 3分で読める！インサイドセールス紙面講座

## LTV・顧客内シェアから考える インサイドセールス MA運用のメリット

---

## LTV・顧客内シェアとは？

LTV(ライフタイムバリュー)とは、顧客から永続的に取引を続けてもらうことによって得られる利益・価値を指します。

似た考え方で「顧客内シェア」というものがあります。こちらは、一人の顧客において特定の商品群の購入金額や数量に対する自社製品・サービスの割合を指し、これにより競合と比較してターゲット顧客に対してどの程度浸透しているかをみます。



要するに、一人の顧客との関わりの深さに軸を置いた考え方です。どれだけ顧客にひいきにされているか、ファンになってもらっているかを判断する項目です。



## 小さな商談から入りたい顧客心理を理解する

### なぜLTVや顧客内シェアが重要視されるのか？

最初の受注は取引を開始するにあたり、商品そのものはもちろんのこと、営業の在り方やサポート体制、会社としての信頼性等、様々な面で不安があるのは当たり前です。その状態でいきなり高額なオーダーをするケースは稀でしょう。

最初は小さな注文で様子を見ながら取引額を増やしていく、というのが顧客の心理を考えた上での適切なマーケティングセオリーです。

でも、社内のリソースは限られてるし、目先の商談金額が大きい案件とそうでない商談があれば、金額が大きい案件を優先しちゃうと思うんだよね～



## LTV・顧客内シェアの改善には インサイドセールス・MA運用がオススメ

低単価顧客であれば、難しい商材ではありませんので、フォロー内容もプログラム化しやすく、インサイドセールス・MA運用で十分カバーできます。

また、年間購入金額が小さい顧客は顧客比率としても多いはずですので、より多くの顧客を効率良くカバーできるインサイドセールス・MA運用は適しているとと言えます。

インサイドセールスは金額の大小にかかわらず、顧客フォローを円滑に丁寧に低コストで行える施策ですので、LTV・顧客内シェアの改善にぜひ一度検討してみてください\*

LTVや顧客内シェアの拡大は、顧客と永くいい関係を築きながら継続的に売上を上げていけますので、営業指標にぜひ取り入れてみてください。



【作成者】  
アイセールス株式会社  
TEL 03-4405-6609  
BtoBインサイドセールス、MA運用なら