2017 年 10 月 4 日
株式会社ユーザベース
株式会社マルケト

高度なターゲティングで重点顧客の収益最大化を実現する“ABM”で「FORCAS」と「Marketo」が連携

株式会社ユーザベースのグループ会社である株式会社 FORCAS（代表取締役：佐久間衡）は、B2B マーケティングエンジン「FORCAS」において、エンゲージメントマーケティングソフトウェアと関連ソリューションのリーディングプロバイダーである株式会社マルケト（代表取締役社長 福田康隆　以降、マルケト）と連携を開始します。本取り組みによって、Marketo が得意とする、個人の属性や行動を軸としたスコアリングに加え、FORCAS が持つ国内 115 万社の企業情報、約 560 業界の属性情報から、既存顧客に共通する属性を抽出し、自動生成される企業軸でのスコアリングを活用することで、“マーケティングと営業の協働・効果的な営業”を支援する ABM プラットフォームを強化いたします。

世界 6000 社以上が採用する Marketo と、国内 115 万社以上のデータソースを持ち高度なターゲティングで営業プロセスを改善するツール「FORCAS」が連携

本取り組みにより、以下のことが可能になります。

- 115 万社以上の企業情報により自社で思い描いていた重点企業のさらなる精査
- 市場変化、業界動向や自社成長、営業戦略にあわせ、その時々に合致した重点企業の発掘、新たな営業機会の創出
- 重点企業に対して PDCA を回しながらエンゲージメントマーケティングを行うことで潜在顧客を中長期的に育成
- 確度の高い潜在顧客の創出による効果的な営業活動
- 強力な名寄せエンジンによるリードクレンジング。リード情報をアカウントベースへ集約

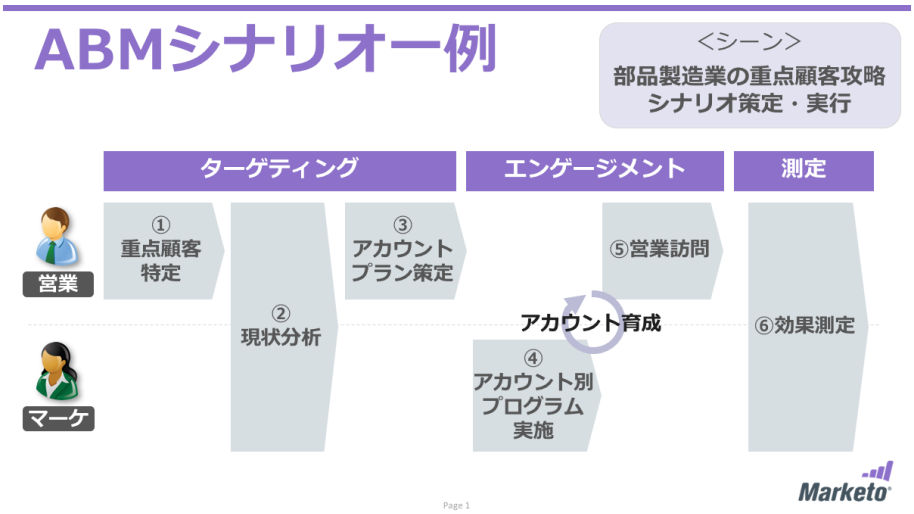
- 所属業界や類似企業などを自動付与（リードエンリッチメント）することで、リッチな BtoB マーケティングをサポート
- 既存顧客との類似度スコアリングによるマーケティングコストの最適化



マルケトが考える ABM とは、BtoB 企業のマーケティング部門と営業部門が協働し、重点顧客からの収益最大化を目指す戦略的アプローチを指します。本取り組みでは、「高度なターゲティング」「エンゲージメント」「効果の可視化・分析」の 3 ステップを運用できるプラットフォームを提供いたします。

FORCAS は営業部、マーケティング部、サポート部など社内の各部署に様々なフォーマットで蓄積されているデータを、強力な名寄せエンジンによって容易に統合し、業界や特徴など様々な属性情報を関連付け、高度な分析を自動的に実行し、自社にとって成約確度の高いターゲットアカウントを容易に定義することが可能です。

一方、Marketo は定義されたターゲットアカウントに対して、最適化したコンテンツでキャンペーンを実施し、その反応と属性情報でスコアリングし、ターゲットアカウントの中で「今アプローチすべき人」を特定し、そのリストを営業に供給することが可能になります。



これまでに「Marketo」で蓄積した顧客情報（リード）と、「FORCAS」の企業情報を掛け合わせることで、まず重点企業のターゲティングと管理を行います。そして、ABM に取り込んだ重点顧客の情報を確認しながら現状分析を行います。 現状分析の結果から、注力すべきターゲットとアカウントプランを策定します。 そしてマーケティング部門が、ABM を使いながら実際の施策を回していきます。リードのナーチャリングを行いながらホットになったタイミングで営業に送客し、商談化、効果的な営業活動ためにご活用いただく予定です。現在、下記の企業にご導入いただいています。

＜導入企業の紹介＞

VAIO 株式会社

freee 株式会社

マルケト、FORCAS は、ABM を軸に、営業とマーケティングの協働を起点として、組織的に重点顧客に深く入り、企業成長に寄与するよう今後も努めてまいります。

FORCAS 代表取締役 佐久間衡のコメント

「ユーザベースグループは「経済情報で、世界をかえる」というミッションを掲げています。マーケティング、営業に関わる情報は経済情報のコアで、その場に新たな価値を提供する第一歩に立てたことをとても嬉しく感じています。FORCAS の前身となった企業・業界情報プラットフォーム SPEEDA で培った企業・業界情報の生成、加工、分析に関わる知見、テクノロジーを最大限に活かし、Analysis Based Marketing（定量分析に根ざしたマーケティング）、Account Based Marketing、両方の ABM を強力に実現するサービスを、マルケトと共に実現してまいります。「働き方改革」が叫ばれる日本で、マーケティング、営業に関わる企業活動全体の生産性を向上させることを目指します。」

マルケト 代表取締役社長 福田康隆氏のコメント

「企業が ABM に取り組むスタートラインとしてはターゲットの選定が最も重要です。ABM では、企業経営の視点から狙うべきターゲットか否かを判断しなくてはなりません。その際には売上げや利益、顧客獲得単価、リテンション、商談期間など様々な要素を組み合わせてターゲットを決める必要となります。そのためには、FORCAS との連携が不可欠でした。本プラットフォームの活用をきっかけに、営業、マーケティングが分業ではなくてプロセスを共有するという発想につながればと考えています。」

以上

■マルケト（Marketo）について

マルケトは、獲得からアドボカシーに至るまで、マーケターと顧客との長期的な関係の発展を支援するよう設計された先進的なエンゲージメントマーケティングソフトウェアとソリューションを提供しています。マルケトはマーケターのためにマーケターによって設立され、マーケティングテクノロジーにイノベーション検討課題を設定しています。マルケトは経営理念を Marketing First に置いています。カリフォルニア州サンマテオの本社を始め、世界中にオフィスを設け、戦略的パートナーとして、多岐に渡る業界の大企業や急成長している中小企業を支援しています。Marketo のエンゲージメントマーケティングプラットフォーム、パートナーエコシ

ステムの LaunchPoint®、巨大なコミュニティ Marketo Marketing Nation®の詳細についてはこちらをご覧ください。https://jp.marketo.com/

■株式会社 FORCAS について

社名： 株式会社 FORCAS / FORCAS, Inc.
設立： 2017 年 8 月 16 日
代表者： 代表取締役：佐久間衡
株主： 株式会社ユーザベース（東証マザーズ：3966）
所在地：〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿 1-18-14 恵比寿ファーストスクエア 10F
HP： http://www.forcas.com

※“VAIO”ロゴ、及び “VAIO”はソニー株式会社の登録商標です。