

1

開発

2

コンテンツ
企画

3

アクセス解析

GLIC株式会社

所在地：富山市高田527番地

富山県総合情報センター 4階

設立：2012年7月

代表取締役：福井 康佑

社員数：9名

HP：<https://www.glic.co.jp/>

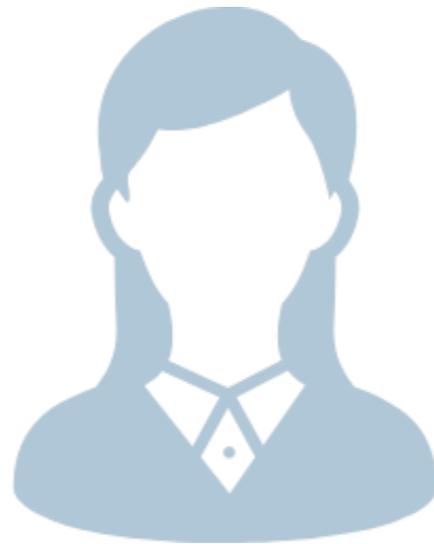
1-1. ユーザーごとに本気度は異なる

Aさん



たまたま見た

Bさん



以前から興味が合った

Cさん



Dさん



何がほしいか明確

Eさん



ユーザーごとに商品に関する関心度や購買への本気度は様々

1-2. ユーザーの本気度・関心のある事柄によって対応も異なる



Aさん たまたま近所に分譲住宅が建ったことを知り、時間つぶしに来場した

Bさん 結婚を期に住宅購入を検討しているが、まだ分譲住宅にするか、注文住宅にするか、マンションにするか何も決まっていない

Cさん 不動産を具体的に検討していて、インターネットを見ていたらちょうど希望のエリア・希望の価格で販売されている物件があったから来場した

Aさんへの対応

「ご友人を紹介してくださいね」というくらいで、長期的に追客が必要になるお客様。

Bさんへの対応

他社との比較表をメールで送ったり、説明会を開いたりと今後、中期的に追客が必要なお客様。

Cさんへの対応

クーポンや特典など最後の決断を促す為の追客が必要なお客様。

本気度・関心のある事柄が見える化されたら、
楽だと思いませんか？

2-1. Mauticとは？



Mautic (マウティック)
オープンソースのマーケティング
オートメーションツール。
見込み客の分析、ユーザー管理、
メルマガ送信などのあらゆる
マーケティング業務を自動化する。

こんな人にオススメ！

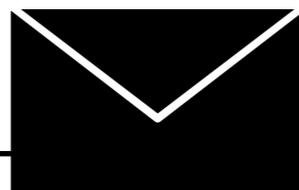
- ✓ たくさんの会員情報を集めたが、活用の仕方がわからずに放置している
- ✓ 見込み顧客全員に同じメールを配信している
- ✓ ウェブサイトに訪問してくるユーザーが、どれくらい購買意欲があるかを知りたい

2-2. Mauticで出来ること



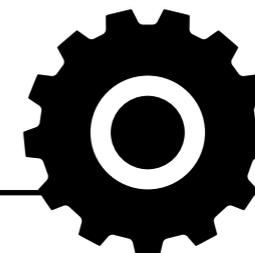
ユーザーを管理する

アクセスしたユーザーを自動的に匿名のユーザーとして登録できます。ユーザーごとにどのページにアクセスしたか、メールの開封有無など個人の動きを追跡できます。



メールを送る

メール配信することが出来ます。ユーザーに関心があるカテゴリごとにグループ分けし、メールの内容を送り分ける事もできます。



自動でメルマガを配信する

キャンペーンを設計することで見込み顧客に対して、事前に作成したストーリーに沿って自動でメールを実行します。



スコアリングする

アクセスしたユーザーの行動に対してスコアを付けることができます。ユーザーの属性や行動に応じてポイントの付与したりして、ユーザーのレベルを可視化します。



レポートを見る

効果を検証するためのレポート機能を搭載しています。ページアクセス、メール開封、資料のダウンロード数などの数字が見える化されます。

3-1. Mautic運用フローサンプル 1/2

● ユーザーの行動

● Mauticで自動で行われる処理

● サイトへの問い合わせ

● 問い合わせを確認 (+10ポイント)

ユーザーのデバイス=Mauticが紐づく

● デザイン関連のコンテンツに3回以上のアクセスを確認

ユーザーの関心のある事柄に応じて
適切なグループへ自動で割り振り

デザイン (デザインループへ追加)

価格

構造

土地

デザインについてのPDF資料付きメールを自動送信

3-1. Mautic運用フローサンプル 2/2



資料の取得

資料の取得を確認 (+10ポイント)

1ヶ月後に見学会の案内メールと参加フォームのURLを自動送信



メールの開封

メールの開封を確認 (+10ポイント)



フォームから見学会参加の申し込み

申し込みを確認 (+10ポイント)

3-2. 見込み顧客をスコアリングしセグメント

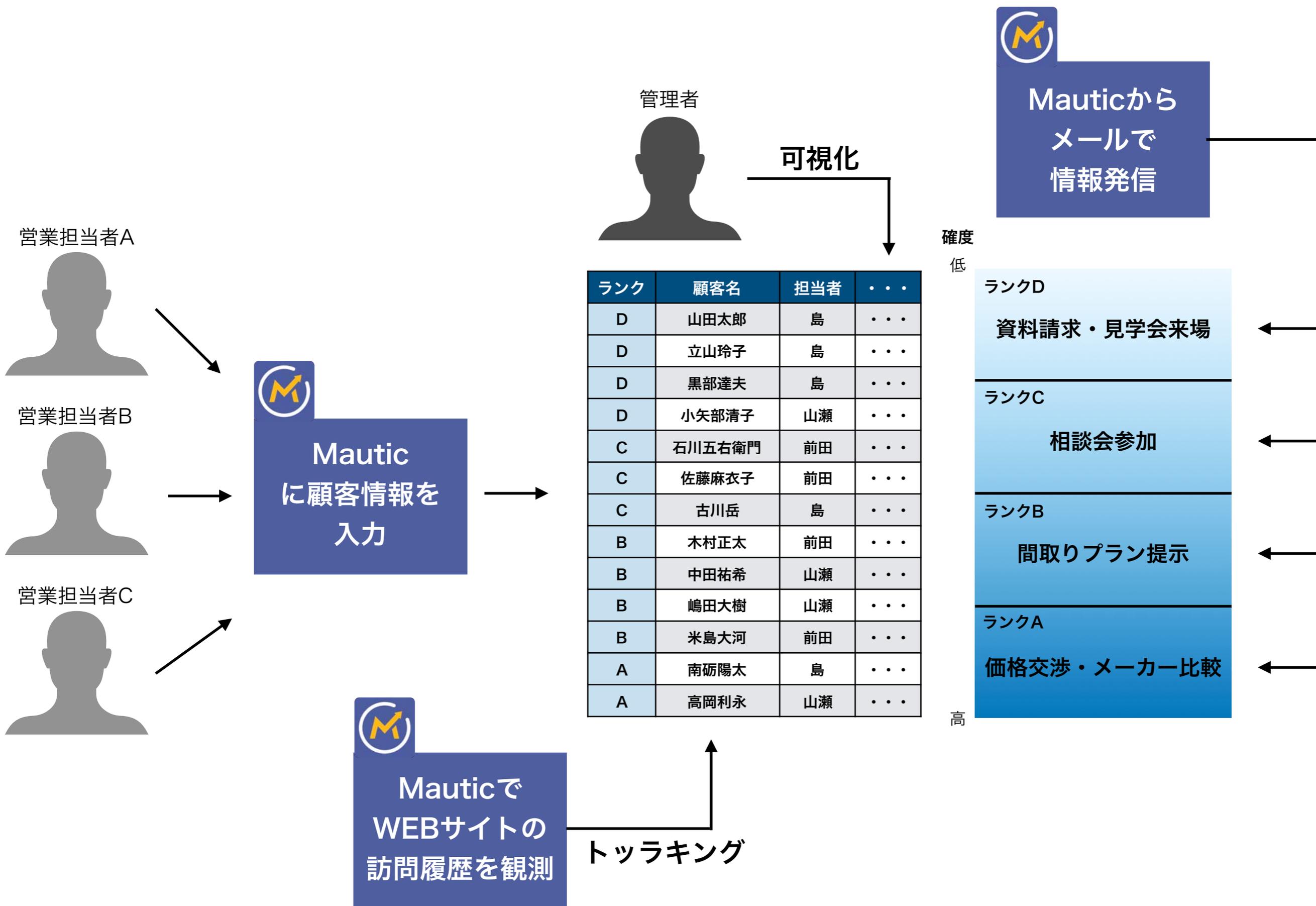
	問い合わせ	資料取得	見学会メール 開封	見学会参加	合計ポイント
匿名					0 ポイント
Aさん	✓				10 ポイント
Bさん	✓	✓			20 ポイント
Cさん	✓	✓	✓		30 ポイント
Dさん	✓	✓	✓	✓	40 ポイント

低

受注見込

高

3-3. 顧客管理ツールとしての活用



3-4. Mautic運用開始後に期待できる変化

	導入前	導入後
顧客リスト	見込み顧客リストを管理していない	見込み顧客をシステム管理画面上でリスト化することができる
顧客ニーズ	見込み顧客のニーズは営業マンの体感のみ	これまでの動向から見込み顧客のニーズを可視化することができる
人員問題	見込み顧客の確度が分からず、総当たりとなり、営業部の人手不足	確度の高い顧客からアプローチをかけることができ、営業部の負担を軽減できる