

2021年注目のマーケティング手法

「“—————

K B M

アプローチ実践ガイド

—————”」



はじめに

まずは**KBM入門ガイド**をダウンロード

このような方におすすめです！

- ✓ 最新のリード獲得手法が知りたい
- ✓ もっとリード獲得の効率を上げたい
- ✓ 新しい一手が欲しい決裁者の方

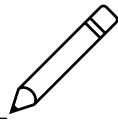


https://only-story.jp/kbm_1/



KBM実践のポイントの3つ目である「**アプローチ手法の選定**」の具体的な内容がわかる

おさらい：KBM実践のポイント



1. 自社キーパーソンの
リソース確保



2. ソリューション提案の実施



3. アプローチ手法の選定

おさらいはこちらから

https://only-story.jp/kbm_1/



目次

- 01. 手紙送付サービスでのKBM実践法
- 02. 顧問サービスでのKBM実践法
- 03. 番外編：KBM実践に向いてない手法
- 04. KBM支援SaaSチラCEOでのKBM実践法

01. 手紙送付サービスでのKBM実践法

01. 手紙送付サービスでのKBM実践法

a.概要

手紙送付サービスとは、
自社がターゲットとする企業のキーパーソンに
対して手紙を活用してアプローチする手法を指す。

b.費用対効果シミュレーション

一月40万円で運用した場合

送付件数：300件/月

アポ数（想定）：3~9件

※平均アポ率1~3%で計算



01. 手紙送付サービスでのKBM実践法

c.KBMに適している理由

- ・ キーパーソンへの個人名宛の手紙のため、
キーパーソンの手元まで届く可能性が高い
- ・ HP等に掲載されている情報でリストが容易に作成できる

d.このような方におすすめ

- ・ 一気に決裁者にリーチしたい
- ・ ブランディングを守りながら営業をしたい
- ・ 広告などでは伝えきれない要素を伝えたい

実践準備TODO

- 自社が狙いたい企業の
住所等が記載された
アウトバウンドリストを作成
- キーパーソンに刺さる文面を作成
- 送付後の自社での架電リソースを確保

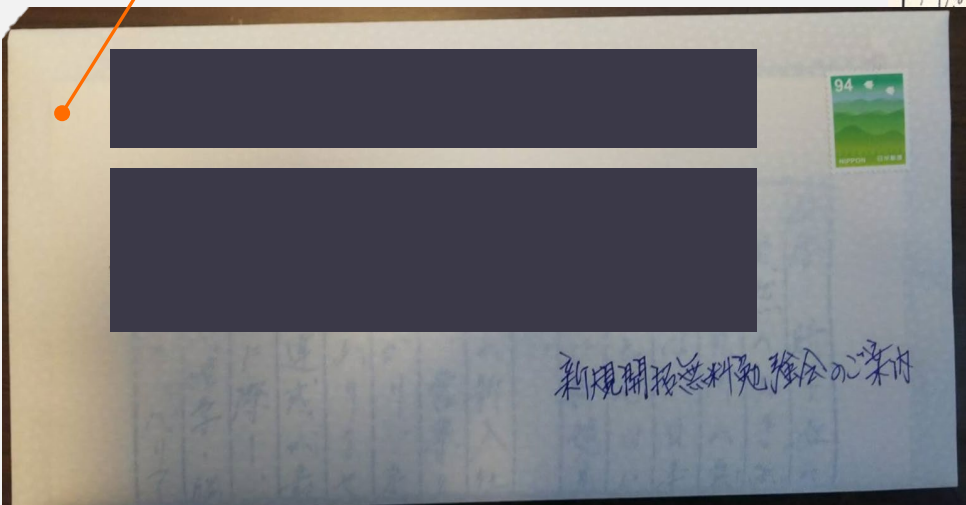


01. 手紙送付サービスでのKBM実践法

e.ポイント

 手書きであることをアピールするため
和紙を使い、中身が透させる

 差出人は自社の
キーパーソンに



拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。私共は、この
突然のコロナ禍で、誠に恐縮ですが、私共は、
貴社のホームページと拝見し、送付させて頂いておりました。
弊社は、企業の本拠は人々とセプトに、社員が経営
者の思いと反映し、自ら働いてくれる組織作りとすべし
と、取り組んでいます。
既に、承知の事とは存じますが、労働環境の改善
は、企業だけでなく、社会全体に関わる課題となつ
ており、
一より、働き方改革の手法は、企業側に求められ、
社員の能力や意欲と付
遠い企業も少なくあり

02. 顧問サービスでのKBM実践法

02.顧問サービスでのKBM実践法

a.概要

顧問サービスとは、広い人脈をもつ顧問の方が、
自分が繋がりがあるキーパーソンに対して、
アポイント獲得に向けたフォロー等を行うサービスを指す。

b.費用対効果シミュレーション

一月40万円で運用した場合ー

アポ数（想定）：3~4件



02.顧問サービスでのKBM実践法

c.KBMに適している理由

- ・ 顧問の方が繋がっている人材は
キーパーソンが多い傾向があるため
- ・ 顧問からの人推しがあるのでアポがとりやすい

d.このような方におすすめ

- ・ 大手の企業を開拓したい
- ・ 社内でアウトバウンドする人員がない
- ・ 高単価商材を販売したい

実践準備TODO

- 顧問様の対応をする(日程調整、案件管理、毎月のMTGの実施等)専属担当をつけておく

* 10顧問/1担当ほどが適切

- 紹介希望企業リストを顧問の方に提出する

- 顧問様が紹介しやすいように、
紹介打診文面などの作成を代行する



顧問サービス活用**3**つのポイント

1

受動的に紹介を待つのではなく、
能動的に紹介を生む運用方法を構築する

2

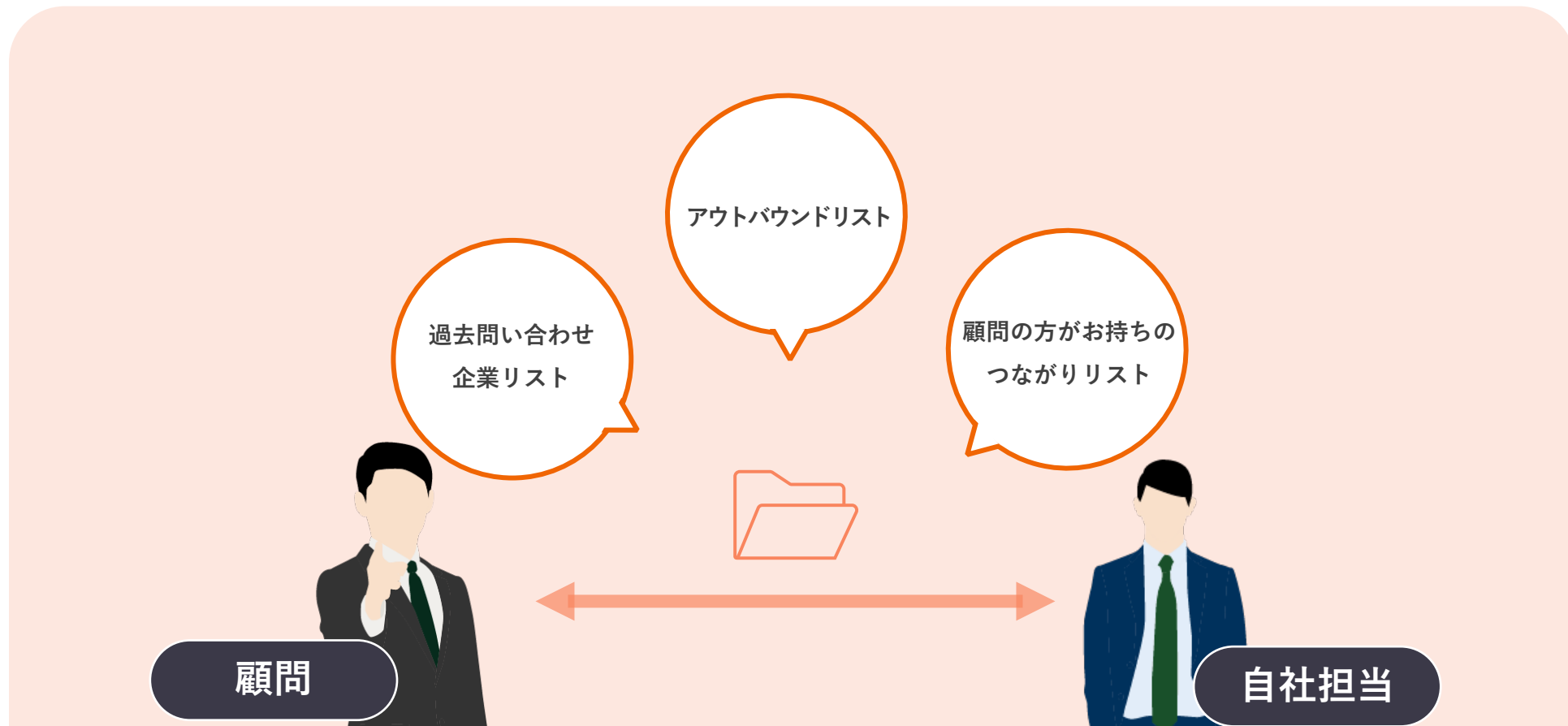
顧問の方の自社への**エンゲージメント・応援密度**を向上させる

3

インサイドセールス部署に**専属の担当を配置**し、社内体制を整える

① 受動的に紹介を待つのではなく、 能動的に紹介を生む運用方法を構築する

あらゆる情報を共有することで
ターゲットでない企業の紹介が減少



① 受動的に紹介を待つのではなく、 能動的に紹介を生む運用方法を構築する

例

1. 顧問の方のfacebookの友人をリストを確認

2. 自社がお会いしたい方をピックアップ

3. 顧問の方から自社がピックアップした方にお声がけいただく



能動的に
紹介を生む！



エンゲージメント 向上施策一例

1. 自社専属担当と毎月1時間の**定例ミーティングを実施**
2. 顧問の方を集めて**弊社の理念や歴史を役員から伝える会**を開催
3. 実際に紹介をいただく営業担当との**コミュニケーションの場を作った**

③インサイドセールス部署に専属の担当を配置し、社内体制を整える

紹介施策

チーム体制

人数

2名

主な業務内容

- ・各顧問ごとにリストの共有
- ・顧問の繋がりチェック
- ・日程調整
- ・案件管理

03. 番外編：KBM実践に向いてない手法

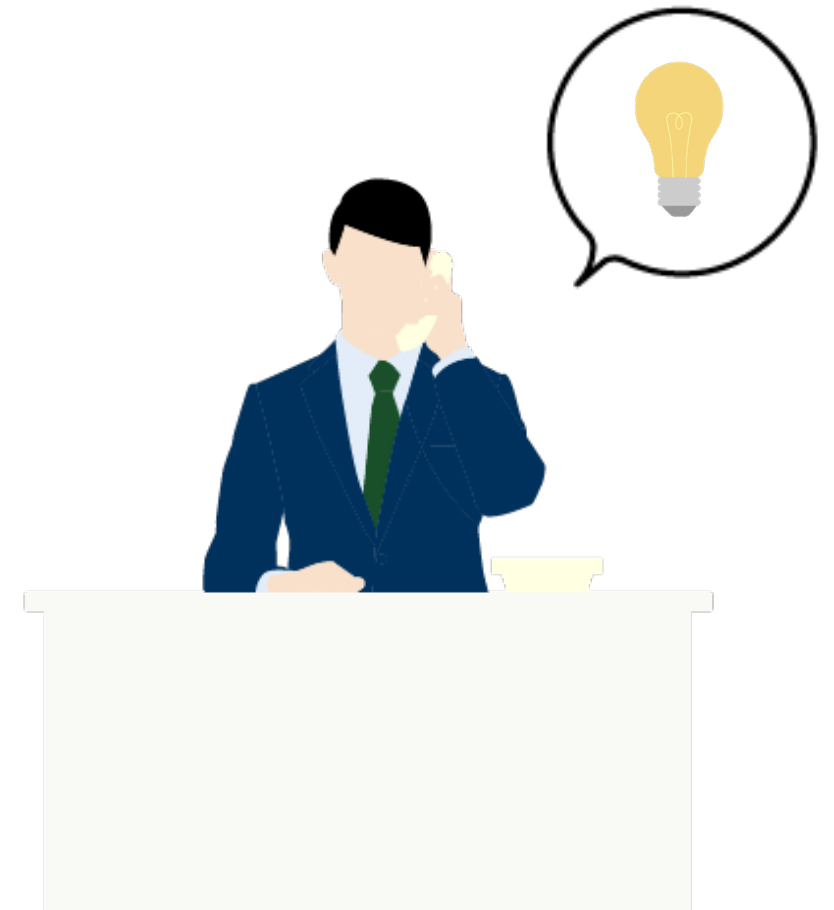
※有効な手段ではありますが、
キーパーソンへの直接のアプローチをしてアポイントをとるという観点での記載です。

a.KBMに適していない理由

- ・キーパーソンの電話番号の入手が難しいため
- ・会社の代表番号からキーパーソンに繋ぐことが難しいため

b.このような方におすすめ

- ・現場担当者から当たりたいサービス
(人材業界で人事担当者と繋がりたいなど)
- ・ニーズがあるアポイントが欲しい方



※有効な手段ではありますが、
キーパーソンへの直接のアプローチをしてアポイントをとるという観点での記載です。

a.KBMに適していない理由

- ・問い合わせ内容をキーパーソンが見ている可能性が低い
- ・アポ獲得よりかはリード獲得目的として活用されているため

b.このような方におすすめ

- ・トレンドに沿った商材を扱っている
- ・競合少ないサービスを提供している
- ・コンテンツ豊富でナーチャリング体制が社内で整っている



04. KBM支援SaaSチラCEOでのKBM実践法

04.KBM支援SaaSチラCEOでのKBM実践法

a.概要

KBM支援SaaS『チラCEO』は
BtoB企業のキーパーソン約**4,000**名が加盟している
プラットフォーム上で、
会員同士がマッチングできるサービスです。

b.費用対効果シミュレーション

一月40万円で運用した場合ー

アポ数（想定）：15件



優良なアポイントを獲得するための4つの導線



決裁者への
ダイレクトメッセージ



決裁者限定の
オンラインマッチングイベント



オンライン掲示板への投稿



カスタマーサクセス担当
による直接紹介

04. KBM支援SaaSチラCEOでのKBM実践法

c.KBMに適している理由

- ・ 基軸となるプラットフォームには

キーパーソンのみが登録しているから

d.このような方におすすめ

- ・ ブランディングを傷つけない
- ・ 自社でのアウトバウンドができるリソースがない
- ・ 課題のヒアリングができた上でつながりたい

実践準備TODO

- メッセージ機能の専属担当を決めておく
- 自社の決裁者のリソースを確保
(月間10商談分程)
- アプローチしたい企業を
明確にしておく



“

15ヶ月間での
獲得アポイント数

174件

成約数
19件

”

月あたり平均

アポイント数 約**12**件

成約数 約**1**件

2つの副次的効果！

1. パートナーの開拓

稼働している協業パートナーを**5**社獲得

2. 良いサービスとの出会い

チラCEOでおつなぎした
人材サービス会社の
新卒採用サービスを導入し
初めての新卒採用に成功！

“

11ヶ月間での
獲得アポイント数

229件

成約数
18件

”

月あたり平均

アポイント数 約20件

成約数 約1件

2つの副次的効果！

1. 商談に出ること現場を知れた

現場に出ることによって営業資料やオペレーションの改善点に気づくことができた。

2. 良いサービスとの出会い

チラCEOでおつなぎした
データコンサルティング企業のサービスを購入。
営業業務などの効率がUP！

“

12ヶ月間での
獲得アポイント数

128件

成約数
10件

”

月あたり平均

アポイント数	約 10 件
成約数	約 0.5 件

2つの副次的効果！

1. 教育の場としての商談を活用

後輩を同席させ、決裁者との商談の
教育の場としても活用。

2. 良いサービスとの出会い

チラCEOでおつなぎした
タレント起用サービスを契約
→**マーケティング効果が向上**



月あたり平均

アポイント数 約14件

成約数 約2件

2つの副次的効果！

1. 口コミ導線の確立

多くの決裁者と会うことで、
会った決裁者の間で**口コミが広がり**、
その**口コミを通じて紹介が増加！**

2. 良いサービスとの出会い

チラCEOの紹介経由で
エンジニア紹介サービスを利用し始め、
業務効率化に成功！

運営会社

会社名：株式会社オンリーストーリー

代表名：平野哲也

所在地：東京都渋谷区恵比寿南3-9-3 Aカントリーハウス

設立年：2014年2月14日