

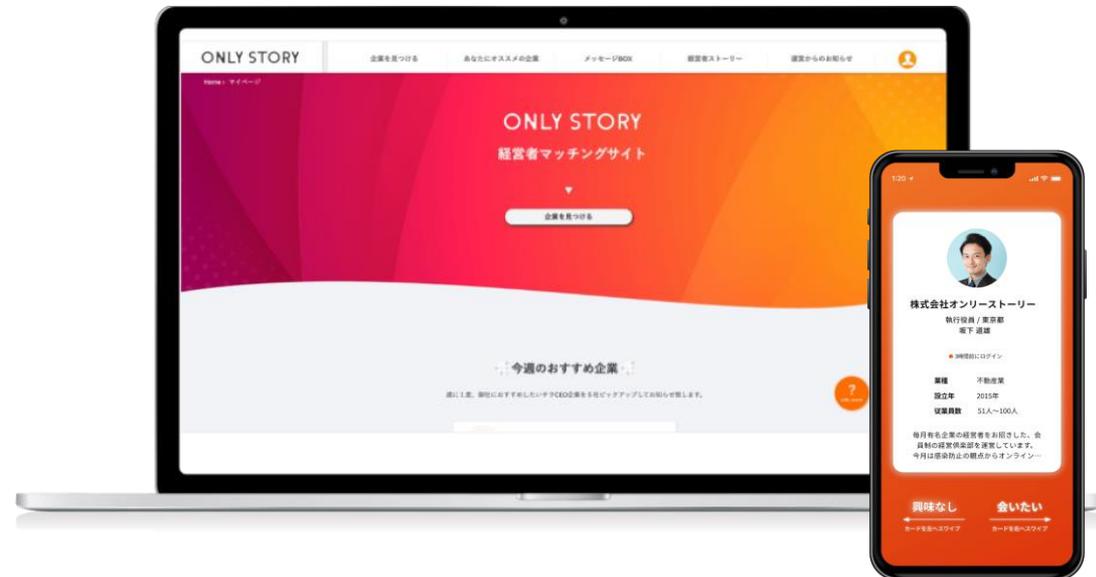


決裁者向けの手紙送付 & 架電支援サービス

狙った会社の、狙った決裁者に会える

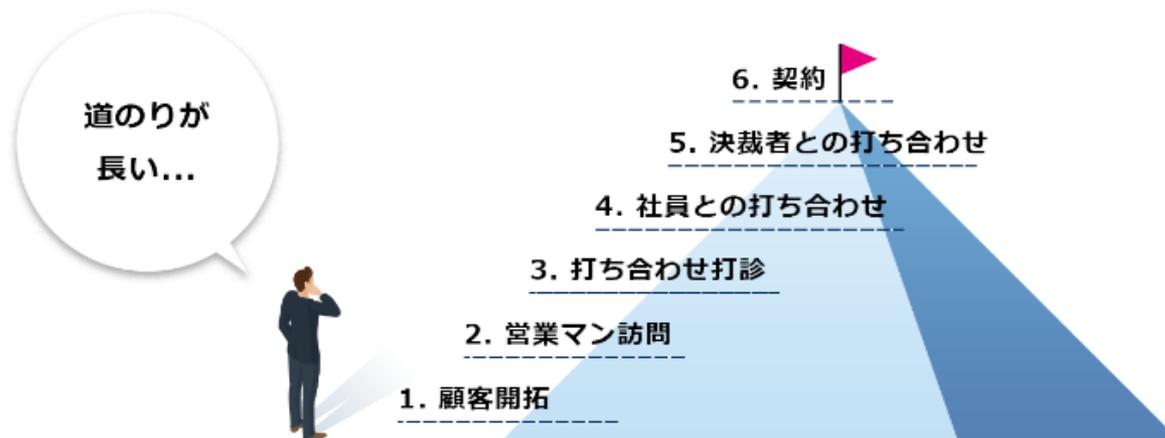
KBM支援サービス

決裁者マッチング—筋約9年

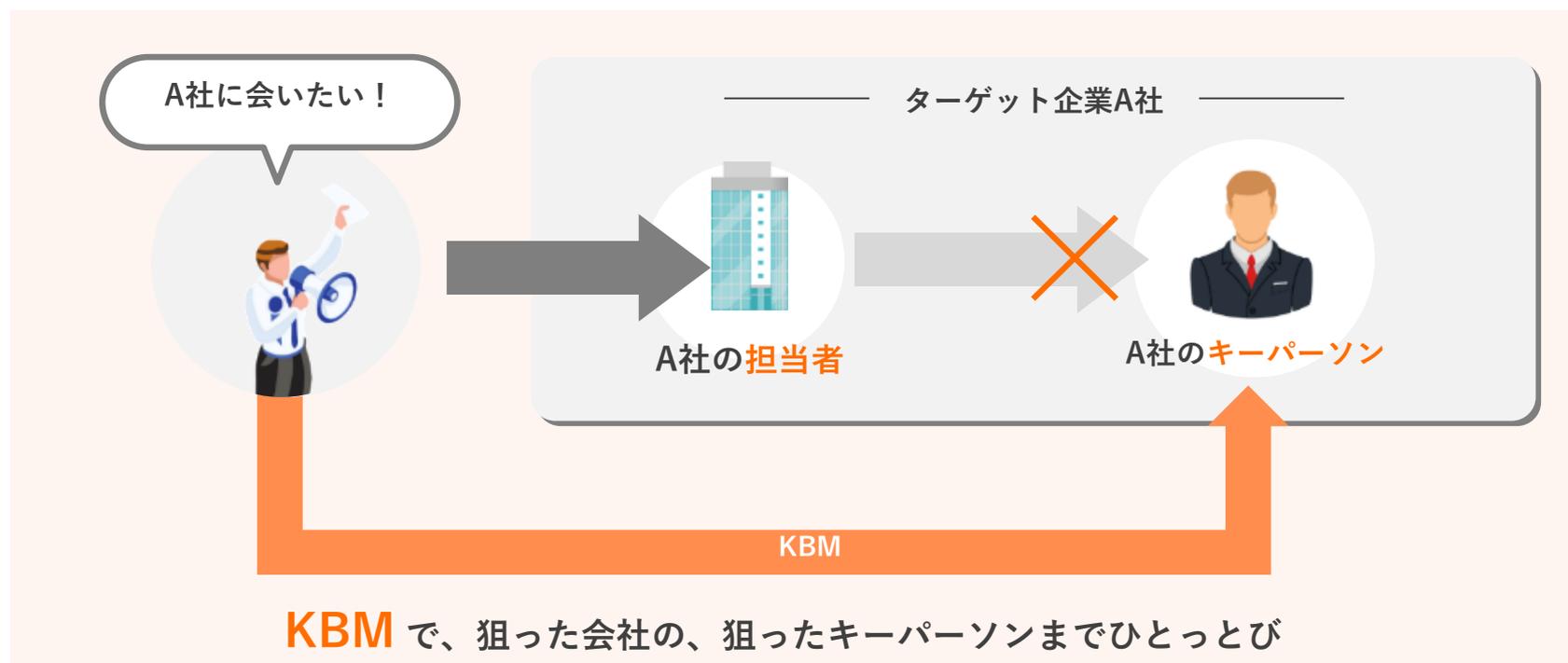


= “**決裁者**” に会えない

非決裁者と会っても、中々契約に繋がらない



KBM (キーパーソンベースドマーケティング)とは 企業ではなく、**その先の決裁者を基軸とした** マーケティング活動



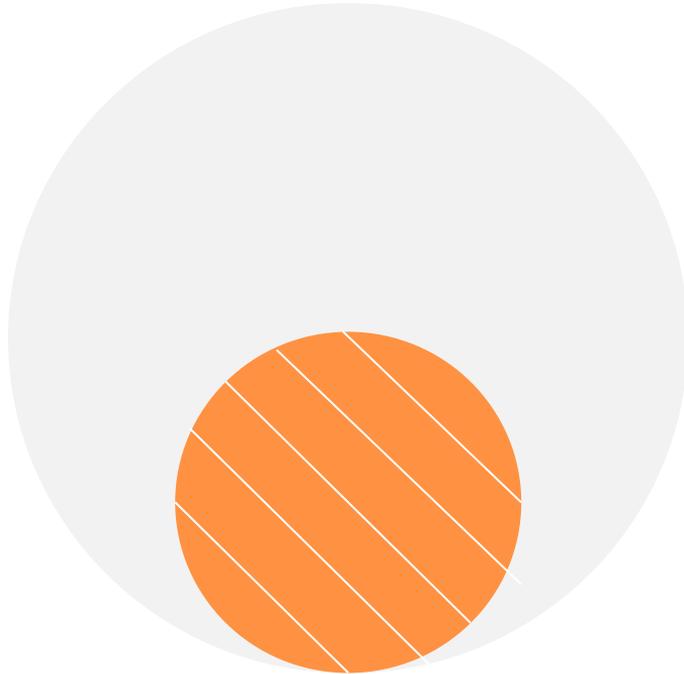
KBM で、狙った会社の、狙ったキーパーソンまでひとっとび

サービス内容



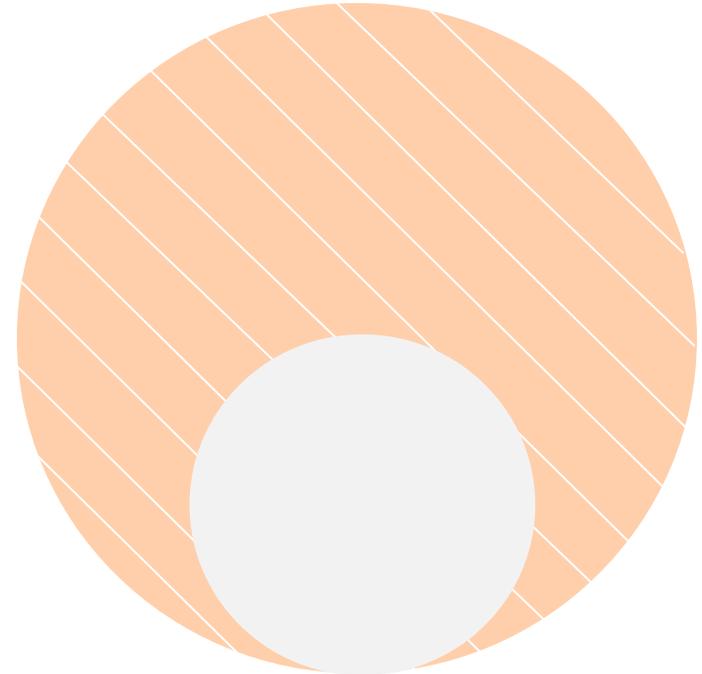
決裁者向け手紙送付サービスでは
より幅広いターゲットにアプローチ可能

チラCEO



狭い・濃い

決裁者向け手紙送付サービス



広い・薄い

短期

アポイント獲得 

…手書き風手紙と追い架電でアプローチ

認知拡大 

…手紙によるアウトバウンドでより良い認知を広げる

リード獲得 

…アポイントだけでなく、顧客情報も架電時にヒアリング
(例 担当者名、顧客の課題、現在利用している商材etc)

刺さる商材説明 

…文面や架電のPDCAを回すことで、
スクリプトのブラッシュアップが可能

テストマーケティング 

…手紙×架電でターゲットの仮説検証が可能
かつ、効率的な営業マーケ戦略を立てられる

長期

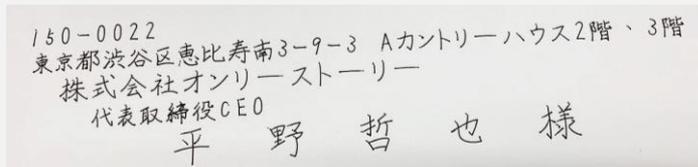
狙った企業の狙った決裁者に向けて、
手紙と架電を活用してアプローチします。

ターゲット選定や文面作成など送付までの作業を弊社がすべて担当



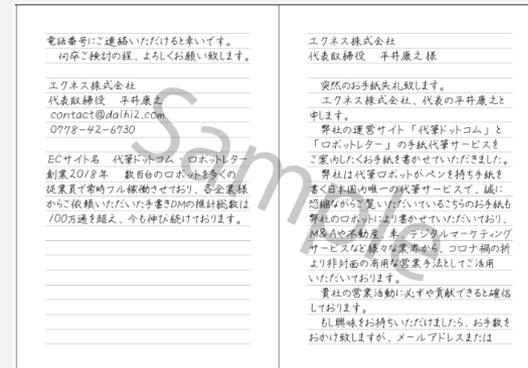
* リストの販売は行っていません

筆跡タイプ

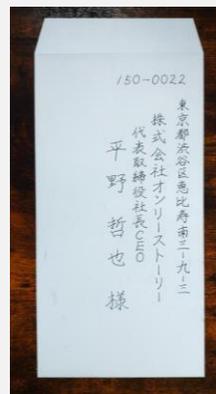
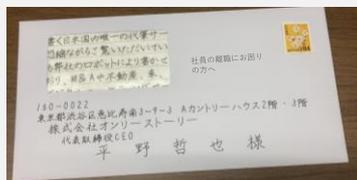


美文字1

実際の手紙



封筒



手書き再現ロボット



手紙でのアプローチには様々なメリットがあります



手元に形として残る

- ・リモートワークが進んでも、手紙自体が残るため週1出社の際に確認してもらえるケースも
- ・メールの様に、メールボックスで埋もれてしまう可能性ない



オンライン化が進んだ現代だからこそ差別化ができる

- ・手書きの手紙は珍しいため目に留まりやすい
- ・手書きの手紙のため丁寧な印象や、自分のために書いてくれたという特別な印象を与えられる



送り相手だけに開示される

- ・対個人宛に送付しているため、手紙の内容を確実に本人に読んでもらえる



幅広い層にリーチできる

- ・Web広告等ではリーチしにくい業界の決裁者に直接アプローチができる

他社事例・お客様の声



ハウスリストの活用で 見込み顧客の開拓 に成功

(名刺交換した展示会の参加者)

A社 業種 メディア/店舗運営 ターゲット企業 小売/流通/商社/メーカー/製造系



ハウスリストへの手紙送付

展示会参加者と名刺交換し、
記載の連絡先に**手書き手紙**を送付。



アポ獲得から**成約**に！

手書き手紙が好印象となりアポ獲得(アポ率**3.64%**)。
アポ後も友好関係が続き、**成約**につながった。

Case.1

ご利用企業

東証マザーズ上場 マーケティングツール販売 A社

アポイント率

2%

ターゲット属性

小売業など店舗展開している／企業のマーケティング責任者

手紙経由の商談のうち、**半分以上が見積もり・二次商談など案件化**

Case.2

ご利用企業

子供向けメディア運営 B社

アポイント率

3.1%

ターゲット属性

従業員数1,000名以上のIT・教育企業／保育園

文面と架電時のトーク内容の**PDCAを回しアポイント率UPに！**

Case.3

ご利用企業

動画編集ツール提供 C社

ターゲット属性

不動産／学習塾／各種受託システム開発

アポイント率

2.2%

業種ごとに**セミオーダーメイド文面での送付**を実施

Case.4

ご利用企業

コミュニティプラットフォーム運営 D社

ターゲット属性

金融機関（地方銀行）／1,000名規模の大手企業

アポイント率

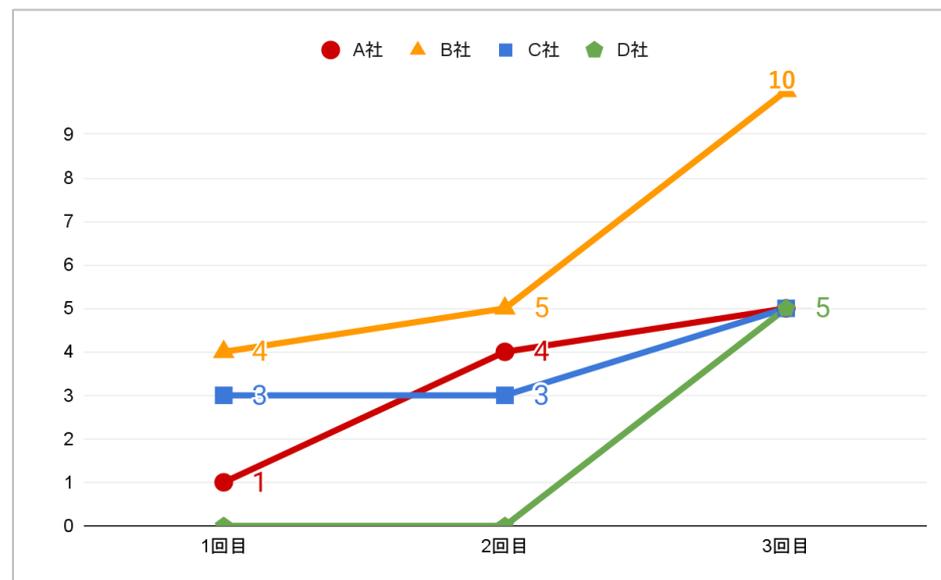
6%

既存のハウスリストに送付しアポイント率がUP！

ご利用事例（ターゲット×文面×架電スクリプト）

PDCAを回すことで、 中長期目線での価値提供を可能に！

	1回目	2回目	成果・価値
A社	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員～100名 →100名以上に変更 ・宛名/役職を お客様で補完 	<ul style="list-style-type: none"> ・過去送付リスト ・宛名/役職を お客様で補完 	累計アポ率 2.5% ターゲットの 明確化
B社	<ul style="list-style-type: none"> ・スクリプト修正※1 ・リスト役職 ・資料送付後追客架電 	<ul style="list-style-type: none"> ・1回目送付の 残リスト活用 ・スクリプト修正 	追客架電で アポ 2 件UP リード顧客の フォローアップ
C社	<ul style="list-style-type: none"> ・スクリプト修正※2 ・ターゲット部署の 変更 	<ul style="list-style-type: none"> ・繰り返しトークの 改善 	最終アポ率 3.3% リード獲得 8.0%
D社	<ul style="list-style-type: none"> ・リストを弊社用意 ・文面変更 ・宛名変更 ・番号不明先の補充 	<ul style="list-style-type: none"> ・リストを特定の サービスから抽出 ・スクリプト修正※3 ・オンライン手紙 ・リマインドメール 	アポ率 3% UP 商材説明の ブラッシュUP ターゲットの 明確化



- ※1 サービス理解を深め、訴求文言のシンプル化
- ※2 ターゲット部署と訴求内容のシンプル化
- ※3 パワーワード、事例、他社との差別化

PDCAを回すことで、 中長期目線での価値提供を可能に！

		3回目分 (8/30発送)	4回目送付分 (11/7発送)	5回目発送分 (12/16)	6回目発送分 (2/8)
リス	リスト	弊社リスト	貴社リスト	貴社リスト	貴社リスト
全体	発送数	166	119	287	503
成果	アポ率	0.00%	0.84%	4.88%	3.18%
	アポ数	0	1	14	16
	↳手紙アポ	0	1	12	7
	↳架電アポ	0	0	2	9
	↳日系企業	0	1	9	12
	↳外資系企業	0	0	5	4
架電	コール数	1周目	119	286	392
		2周目	68	35	130
	通電率 (担当接触率)	11.9%	8.40%	20.00%	10.20%
	アポ獲得/資料送付	こちら参照	こちら参照	こちら参照	こちら参照
	断り理由	接続後に宛先人へのインタビューのご案内をしておりますが、当人への接続はお断りをいただいている状況です。	担当者接続数：26件（3コール目架電13件） 継続して、営業力を含めたグローバル人材を採用していない、及び、採用に困っていないとの回答をいただいております。	1月13日時点でコールが完了しており、アポイントを2件、検討企業を1件獲得致しました。 担当者接続数：58件 人事責任者宛での架電を試みている事により前回よりも通電率は改善を	2月17日時点で1コール目を392件かけており、アポイントを5件獲得できております。 課題としましては、継続して外資系企業を中心に受付でのNGが強固な状況となっており、通電率が10%で
	所感	●リストにおける改善要素 ①1回目のようなすでに貴社と一定関係性があるハウスリストへの送付が有効 →貴社の方で追加でリスト出しが可能でしたら、リスト出しをいただ	119件に対して3コールまで完了致しました。 役員クラス呼び出しは難易度が高いため秘書宛での架電を行っております。しかしながら、最大手の企業を中心に秘書の名前を伝えないとお	286件に対して1コール目が完了している状況となっておりますが通電率の更なる改善と、接続後の切り返し強化が必要な状況でございます。 ・通電率の改善：既に年末にかけて	改善点 通電率こそ下がっておりますが、以前お取引をしていた事で繋いでいただけ先からアポイントが取得できておりますので、引き続き接続できるリストからはアポイントを取得で
貴社所感		とのアポイント 人事責任者の方とmtg →すでにやり取りのある企業様で再リレーション	連絡をいただいた内容的には手紙の内容も響いていたようで、契約に繋がりそう 情勢的にも、外資は厳しいのではないかと	休眠顧客に対する反響の方が良い 以前取引をしていたので、話が早い 手紙の内容に響いてアポになった先もある（沖縄科学技術大学院大学（	送付数が多かったこともあり、反響が多かった →ドンピシャなターゲットではなかったが、良い感触のところもある 架電の中で、アポ日の余裕を持って

参考資料② (架電スクリプト：一部抜粋)



PDCAを回すことで、 中長期目線での価値提供を可能に！

【更新日】2021/12/28

【 様】

お世話になります。

この度は突然のご連絡失礼いたします。
私、〇〇、〇〇と申します。
先日〇〇様宛に書かせていただいたお手紙の件でお電話させていただいたのですが、
〇〇様もしくは秘書の方いらっしゃいますでしょうか？

本人に繋がる

お世話になります。

私、〇〇、〇〇と申します。
弊社は、主に**既存事業の拡大**のために、最先端の技術やビジネスモデルを有した**ベンチャー企業様6000社**と貴社のような大手企業様をお引き合わせ、協業連携を促すことで、**新規事業創出や社内事業のアップデート、デジタル化支援(DX化)**をさせていただいております、**貴社の既存事業の拡大や新規事業の立ち上げシーンで貴社に貢献できるのではと考え、筆を執らせていただきました。**
1度どんな内容なのか等実際のご支援例などを交えてオンラインでお話をさせていただければと思っておりますが、いかがでしょうか？

具体的にどんな内容？

具体的には、貴社のような大手企業様におかれまして、新しい技術やアイデアを取り入れた新規事業などで自社の事業成長を齎すことができ、またベンチャー企業様は企業の顧客基盤や開発拠点などの資源を活用することで事業の成長を加速できるという相互メリットがございます。

例えば、**※業界向け文面参考**
〇〇様はじめ合計200社以上の企業様をご支援させていただいております。
よろしければ1度どのようにご支援をさせていただいているかをご紹介させていただけないでしょうか？

いいですよ

いいですよ

ありがとうございます！

今週末ですと都合よい日程はいつがよろしいでしょうか？
※なるべく最短でスケジューリング(好評につき予約がかなり埋まってきている旨伝達)
【ヒアリング項目】

- ① 商談日時
- ② オンラインツール(指定なければzoom) ※訪問でも可能
- ③ 名前(名字だけでもいいが、漢字も必ずヒアリング)
- ④ 役職(聞ければOK) ※〇〇様は採用の部長さまですか？
- ⑤ メールアドレス(必ず復讐)

それでは、この後メールで詳細送らせていただきますので、よろしくお願いたします。当日はお話させていただきますこと楽しみにしております。何卒よろしくお願いたします。
それでは、当日は担当の「〇〇」よりお話しさせていただきますので、何卒よろしくお願いたします。

大変失礼いたしました。

弊社は、主に**既存事業の拡大**のために、最先端の技術やビジネスモデルを有した**ベンチャー企業様6000社**と貴社のような大手企業様をお引き合わせ、協業連携を促すことで、**新規事業創出や社内事業のアップデート、デジタル化(DX化)**のご支援をさせていただいております、**その件で〇〇様宛に直筆のお手紙を書かせていただいたのですが、**
〇〇様もしくは、秘書の方いらっしゃいますか？

どういったご用件ですか？

結構です(新規事業とか考えてないのでなど)

ただいま離席中です

何時ごろお戻りでしょうか？(戻り時間を所感に記載)
→ かしこまりました。それでは改めさせていただきます。 → 不在

営業はお断りします

承知いたしました。
それでは、また何かございましたらよろしくお願いたします。 → 受付ブロック

ちなみに、、、

- (下記で自分が言いやすいorお客さんに刺さりそうな2つか3つを伝える)
- ・既存の事業がコロナの影響で業績が芳(かんば)しくなく、新規事業をやる必要があるもののアイデアが出てこない。
- ・既存事業をデジタル化にシフトしていく必要がある。
- ・社内の採用、労務、経理などのバックオフィス業務を効率化していく必要がある。
- ・社員が能動的に仕事をを行い、自ら仕事を生み出してくれるような育成が必要。
- ・コンサルや起業家のような外部のリソースを借りて社内風土を変えたい。

といったご要望はございますでしょうか？

はい

ありがとうございます。
今頂いたご要望に対して、どのようにご支援ができるのかを1度他社様の事例踏まえてご紹介できればと思うのですが、いかがでしょうか？

はい

Q&A

『どんな会社との実績があるの?』

【車・乗り物業界向け文面】

一例ではございますが、日野自動車様、オリックス自動車様といった企業様をはじめ、合計200社以上の企業様をご支援させていただいております。

【運送業界向け文面】

一例ではございますが、佐川急便様、ヤマトホールディングス様といった合計200社以上の企業様をご支援させていただいております。

【そのほか向け文面】

一例ではございますが、サントリーホールディングス様、日立製作所様といった合計200社以上の企業様をご支援させていただいております。

ぜひ実際のどのような流れでご支援されるかを1度ご紹介だけでもできればとおもってまして〜
→ **クロージング**

大変失礼いたしました。承知いたしました。
ちなみに、御社様のお力になれるのではと勝手にながら思っておりましたが、もしよろしければ、1度概要資料だけでも送らせていた抱きたいと思うのですが、、、? (申し訳なさそうに) ※必要以上に粘らない

はい → 資料送付

いいえ → 断り

料金プラン・差別化ポイント・運用のコツ



具体的な手紙やリスト、
料金や差別化ポイント等
サービス詳細については、
お問い合わせ・MTG頂いた方に
お渡しさせて頂いております。

<http://onlystory.co.jp>
より、お問合せ頂けますと幸いです。

本書の内容、テキスト、画像等の無断転載・無断使用を固く禁じます。
また、他サイトへの引用を厳禁いたします。

