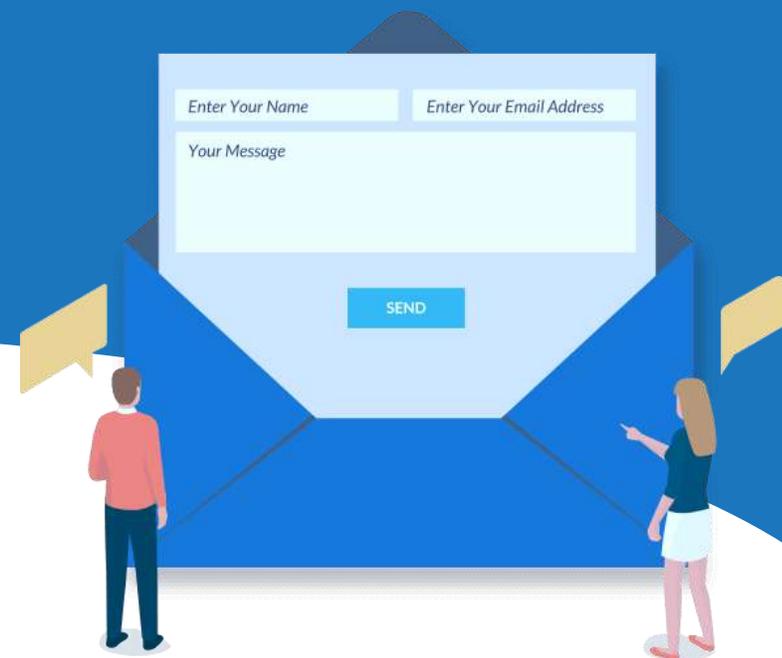


フォームマーケティング完全ガイド



フォームマーケティングを知っていますか？

✓ 企業などのホームページ上に設置されている**問い合わせフォーム**を利用し、**営業活動を行う方法**

メール営業に似た手法で、
企業のホームページに設置されている**問い合わせフォームから営業メールを送る手法**のことです。
「お問い合わせフォーム営業」とも呼ばれます。

問い合わせフォーム営業は他の手法と比較して
「確度の高いアポ」を「効率よく」獲得できるというメリットがあります。

特に中小企業、ベンチャー企業の場合、
フォームに届く問い合わせを決裁者が確認しているケースが多くあります。

A screenshot of a contact form on a website. The form is titled "お問い合わせ" (Contact Us) and includes fields for company name, name, phone number, and email address. There are also radio buttons for selecting the purpose of the inquiry and a "送信する" (Send) button at the bottom.

フォームから営業して大丈夫？

問い合わせフォームというと、

一般的には資料請求や料金に関する問い合わせに使うことがほとんどでしょう。

そのため、フォームを使って営業活動をするのは大丈夫なのか、という心配があるかもしれません。

結論、**フォームに対して営業活動を行うことに問題はありません。**

現状、特定電子メール法のような法律はなく、問い合わせフォームというのは「さまざまな問い合わせを受け付ける窓口」だと言えるため、営業活動をすることもまた、禁止されていることはありません。

事前準備

営業リストを準備する

メール営業やテレアポと同様に、成果が見込めないような対象に営業をしたところで、時間の無駄になってしまう可能性が高いでしょう。

過去の受注顧客や直近の商談実績がある企業から見込み顧客となる**ターゲット像を明確**にして、ハウスリストから該当するリストを抽出したり、購入することで営業リストを作成します。

GeAIneの例

【商品】問い合わせフォーム営業を自動化するツール

【過去の商談、受注傾向】IT業界、特に人材サービスを提供している企業が多い

▶IT業界、特に人材サービスを提供している企業をメインに営業リストを作成、購入する

送る文章を準備する

「相手のことをしっかり理解したうえでメリットを提示する」ことを意識してください。
相手がメリットを感じないような内容であれば、送信する意味がありません。

また、あまりにも長い文章を送ってしまうと、最後まで読まれない可能性が高くなります。
フォーム営業をするときは、必要な情報を盛り込みながらもシンプルな内容にすることを心がけます。
「**自己紹介**」「**連絡をした理由**」「**何をしてほしいか**」という3つをベースに考えましょう。

ポイント

よくありがちな悪い例としては、本文中にセミナー申し込み用リンクもあれば、問合せリンクもあるような複数CTAが設定してある文章です。必ず一つに絞って記載しましょう。また、CTAの設置場所にも注意が必要です。本文のなかで最初に目にする部分の印象で、読み進めるか、閉じるかが決まると言われています。上部にCTAを設置し、500文字程度の簡潔な文章を作成しましょう。

ポイント 1. 文字数制限

送り先の企業が使用しているシステムによってはフォームのテキストエリアに文字制限がある場合があります。下記に主要なフォーム文字数制限をまとめました。

- SATORI – 500文字
- Pardot – 65,535バイト（全角で約2万字）
- formrun – 10000文字以下（企業自身で設定）
- Synergy!クラウド – 4000文字以下（企業自身で設定）
- BowNow – 1000文字

上記以外にも多くのフォーム作成ツールが存在します。大抵のフォームであれば送れるように**500文字**
以下のシンプルな営業文章を用意するのがおすすめです。また、営業文章は短いほうがクリック率が
良い傾向にあるのでそういう意味でもシンプルなものの方がよいでしょう。

ポイント2. 目的が明確にする

「誰に、何をしてほしいのか」明確に目的を決めましょう。

【1メール1コンバージョンが鉄則】

ターゲット全員に対して、すべてのCTAに興味をもってもらうような内容の文章を書くことは難しいので、ターゲットに応じたコンバージョン（期待する行動）を決めましょう。

また、最初に目にする部分の印象で、読み進めるか、閉じるかが決まると言われています。

【CTAを上部に設置】

一般的に「左上から右下に向かって移動、アルファベットの“Z”のように移動」するなどといわれています。CTAはユーザーの目につきやすい場所に設置することが重要です。視線の流れを踏まえて“自然に目につく場所”に、何を目的としているのか一目でわかるようなCTAを設置することが有効です。

例：セミナー申込の案内

× 悪い例

お世話になっております。
エッジテクノロジーの山田です。
7月〇日に売上をUPさせる分業型セールスについてセミナーを開催いたします。

■売上をUPさせる分業型セールス？（無料ウェビナー）

- 昨今のセールス市場と課題について
- 分業型セールス導入のポイント

本セミナーでは上記2点についてお話いたします。
ご興味のある方は是非ご参加ください！

また、新規開拓施策にお困りの企業様は是非『GeAlne（ジーン）』をご検討いただけますと幸いです。『GeAlne（ジーン）』はお問合せフォームに自動で営業メールを送るツールです。新規営業にかかる工数を削減するとともに受注確度の高いアポを獲得することができます。

▽セミナー詳細▽

<https://the.geaine2.jp/seminar/>

▽ サービス詳細▽

<https://the.geaine2.jp/>

何卒宜しくお願い致します。

○ 良い例

お世話になっております。
エッジテクノロジーの山田です。

2020年のコロナウイルスの影響により、セールス界隈では「分業型セールス」などこれまでとは違うスタイルの手法が広く謳われるようになりました。しかしながら、新しいセールス手法を取り入れようにも「リソース不足でどうしたらよいかわからない」というご相談の声が多くなってきているのも事実です。

そこで、7月〇日に新規顧客開拓のコツをご紹介するセミナーを開催いたします。

▽セミナー詳細▽

<https://the.geaine2.jp/seminar/>

■売上をUPさせる分業型セールス？（無料ウェビナー）

- 昨今のセールス市場と課題について
- 分業型セールス導入のポイント

本セミナーでは上記2点についてお話いたします。
ご興味のある方は是非ご参加ください！

何卒宜しくお願い致します。

ポイント3. 具体的なメリットを記載

メリットの提示ができていなければ、フォーム営業に対するレスポンスを見込むことはできません。

具体的な内容としては、「同種の企業と取引をしている」「〇〇という課題を解決できる」といった内容が考えられます。こういった内容であれば、「詳しく話を聞いてみたい」と思ってもらいやすくなり、返信率も高くなります

GeAlneの例

- 弊社は約600社の導入実績があり、特にSES業界の企業様に多く導入いただいております。
- SES業界の事例として、月額4万円で毎月1~2件の受注獲得と受注確度の高いアポを獲得している企業もございます。
- 営業にかかる人的工数を70%カットすることが可能です。

ポイント4. 次のアクションを記載する

フォーム営業では、アポ日程の調整や返信など、**相手に求めるアクションを記載する**ことを忘れてはいけません。フォーム営業は、そもそも「次につなげるための手段」であるからです。

そのため、「次にどうしてほしいのか」ということをしっかりと書くようにしましょう。具体的に書くことで、相手もアクションしやすくなります。逆に、こういったことを記載していない状態では、相手もどうしたらいいのかわからなくなってしまいます。

もし同様の課題をお持ちであれば、直接ご説明させていただきたく存じますが、直近のご都合はいかがでしょうか？

下記の日程でお伺いすることが可能でございます。

=====

【日程の候補】

- ・〇月〇日（曜日） 〇：〇〇～〇：〇〇
- ・〇月〇日（曜日） 〇：〇〇～〇：〇〇
- ・〇月〇日（曜日） 〇：〇〇～〇：〇〇

=====

ご都合の良い日程をご連絡いただけますと幸いです。

例文

株式会社〇〇
営業ご担当者様

突然のご連絡にて失礼いたします。
私、株式会社〇〇の〇〇と申します。

貴社のホームページを拝見したところ、現在展開されている〇〇事業につきまして、弊社が提供する
〇〇ツール【サービス名】がお役に立てるのではないかと思います、ご連絡させていただきました。

▼サービス資料
<https://the.geaine2.jp/〇〇〇〇>

以下のような課題の解決を支援させていただいております。

- ・課題①
- ・課題②
- ・課題③

これまでに〇〇件以上の企業様に導入いただいており、〇〇を最大で〇%改善した実績がございます。

もし同様の課題をお持ちであれば、直接ご説明させていただきたく存じますが、直近のご都合はいかが
でしょうか？

下記の日程でお伺いすることが可能でございます。

=====
【日程の候補】

- ・〇月〇日（曜日） 〇：〇〇～〇：〇〇
 - ・〇月〇日（曜日） 〇：〇〇～〇：〇〇
 - ・〇月〇日（曜日） 〇：〇〇～〇：〇〇
- =====

もし可能な日程がない場合は、
〇月〇日以降でご都合のつく日時をご教示いただけますと幸いです。
当日は他社様の導入事例もお話しできればと思います。

突然のご連絡にて大変恐縮ではございますが、何卒よろしくお願い申し上げます。

} 自己紹介

} 連絡した理由

} 上部にCTAを設置

} メリットの提示

} 次回アクション

フォームマーケティングを効率化

ここまで事前準備について解説してきましたが、最後に送信作業についてです。

送信するには担当者名・メールアドレス・電話番号・問合せ内容を入力して送信します。企業によっては部署名や役職、問合せ目的を選択する必要があり、コピペの作業だとしても手動で送信するにはかなりの工数がかかります。

そこで、フォームマーケティングを自動化・効率化するツールとして登場するのが**フォームマーケティングツール**です。

ここでは業界でも老舗の『**GeAIne (ジーン)**』をご紹介します。

GeAIne（ジーン）とは？



『GeAIne（ジーン）』はフォームマーケティングを自動化・効率化するツールです。

自動化・効率化する作業

- 1 営業リストの作成
- 2 自社保有のリストにサイトURLを補完
- 3 営業文章のABテスト&クリック通知
- 4 フォーム営業の自動化



問い合わせフォーム営業の流れ



営業リストと営業文章を『GeAlne（ジーン）』にセットし、送信ボタンを押すだけ！

Step1



営業リストの準備

- GeAlne保有の約45万社のリストから取得
- 約150種類のオリジナルセグメントで抽出
- 自社保有のリスト活用可

Step2



営業文章の設定

- ABテスト機能でブラッシュアップ
- テンプレを複数保存可能

Step3



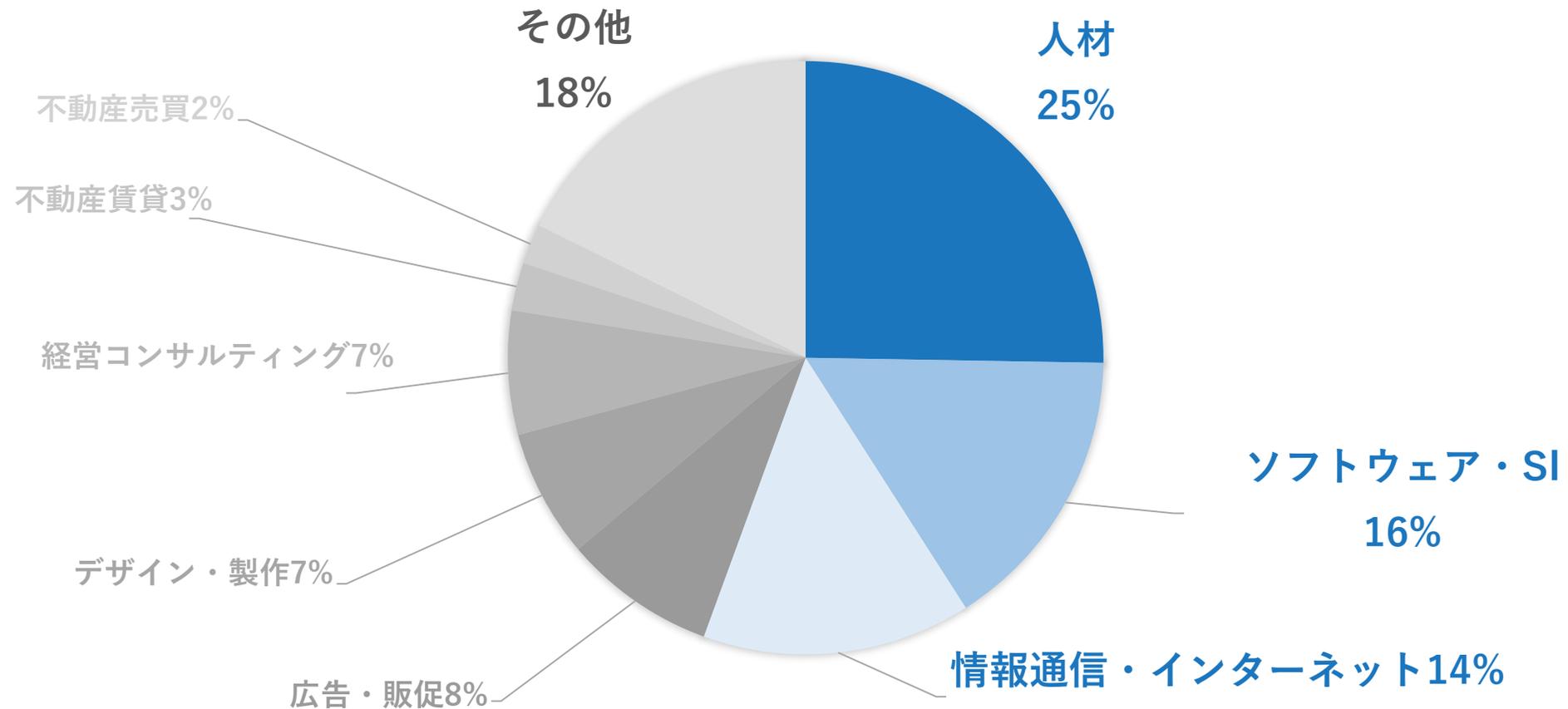
GeAlneで送信

- 自動送信（手動送信も可能）
- 1時間に約1500社送信
- クリック通知でリアルタイムに計測

GeAIne導入企業の属性



HPを保有しているような業界・業種をターゲットとする企業様におすすめ



GeAIne導入企業（一部紹介）



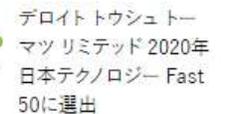
会社紹介

会社概要



- 会社名** エッジテクノロジー株式会社
- 代表者名** 住本 幸士
- 所在地** 東京都千代田区神田須田町1-32-7クレス不動産神田ビル5階
- 設立日** 2014年5月12日
- 資本金** 7,770,000円
- 事業内容**
- AI実装の支援、ビッグデータ解析コンサルティング
 - ITプロフェッショナル人材サービス
 - エンジニア向けAIスクール、法人研修事業『AIジョブカレ』の運営
 - AI人材に特化した中途採用支援『エッジキャリア』の運営
 - AIを用いた営業支援システム『GeAlne（ジーン）』の開発販売
- 認定等**
- 経済産業省 第四次産業革命スキル習得講座認定
 - 厚生労働省 専門実践教育訓練講座指定
 - 日本ディープラーニング協会（JDLA）認定プログラム
 - 有料職業紹介事業者許可番号（13-ユ-307390）
 - 一般派遣事業届出番号（派13-311998）

過去3年決算期/成長率 71.2 %



ISO 27001 認証取得

お問い合わせ



<https://the.geaine2.jp/>



03-6435-8563



geaine-sales@edge-tech.co.jp