

富士通のSalesforceによる顧客接点改革

# The Model 分析BIテンプレート



# BtoBデジタルマーケティング現場でマーケターが抱える悩み

施策単位でのPDCAを行うが、成果も頭打ち・・・

連続性あるファネルでは数値が可視化されず、ビジネス成果に直結しているかも不明

## ①見込み顧客獲得

- ・ 成約に繋がる質の高いキャンペーンの見極めができていない
- ・ 潜在顧客の伸びしろを見つけないがやり方が分からない

## ②見込み顧客育成

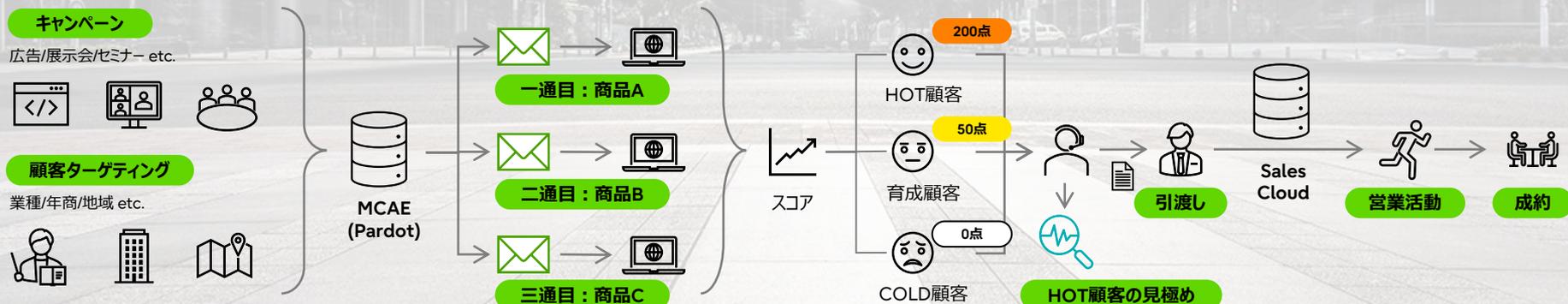
- ・ MAでメールは配信しているが、結果の振り返りができていない
- ・ 見込み顧客の育成に寄与するキラーコンテンツが分からない

## ③ HOT顧客の引き渡し

- ・ マーケティングと営業に壁がある  
ex) 引き渡した見込み顧客がほったらかしにされる

## ④商談化&クロージング

- ・ マーケティングとインサイドセールスの成果を商談成約ベースで測定できない
- ・ 月次のKPIの集計が手作業になっているので時間がかかる



効率の良い集客は？

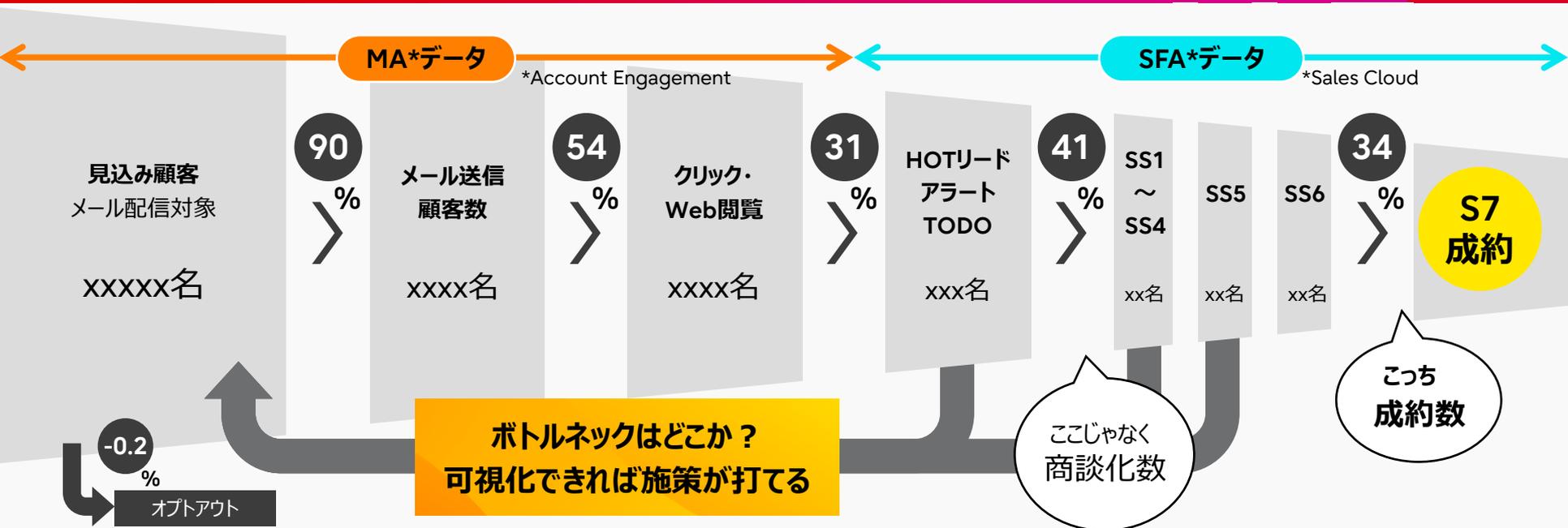
どのコンテンツが良い？

HOT顧客の引き渡し条件は？

マーケティングの成果は？

# The Modelのパフォーマンスとボトルネック可視化することが重要

最適な施策PDCAを実現するには個別に管理されるMA・SFAデータを統合し  
 マーケティング部門・営業部門を横断したビジネス成果までの指標の可視化が大前提



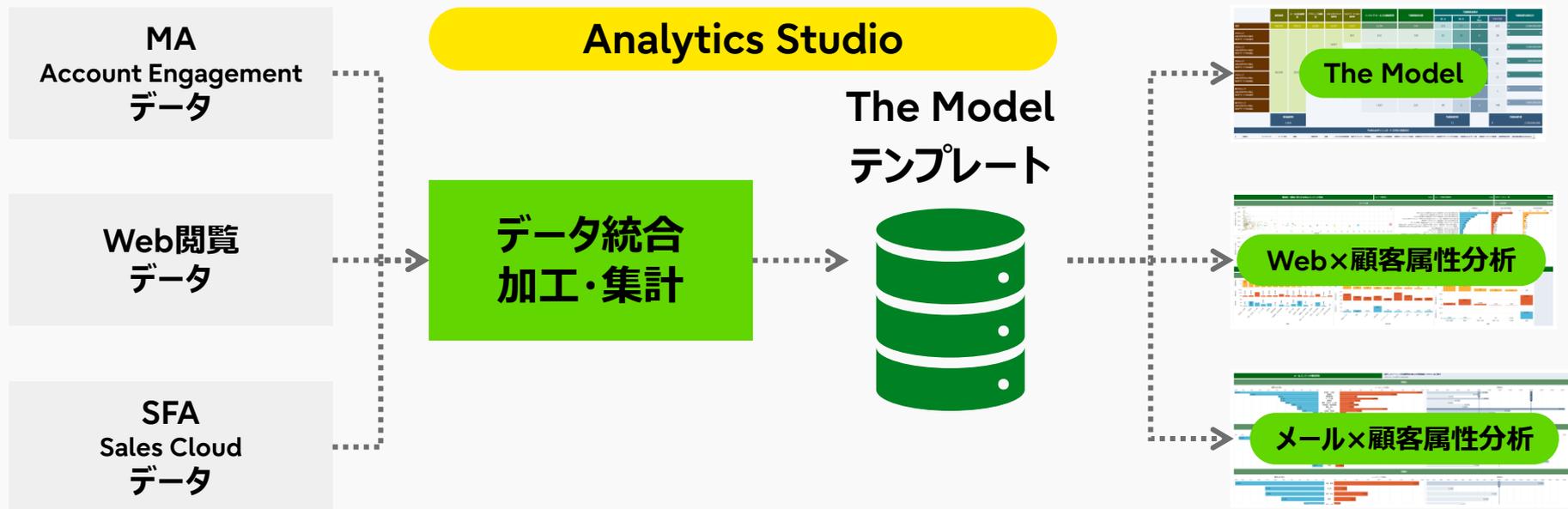
# マーケティングとセールスを繋ぐダッシュボード

富士通ではThe Modelを実現するための分析BIをテンプレート化してご提供。  
クイックに導入しビジネス成果最大化へご支援しています。

収集

統合・加工

可視化



# ご提供プラン

	Starterプラン	Standardプラン	Premiumプラン
	テンプレートの一部機能を実装	テンプレートを使用して実装（標準）	ご要望に応じてオーダーメイドで実装
The Model		○	オーダーメイド
Web×顧客属性分析	○	○	
メール×顧客属性分析	○	○	

## 前提条件

- Marketing Cloud Account Engagement（旧Pardot Plus Edition以上）とSales Cloudを利用されていることを前提とします。
- 別途、CRM Analyticsを利用するためのBIライセンス（CRM Analytics Plus以上）が2本以上必要となります。
- 別途、Web閲覧履歴等の明細データをBIに連携するアドオンアプリのライセンス費用が発生いたします。

## 営業効率を最大化

組織のパフォーマンス向上には、データに基づいた分析が不可欠です。ボトルネックの特定と改善を支援し、営業効率の最大化と収益向上に貢献します。データドリブンな営業改革を、富士通とともに実現してみませんか？

まずは富士通にご相談ください。

# 富士通のSalesforce CRMに関するお問い合わせ



富士通コンタクトライン

<https://contactline.jp.fujitsu.com/contactform/csque00201/695565/>

- すべての製品名、サービス名、会社名、ロゴは、各社の商標、または登録商標です。製品の仕様・性能は予告なく変更する場合がありますので、ご了承ください。
- 本カタログは2025年8月現在のものです。

## 富士通株式会社

富士通Salesforce事務局 神奈川県川崎市幸区大宮町1-5 JR川崎タワー

<https://global.fujitsu/ja-jp/offering/customer-engagement-transformation>

