

# クラウド型自動情報収集検索システム

[ マーケサーチ ]

# Marke search

Marketing Search Engine

皆さまは自社の顧客情報をどれほど把握されているでしょうか？

いわゆる顧客リスト項目を中心に各営業担当者の限られた記憶や記録に依存するあいまいで部分的な情報のみに終始されているのではないのでしょうか。

「マーケサーチ」はあなたに代わり顧客 Web サイトを自動的（定期的）に巡回、顧客の生の情報を収集取得するロボットです。それにより、これまで知り得なかった沢山の貴重な顧客情報をタイムリーに得ることが可能になります。

新商品発売、人事、会社移転、プレス発表等々、御社顧客の最新の動きや状況に即時対応できるようになることで、御社に大きなビジネスチャンスをもたらします



- ① 登録・・・名刺情報等の CSV リスト（企業リスト）を登録（インポート）。
- ② 収集・・・「マーケサーチ」が巡回（クロール）を開始。定期的に登録された各企業のサイト情報を収集。
- ③ 検索・・・必要に応じた様々なキーワードで各企業の最新情報や製品・サービス内容、人事情報等々を検索。
- ④ 出力・・・上記結果を CSV で出力（エクスポート）。その際、登録済み企業情報（担当者等の項目）を自動マージ。
- ⑤ 活用・・・Web 情報に企業情報が付加された CSV データは、マーケティング等に即ご活用できます。

# 「既存顧客営業」

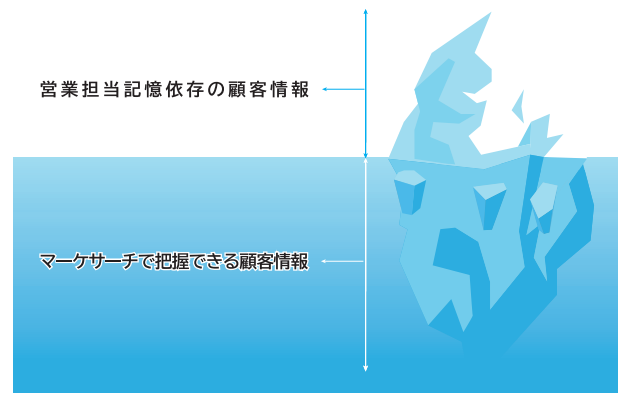
への**必須**ツールです。

## 👍 こんなお客様におすすめ

- ・顧客のサイトを目視チェック、コピペしている。
- ・顧客に他の顧客を紹介（マッチング）したい。
- ・顧客の最新ニュースを網羅的に知りたい。
- ・顧客訪問の為にきっかけを作りたい。
- ・既存顧客を掘り起こしアップセルにつなげたい。
- ・顧客の異動（人事）情報を常に把握しておきたい。
- ・顧客ロイヤルティを高めたい。
- ・短時間で営業成果を上げたい。

## 検索（活用）例

- ・特定の商品・サービスを提供する企業を知りたい。  
キーワード「介護事業所」・・・介護事業を行う事業者、介護向け商品・サービスを提供する事業者等がヒット。  
キーワード「働き方改革」・・・働き方改革に関連する企業がヒット。  
キーワード「LED」・・・LED 関連機器を製造したり販売したりする企業がヒット。
- ・〇月に〇〇する企業を知りたい。  
キーワード (and) 「2019 年〇月 セミナー」・・・〇月にセミナーを開催する企業、内容等がヒット。  
キーワード (and) 「2019 年〇月 本社移転」・・・〇月に本社移転の企業がヒット。
- ・顧客から発送代行を行う会社をピックアップして相見積りを取りたい。  
キーワード (OR) 「発送代行 代行発送」
- ・各顧客の組織図から別の部署名を知りたい。  
キーワード「組織図」 検索対象の範囲「タイトルのみ」
- ・各顧客の今月の新着情報を一覧化しチェックしたい。  
キーワード (OR) 「新着 ニュース」  
期間指定「20\*\*-\*\*-\*\* ~ 20\*\*-\*\*-\*\*」



## ¥ 料金プラン

	ドメイン数 (上限)	ID 数 (上限)	費用 (円)
ライト	200	1	30,000
スタンダード	2,000	10	50,000
エンタープライズ	5,000	10	80,000
プレミア	10,000	10	100,000

※ 料金、仕様は予告なく変更する場合があります。 ※税別月額費用 / 初期費用不要

## ■ お問い合わせ

 ECONOS  
エコノス株式会社

大阪 TEL.06-6265-5111  
東京 TEL.03-6261-7322

<https://www.econos.jp>  
[support@econos.jp](mailto:support@econos.jp)

## ■ 参考資料（活用事例）

### 1) 自社で利用予定の商品・サービスを探し、カスタマーロイヤルティ向上に

・例えば「WEB会議システム」導入を検討している A 社の場合。

A 社は「WEB会議システム」の新規導入を検討しており、自社取引先でそれを提供している企業がないか営業担当数名に聞くも不明。そこで、「マーケサーチ」検索すると 2 種 3 社の会議システム販社がヒット。そこから検討し費用・機能面で優れた O 社のツールを採用。取引先 O 社からの信頼が高まり、逆に A 社に顧客を紹介してくれた。

### 2) 取引先同士のマッチングに活用（取引先との関係強化）

電子部品などを扱う商社 B 社は約 6,000 社の取引先を有し、全国約 100 名の営業スタッフが日々ルートセールスを行っており、取引先からニッチな部品や加工技術を有する企業の紹介斡旋を求められることが多い。取引先社数も多くなかなか目的の紹介先が発見できずにいた。そこで「マーケサーチ」を活用、ニッチな部品・加工技術保有企業を 6,000 社から容易に検索可能となった。結果、取引先からの信頼も増し、関係の強化が実現した。

### 3) 新人営業スタッフのスキルアップ

新人営業スタッフを半年かけて研修・教育し、一通りの商品知識、営業方法を習得させることができた。しかし、10 年目のベテラン先輩営業スタッフと比較しどうしても顧客情報の引き出し（知識）が少ない。そこで、「マーケサーチ」を活用、新人が自ら操作、先輩でも知らない顧客情報を簡単に得、それら情報を営業に取り入れるようになった。その結果、営業成績も先輩を凌駕する程伸びた。

### 4) 会員サービスの価値向上に

オフィスソリューションサービスを展開する S 社は、1 年前よりシェアオフィス事業を新規に開始した。会員は順調に増えているが、参入する競合も増えつつある。他社との差別化を図るため、オフィスソリューションにおける同社の取引企業 9,000 社とシェアオフィス会員企業とのマッチングサービスを「マーケサーチ」を活用し開始、会員サービスの付加価値追加、他社との差別化、カスタマーサクセスを実現した。

### 5) 既存顧客へ（クロスセル／アップセル他）

DM 発送代行サービスを行う C 社は約 4,000 社の顧客を有する。

「マーケサーチ」を活用することで、C 社営業担当社も把握していなかった顧客の新商品・サービスを容易に検索できた。そして、それらを対象に DM を提案し、既存顧客から新たな案件を多数創出でき、顧客単価を向上させることができた。