

B2B施策のROI

B2Bマーケティングは、施策と効果を把握するのが困難ですが、Bizibleなら、どのチャネル、コンテンツ、施策がパイプライン創出と売上に貢献しているかを可視化できます。

B2Bバイヤーの情報収集チャンネルはさまざま：



web



ソーシャルメディア



バーチャルイベント



その他

商談への道筋：

B2Bの一般的なバイヤーグループには、検討を推進する主要11人と、状況により関与する7名が含まれ、それぞれ観点と役割が異なります。

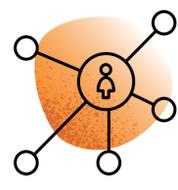


それぞれのバイヤーの購買意志決定の過程で、一人ひとり15以上のタッチポイントが発生します。



18人のバイヤーに15のタッチポイントを掛け合わせると、インタラクションの合計は270に上ります。

インタラクションが増えれば、コンテンツ、チャネル、施策も増える



チャネルや施策の増加によってマーケターには、より多くのコンテンツ、より多くの施策が求められます。しかも、それぞれのバイヤーペルソナを正確にターゲットインゲンしなければなりません。



バイヤーズジャーニーのさまざまな段階で、それぞれのペルソナに対し、最適なチャネル、コンテンツ、施策を把握することは非常に困難です。



“セールスサイクルの長いビジネスでは、ファネルの中で見込客を次へと進ませる要因は何なのか、なかなか判らないものです”

- マーケティングオペレーションマネージャー、コミュニケーション担当

Bizibleがもたらす価値

これまで把握困難だった、チャネル、コンテンツ、施策のどれがもっとも成果につながるのかを特定するために、Bizibleは役立ちます。

これにより、マーケターはより効果的な戦略に予算を集中することができます。



“バイヤーズジャーニーは、それぞれの見込顧客企業で異なります。どの施策がどう影響させたかを把握するに、あらゆるインタラクションを評価しなければなりません。そこでBizibleが、マーケターの助けになります”

- デマンドジェネレーション担当マネージャ

アドビがForrester Consultingに依頼した「Total Economic Impact™ (TEI:総合的な経済性調査)」調査により、Bizibleによって得られるインサイトが、マーケターにとっていかに有効で、ROI達成に役立つのが明らかになりました。

調査で判明した、主なBizibleへの投資効果です。



Bizible導入企業では、平均でMQLが15%、獲得案件が25%増加しています。この結果は、マーケティング予算を増額することなく得られたものです。

Bizible導入企業では、平均で約300%のROIを達成しました。

“Bizibleは、どのようなチャネルや施策を用いるべきかを示してくれます。その価値は計り知れません”

- マーケティングオペレーションマネージャー、コミュニケーション担当

マルチタッチアトリビューションを提供する、Bizibleのメリット：

- ・マーケティング予算を増額することなく、より優れた成果を達成
- ・効果の高い施策、チャネル、コンテンツを特定
- ・効果のある戦略により多くの予算を投入

高度なマルチタッチアトリビューションを実現するBizible

[製品情報を見る](#)