



急成長を続ける SmartHR が実践する BtoB SaaS マーケティング戦略

.....

株式会社SmartHR 岡本 剛典



Google Cloud

Google

自己紹介



@takaokamoto1



<https://note.mu/takaokamoto>

岡本 剛典 (TKANORI OKAMOTO)

株式会社SmartHR

執行役員 VP of Marketing

【経歴】

2009年GMOクリック証券株式会社に入社。プロダクトマーケティング職を経て、マーケティング責任者に着任。

2018年10月よりマーケティング責任者としてSmartHRIに参画。これまでに約100億円を投下し、デジタルからマスマーケティングまでを統合したマーケティング・ブランディング戦略の策定・実行し、事業成長に貢献。

1.SmartHRについて

2.SmartHRのマーケティングの考え方

3.マーケティング施策について

SmartHRについて



SmartHR は
人事・労務分野における「紙」を無くし、
手続きをカンタンにする
クラウド型ソフトウェアです。



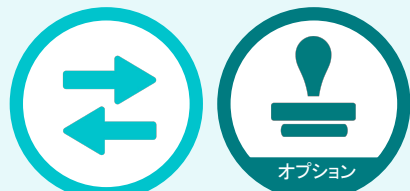
機能



入社手続き

マイナンバー

年末調整



申請・承認

雇用契約

集まる



従業員データベース

蓄まる



社会保険

電子申請

給与明細



社員名簿

分析レポート

活用できる

紙とオンライン化の違い

※ ご加入保険組合や必要取得情報によりステップは変わります



紙とオンライン化の違い

※ ご加入保険組合や必要取得情報によりステップは変わります



⑤ SmartHRなら



2年連続!

クラウド労務管理ソフト

登録企業数 No.1



DEAN & DELUCA®



関西学院大学
KWANSEI GAKUIN UNIVERSITY



星野リゾート

The New Otani



ITOKIN
Styling the Next



DMM.com



SmartNews



やる気スイッチグループ

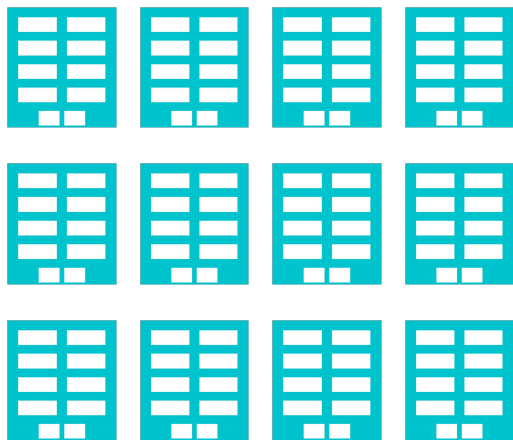
株式会社 リクルート R&Dスタッフィング



※2019年12月末

続々、導入！

登録社数 **20,000社** 以上



驚きの
利用継続率！





AWARDS



経済産業省・JETRO・NEDO運営
「J-Startup」選出



HRアワード 人事労務管理部門
最優秀賞



B Dash Camp 2016 Spring in Fukuoka
優勝・PayPal賞・Google賞 など

東 洋 経 済

『週刊東洋経済』
特集「すごいベンチャー100」選出



EY Innovative Startup 2017
Media, Enterprise 受賞



TechCrunch Tokyo 2015
最優秀賞・IBM BlueHub賞・ぐるなび賞



GOOD DESIGN AWARD 2016
グッドデザイン賞



Ruby biz Grand prix 2017
ソーシャルイノベーション賞



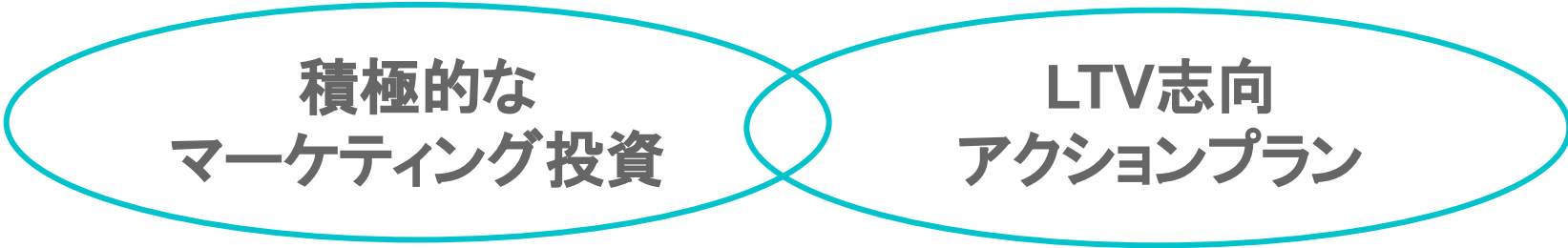
Infinity Ventures Summit 2016
優勝

SmartHRの
マーケティング



$$LTV/CAC > 3$$

$$LTV/CAC > 3$$



積極的な
マーケティング投資

LTV志向
アクションプラン



DEAN & DELUCA®



関西学院大学
KWANSEI GAKUIN UNIVERSITY



星野リゾート

The New Otani



2年連続!

クラウド労務管理ソフト

登録企業数 No.1



DMM.com



やる気スイッチグループ

株式会社 リクルート R&D スタッフینگ

加和太建設



LUSH FRESH
HANDMADE
COSMETICS



※2019
年12月
末

潮目の変化により課題が

競合の出現

顕在層獲得の頭打ち

潮目の変化により課題が

競合の出現



認知



顕在層獲得の頭打ち



過去リードの重要性
新規リードの質・獲得効率UP

潮目の変化により課題が

競合の出現



認知



ブランディング

顕在層獲得の頭打ち



過去リードの重要性
新規リードの質・獲得効率UP



リードマネジメント



組織体制の変更も

機能別

メディア

広報

オフライン

オンライン

目的別

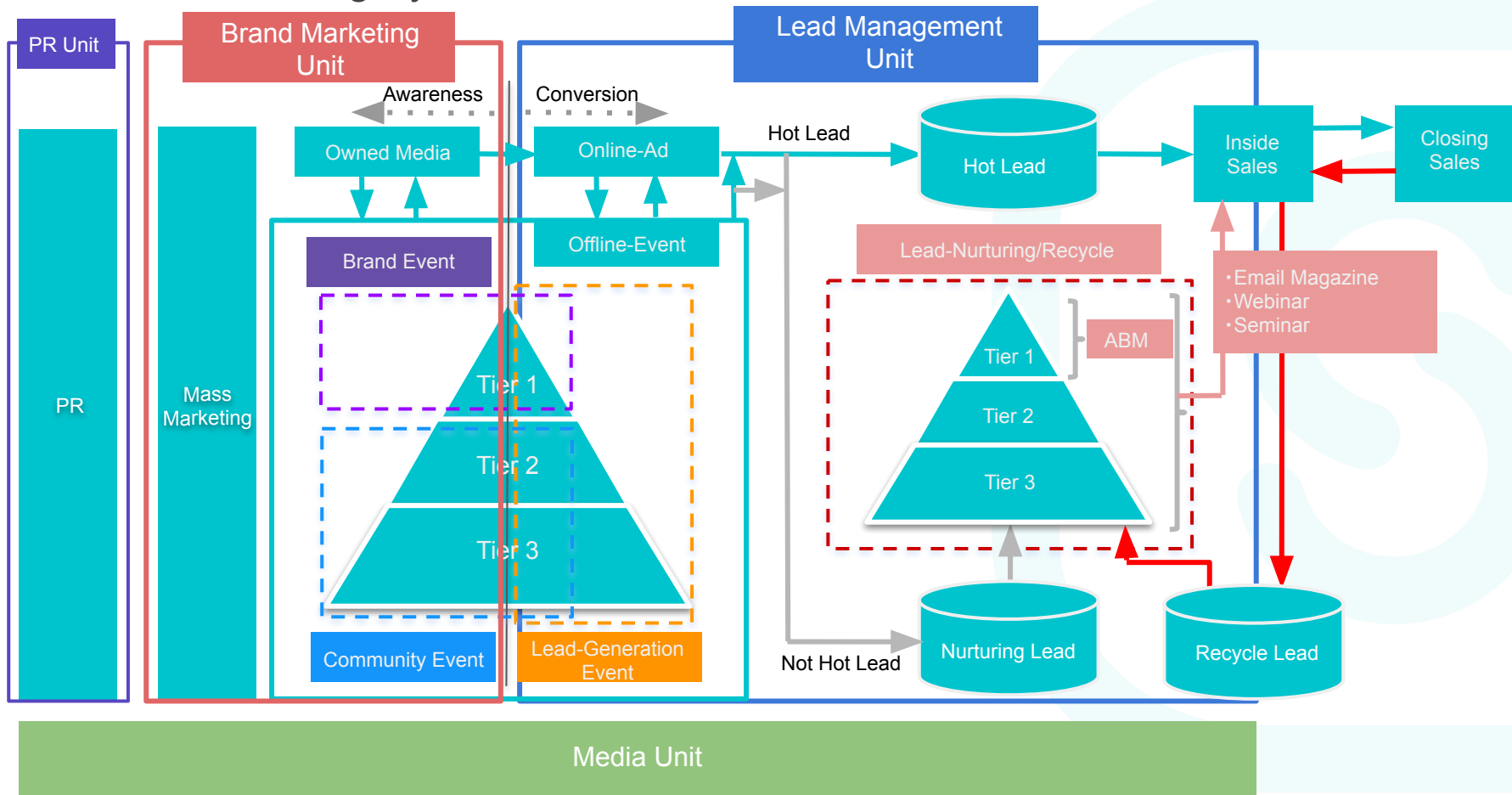
メディア

広報

ブランド
マーケティング

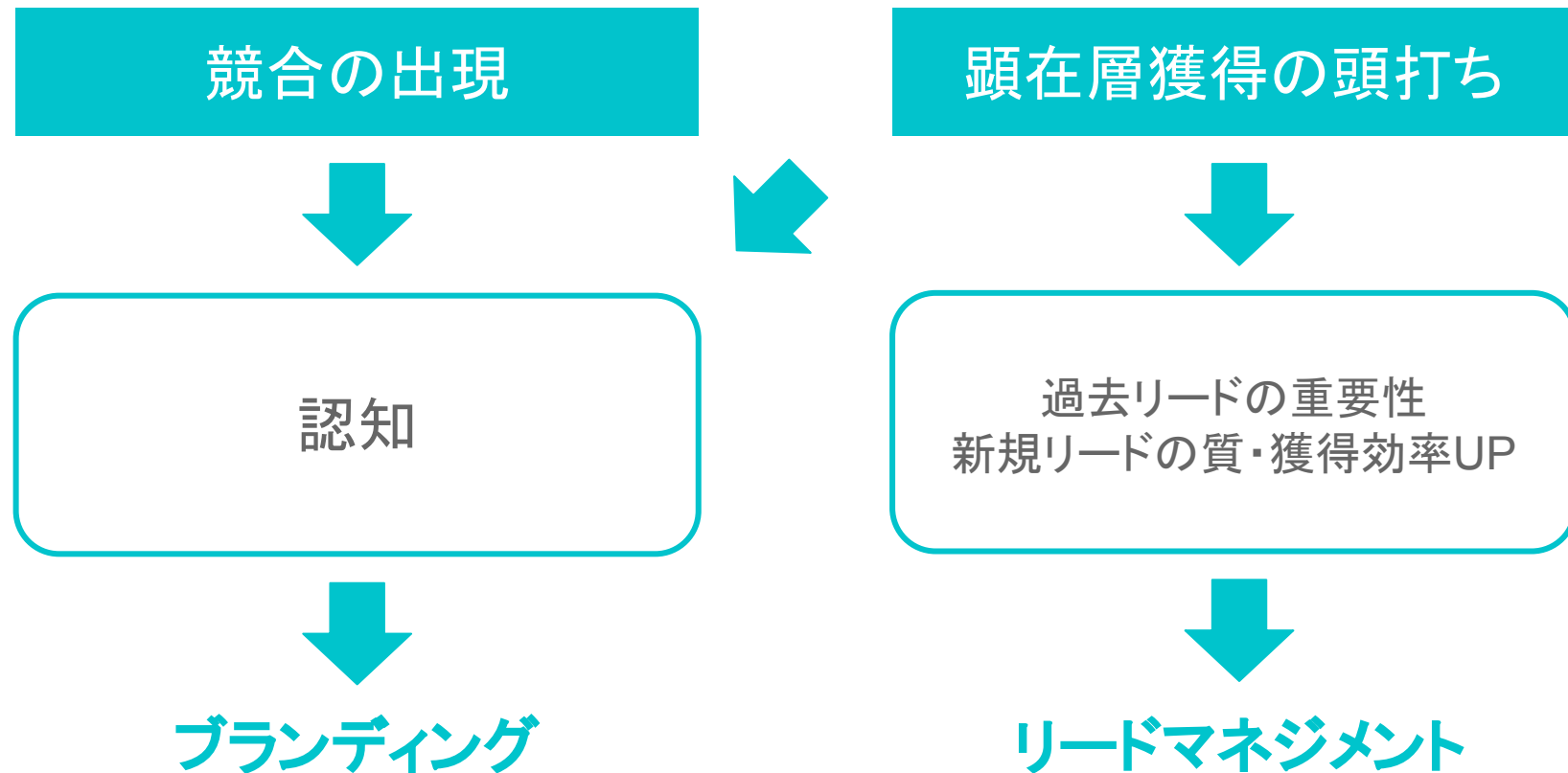
リード
マネジメント

SmartHR Marketing System



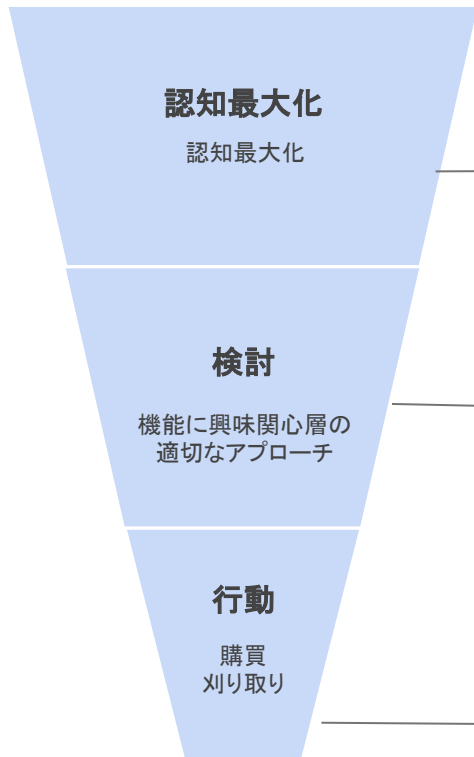
マーケティング施策に
ついて





キャンペーン構造

購買ファネル



現在の広告構成



今後の広告展開



視聴からの直接アクションにつながる新しい広告フォーマット

- 最大半角 10 文字まで入力可能な CTA
- 動画広告終了後に 5 秒間表示されるクリック可能な終了画面
- 名前、メールアドレス、電話番号、郵便番号が入力可能なリード獲得用フォーム

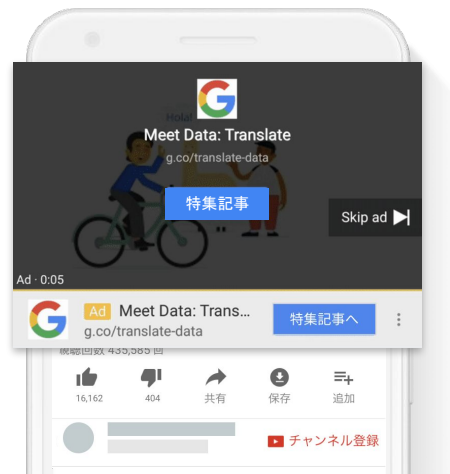
中顕在層向けのオーディエンス シグナル

- カスタム_intentとカスタムアフィニティー

True View for Action

リードフォームイメージ





オンライン効果

動画広告の コンバージョン

-40%

CPA

+200%

CTR

vs. TrueView インストリーム

検索広告の コンバージョン

+8%

検索広告の
コンバージョン

+3%

検索広告の
コンバージョン率

-4%

検索広告の
CPA

検索広告への影響

ブランド リフト効果

+30%

商品・サービスの
比較検討リフト

+40%

商品・サービスの
購入意向リフト

中顕在層向けのオーディエンス シグナルを利用した
動画広告の効果 vs. デモグラフィック配信の動画広
告

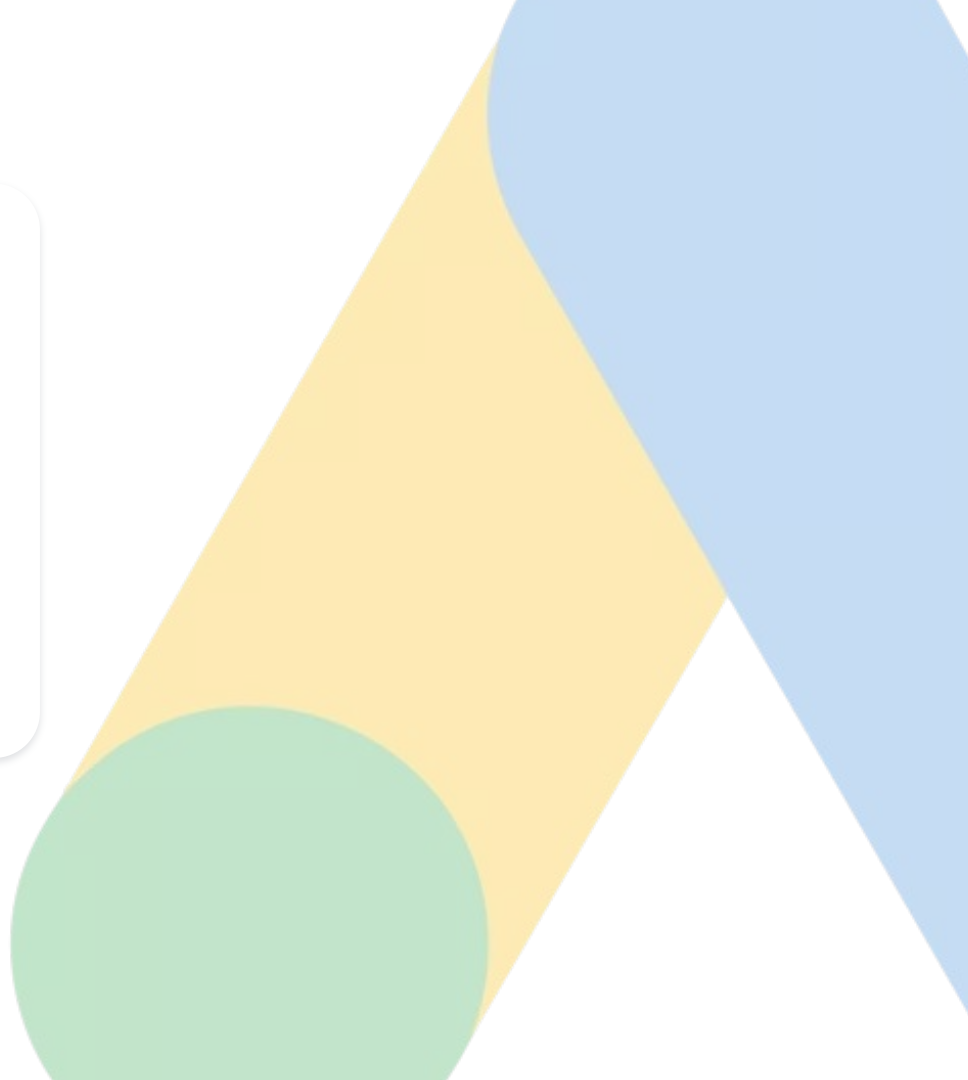
期待していること

中顕在層への認知を高め、CVへの寄与にも



オフライン コンバージョン計測

リードの質を高める



リード獲得型のビジネスは質の高いリードを見つけ、最終的には LTV が高い或いはロイヤリティの持ったお客様を見つけることが重要



Source: Iterate. The Cost of Bad Leads Whitepaper

オフラインコンバージョントラッキング

見込み顧客の質の向上を重視することは広告
費用対効果の改善に役立つ

現在のアプローチ

100 件

見込み顧客数



40 件

有望な見込
み顧客数



10 件

売上

見込み顧客の質の
向上は売上の
増加につながる

ROI が改善

重点を置くことで、見込み顧
客の質が向上した結果..

100 件

見込み顧客数



60 件

有望な見込
み顧客数



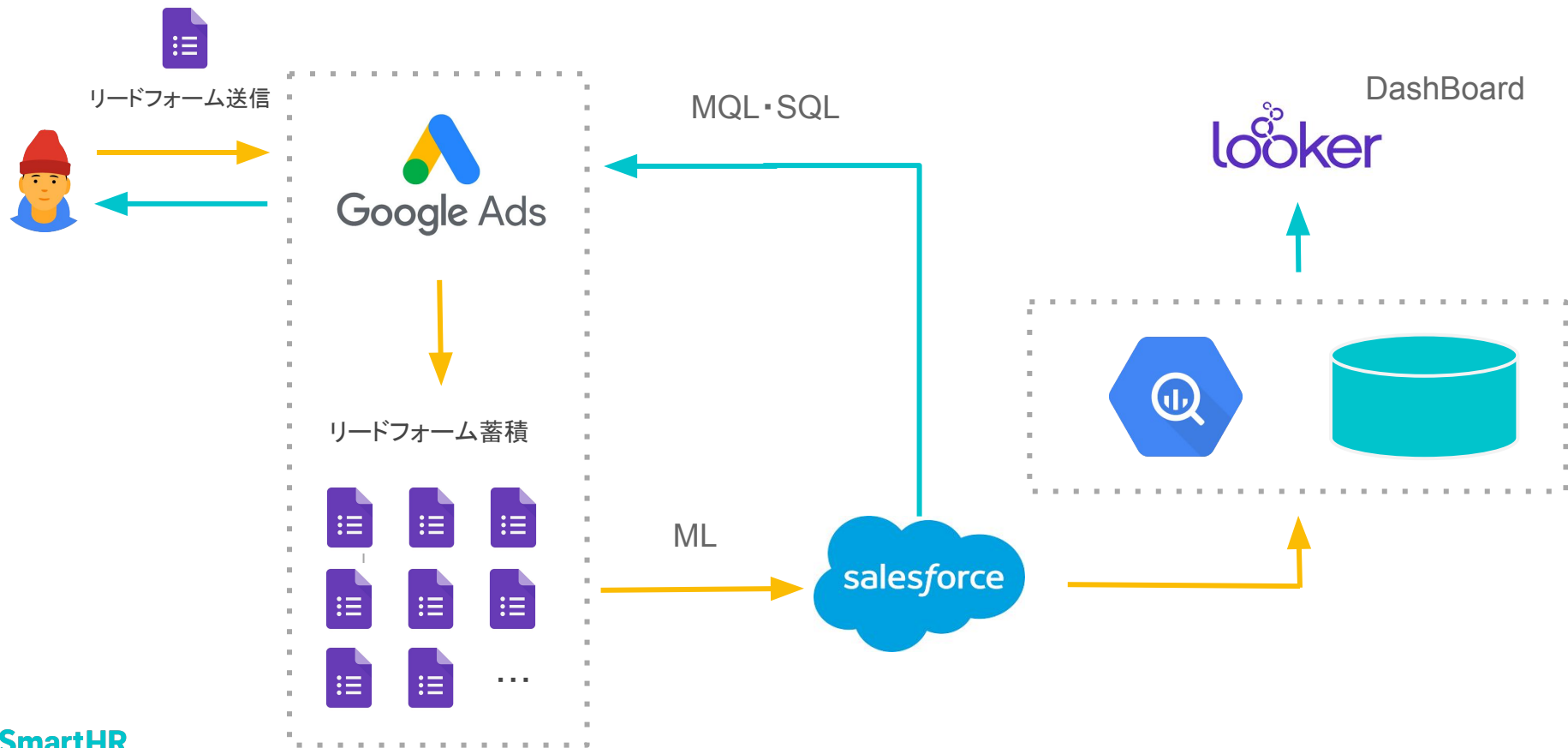
30 件

売上

見込み顧客の
特定にかかる
組織の費用を削減

3 倍以上

オフラインコンバージョントラッキング



売り切りではなく、中長期にわたり利用していただくこと
を前提にしたSaaSビジネスにピッタリ

最後に

BtoBSaaSのマーケティングは始まったばかり
常にチャレンジする姿勢
セオリーを作るという気概を持ってやっています！

ご本人はもちろん、
知り合いのデジタルマーケティング職の方!!
ご紹介してください!!

We Are Hiring!!

SmartHR 採用

検索

ご清聴ありがとうございました

