

\\ インサイドセールス必見！ //

エンタープライズを開拓する Linkedinの活用方法

実際の活用事例をもとに解説



Agenda

01 はじめに

02 LinkedInを活用したコールドメールとは？

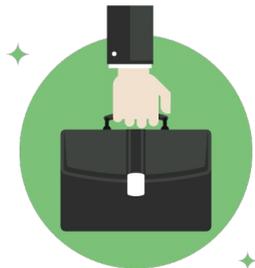
03 LinkedInの拡張機能 「Sales navigator」について

04 実践！LinkedInを使ったコールドメールの送付方法

05 まとめ

当社の紹介

セールスリクエスト **ができること**



**見込み商談数
の最大化**



**Salesforce
の設計**



**Marketing Cloud
Account
Engagement
の運用**

01. はじめに

こんなお悩みありませんか？

多くの企業が抱えている悩み
エンタープライズの新規開拓（BDR）がうまくいかない

大手企業へのアプローチ
方法がわからない

大手にアタックしても
受付ブロックで
接触に至らない

手紙送付によるアポ獲得
に限界を感じている

そこで今回は、
アポ承諾率15%を実現した
BDR施策をご紹介します

その方法は、ズバリ

Linkedinを活用したコールドメールです

02. LinkedInを活用した コールドメールとは？

コールドメール (Cold mail) とは？

もともとの意味は、知り合いではない相手に突然送るメールのことです。
ビジネスでは、役職がある人や決裁権を持つ人など、
「企業の偉い人」と接点を持つために送るメールを指すことが一般的です。



営業



面識なし



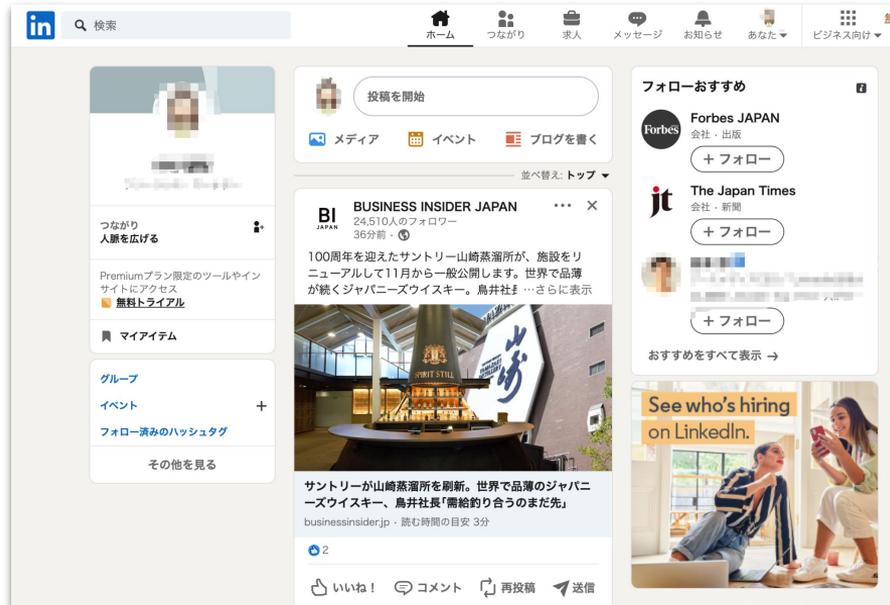
営業したい企業の
役職者、決裁権がある人



コールドメールの送付は、海外では一般的におこなわれている営業手法ですが、
日本ではまだまだ取り組んでいる企業が少ないです。

コールドメール (Cold mail) とは？

このコールドメールを送るために、
ビジネス特化型SNS「LinkedIn」を活用します。



03. LinkedInの拡張機能 「Sales navigator」について

なぜLinkedIn？日本でも有効？

LinkedInは世界最大級のビジネス向けSNSです。
海外で主流のサービスですが、日本でも少しずつ普及しています。

世界200カ国
8億5,000万人が登録

日本国内では
300万人以上が登録



LinkedInの拡張機能「Sales Navigator」

LinkedInには、Sales Navigatorという有料機能が存在します。
これにより通常よりも高度なユーザー検索ができるようになります。

Sales Navigatorができること

リード・アカウント
検索

リード・アカウント
サジェスト

繋がりがないユーザーの
プロフィール閲覧

メッセージ送信

Sales navigatorを活用するメリット

細かくセグメントを分けて検索できるので
自社がアプローチしたい企業・属性・役職に沿ったリスト作成が可能です。

役職

現在の職種

業界

会社規模、所在地

etc...

Sales navigatorを活用するメリット

コールドメールの送付に、LinkedInのSales Navigatorを活用すれば
詳細なセグメントやバイネームでのアプローチが可能です。

\ Point1 /

ターゲットの
詳細なセグメントが可能

\ Point2 /

バイネームの
情報取得ができる

\ Point3 /

バイネームへの
ダイレクトメールが可能

Sales navigatorを活用するメリット

従来の営業手法では決裁者とコンタクトを取るまでに多大な工数がかかりました
しかしSales navigatorなら直接コンタクトすることができます。

通常の新規営業

- 架電を行い受付突破
- 問い合わせフォームに逆営業
- 決裁者に繋がるとは限らない



Sales navigatorなら

- 決裁者のプロフィールを閲覧
- DMで直接アプローチ

Sales navigatorを活用するメリット

コールドメールの送付に、LinkedInのSales Navigatorを活用するメリットは
詳細なセグメントやバイネームでのアプローチが可能なおことです。

つまり・・・

\ Point1 / Sales navigatorを使うことで、 Point /

一般的なBDRよりも効率的なアプローチが可能！

情報が取得できる

ダイレクトメールが可能

詳細なセグメントが可能

04. 実践！LinkedInを使った コールドメールの送付方法

Inmailを使ったコールドメールの送付STEP

Sales navigatorのInmail機能を使って実際にアプローチしていきましょう。

STEP.1

リストの作成

STEP.2

メール文面の作成

STEP.3

アプローチ

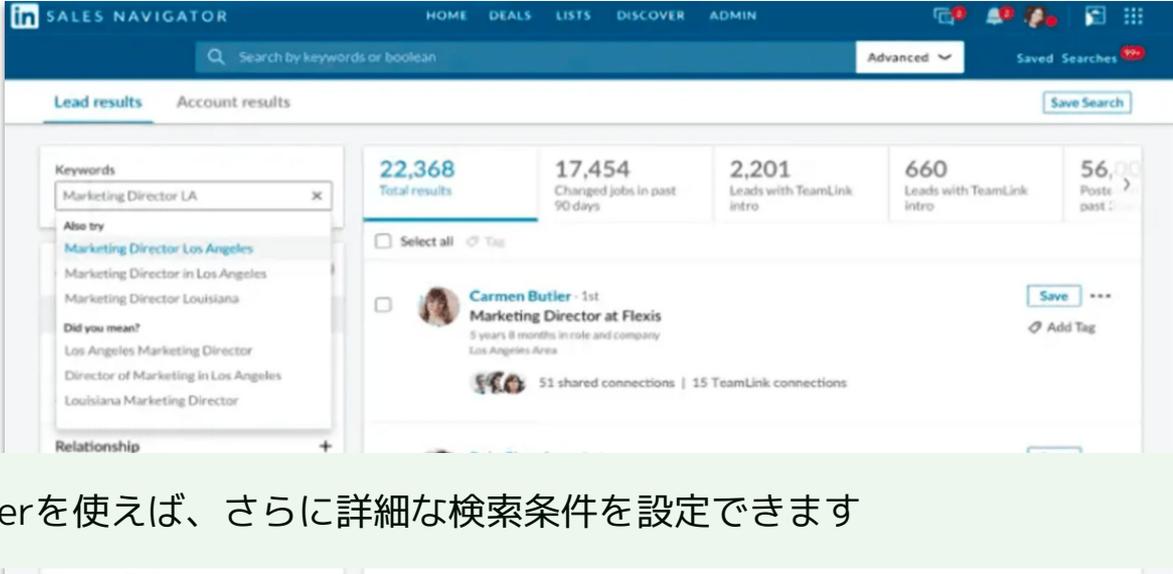
リストの作成

STEP.1

STEP.2

STEP.3

リストの作成には、Sales navigator内のLeadBuilderという機能を活用します。



The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface. At the top, there's a navigation bar with 'HOME', 'DEALS', 'LISTS', 'DISCOVER', and 'ADMIN'. Below this is a search bar with the text 'Search by keywords or boolean' and an 'Advanced' dropdown. The main content area is titled 'Lead results' and 'Account results'. On the left, there's a 'Keywords' section with a search box containing 'Marketing Director LA' and a list of suggestions including 'Marketing Director Los Angeles', 'Marketing Director in Los Angeles', and 'Marketing Director Louisiana'. To the right, there are several summary cards: '22,368 Total results', '17,454 Changed jobs in past 90 days', '2,201 Leads with TeamLink intro', '660 Leads with TeamLink intro', and '56,000 Posts past:'. Below these cards, there's a list of results, with the first one being 'Carmen Butler - 1st Marketing Director at Flexis', who has '5 years 8 months in role and company' and 'Los Angeles Area'. The interface also shows '51 shared connections | 15 TeamLink connections' for the first result.



LeadBuilderを使えば、さらに詳細な検索条件を設定できます

リストの作成

STEP.1

STEP.2

STEP.3

送付先となるターゲットを検索する際のおすすめキーワード

キーワード

関連しそうなワードを
幅広く設定

(新規事業の例) 事業開発、
イノベーション創出、DX

地域

基本は東京に設定

会社の人数

ターゲットとなる企業の
従業員規模

メール文面の作成

STEP.1

STEP.2

STEP.3

ターゲットの情報がバイネームで取れているので、
文面作成には時間をかけ、パーソナライズされた文章を作成しましょう。

突然のご連絡失礼します。
株式会社の〇〇と申します。

この度、〇〇様のインタビュー記事なども拝読させていただき、現在のミッションにも合致する情報をお届けできるのではないかと思います、一度ディスカッションのお時間をいただきたくご連絡をさせていただきました。

現在、弊社では「サービス概要/サービス名」を提供しています。

貴社におかれましては〇〇なども注力分野である旨中期経営計画で拝見し、お役に立てるのではないかと思いますのでご連絡をさせていただいた次第です。(カスタマイズして送る)

メール文面作成のポイント

STEP.1

STEP.2

STEP.3

ポイント①

Whyを明確に

- 「なぜ連絡したか」が受け手にわかりやすいよう工夫する
- 対象が公表しているリード情報があれば、その情報をもとに連絡している、ということを冒頭で明記する

ポイント②

課題仮説を立ててアプローチする 自社を調べていると思ってもらう

- コンタクト情報やIRをもとに、課題の仮説を立て、提供できる価値を訴求する
- 「しっかり会社のことを調べてメッセージしてきている」と思ってもらえる文章を目指す

メールテンプレート

セールスリクエストで実際に送付しているメール文面

タイトル：xxxxxxx

本文：

突然のご連絡失礼いたします。株式会社●●の△△と申します。

この度、〇〇様のインタビュー記事などを拝読いたしまして、現在のミッションに合致する情報をお届けできるのではと思いご連絡いたしました。

現在、弊社では「サービス概要/サービス名」を提供しています。

貴社におかれましてはxxxなども注力分野である旨を、中期経営計画で拝見し、お役に立てるのではと思いご連絡した次第です。

中期経営計画を拝見するに、〇〇や〇〇への取り組みは今後、注力的に実施される領域なのではないでしょうか？

弊社ですと当該領域において

- ・メリットを提示

といったメリットをご提供することが可能です。

不躰なご連絡で恐縮ですが、一度ディスカッションの機会を頂戴できませんでしょうか？

まずは現状で、〇〇様をご担当されているxxxの分野の事例などからお伝えできればと思っております。

もしよろしければ、下記リンクより日程調整をいただけますと幸いです。

お手数をおかけしますが、よろしくお願いいたします。

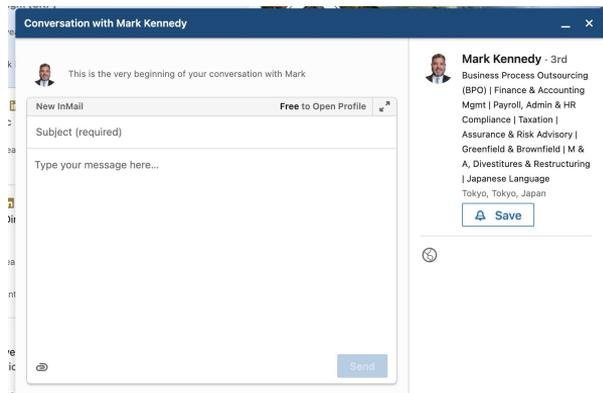
アプローチ

STEP.1

STEP.2

STEP.3

リストの作成とメール文面の用意ができれば、Sales navigatorのInMail機能を使って、実際にダイレクトメールを送付します。



LinkedInでは通常、繋がりのあるコンタクトにしかメッセージを送付できませんが、InMailを使えばネットワーク外でもメールを送れるようになります。※通数制限あり

確実にターゲティングした
リスト



Why you,Why nowを
明確にしたメール



15%程度の
アポ承諾率を実現

架電のみのアプローチと比較しても
倍以上のアポ承諾率になることが多い、非常に有効な施策です。

まとめ

まとめ

- BDR施策には、LinkedInの活用が有効的
- Sales navigatorを使って確実なターゲティングをおこなうことで、ターゲットにダイレクトリーチできる
- Why you,Why nowを明確にしたメールを送ることで、架電のみのアプローチよりもアポ承諾率が倍以上に上昇

弊社では
Linkedinアプローチも承っております。

インサイドセールスにお困りの際は
お気軽にお問い合わせください。

🔍 セールスリクエスト | 検索

<https://www.sales-request.com/#service>

会社紹介

| | |
|--------------|-----------------------------------|
| 会社名 | 株式会社セールスリクエスト |
| 代表 | 代表取締役 原 秀一/Hara Shuichi |
| 設立 | 2019年4月 |
| 所在地 | 東京都世田谷区駒沢公園 1 - 1 Tote 駒沢公園 307 |
| 事業内容 | インサイドセールス代行 Salesforceコンサルティング |
| 顧問弁護士 | 法律事務所LEACT 弁護士 酒井 貴徳 / 荒木 峻 |