



BtoBサービス事例

ターゲット分析+LP改善で
リードCPAを20%改善



この資料では、こんなお悩みのヒントになる事例をご紹介します。

Webマーケティングや広告で思ったように成果が出ていない



今回のお客様と施策概要

- お客様 営業支援会社
- サービス単価 200～300万円/年間（年間広告費は数億円）
- ご支援内容 WEBマーケティングを活用した新規リード獲得全般（広告全般、LPやWEBサイト制作など）

施策実施前の課題

配信ボリュームが最大で約5倍に増えた
タイミングでCPA（獲得単価）が
高騰しはじめた

仮説

ニーズが高まりきっていないユーザーが、
離脱に繋がっているのではないかと

実際の利用時の売上アップのイメージが湧いていないので、
問合わせに至らないのではないかと

課題や仮説を踏まえ、2つの方針で施策を展開しました。

施策

LP内に「売上シミュレーション ※」セクションを設置

※ユーザーが業種、受注率、受注単価を選択することで、
「このサービス（営業代行）を使用することでどのくらい売上がアップするか？」がシミュレーションできる機能

改修前



問い合わせや資料請求にまで至らないが、“サービスを導入した際の費用対効果”への興味関心度が高いユーザーをCVさせることができるように

改修後



この施策を実施した結果、以下の成果が得られました。

成果

リード数 約 **24**%増加

アポ数 約 **36**%増加

CVR 約 **18**%改善

リードCPA 約 **20**%改善

リードCPAが約20%改善できたのが最も大きな成果。

今までLPに来ても離脱していたであろう層の取りこぼしを防ぐことができていると推測しています。

今回の事例で得た学びは、以下の2点です。
皆さまが抱えるお悩みを解決するヒントになれば幸いです。



学び01

「想定ターゲットに憑依して、
ユーザーの気持ちを徹底的に理解する こと」が非常に重要



広告の配信データを元にPDCAを回していくことは重要ですが、**ターゲットユーザーの悩みや課題、ニーズなどを網羅的かつ深く捉えて施策を組み立てることは同じくらい重要です。**CPAを改善できたのも「徹底したユーザーリサーチ」を愚直にやった成果だと思います。

学び02

「**シミュレーションをした**
ユーザーほど、商談がスムーズに進む」
という気づき



売上シミュレーションをしている状態なので、ユーザーはある程度の効果が分かっており、そのうえで商談に来てくれます。
内容理解もサービスへのニーズも高まっている状態のため商談がスムーズに進むようになりました。

最後まで読んでいただき、ありがとうございました！

アドケイトでは、Webマーケティング支援から、SNSアカウント運用、インフルエンサーキャスティングまで、一通貫でマーケティング支援を行っています。

マーケティングのお悩みやご相談など、お気軽にお問い合わせください。

お電話でのお問い合わせ
06-6484-7810

受付時間 10:00~19:00（土日祝除く）

WEBからのお問い合わせ

<https://adcate.co.jp>



株式会社アドケイト

住所 大阪府大阪市中央区南本町2-4-8 ミズワンビル2F

HP <https://adcate.co.jp>