成約率の高い顧客に出会うなら

Goofy ABM

Goofy

目次

1. Goofyについて
2. Goofy ABM
3. 補足
4. SFA / MA Hands-on
5. 料金プラン

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

Goofy

Goofyについて

目の前と一歩先の成功から

全ての人に対して影響力を持つことは難しいが、
関わった人には良い影響を与えられる集団でありたい。
といった想いを全員が共有しています。

そのために、目の前の課題を一つ一つ解決していくこと、
期待される成果を1%でも超えていくことを常に掲げています。
Goofyの存在意義を証明するために、
“目の前と一歩先の成功から”創っていくことに全力を注ぎます。

商　号	株式会社Goofy
所在地	〒106-0032 東京都港区六本木7-21-24 THE MODULE roppongi 405
設　立	2019年11月13日
資本金	8,600,000円
代表者	代表取締役CEO　山本 恭平
事業内容	・SFA/CRM/MAツールの選定～運用定着支援 ・マーケティング施策の戦略策定～実行、管理 ・devops型のDX支援
従業員数	30名（パート/業務委託含む）　※22/3月末時点

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

メンバー紹介

代表取締役 / CEO
山本　恭平
Kyohei Yamamoto

取締役
玉木　光
Hikari Tamaki

取締役
八木　光
Hikaru Yagi

執行役員
武田　東将
Harunobu Takeda

経営企画
佐原 毅
Tuyoshi Sahara

戦略人事
鈴村　沙織
Saori Suzumura

戦略PM
渡邉　大瑛
Hiroaki Watanabe

戦略PM
村端　兼
Ken Murahata

戦略PM
吉村　有佑也
Yuya Yoshimura

マーケティング
梶木　翔生
Syoki Kajiki

ディレクター
市元　仁
Jin Ichimoto

ディレクター
鈴木　愛以
Ai Suzuki

ディレクター
保田　駿介
Syunsuke Yasuda

ディレクター
大石　健太郎
Kentaro Oishi

ディレクター
阿部　直樹
Naoki Abe

ディレクター
野　祐崇
Yutaka No

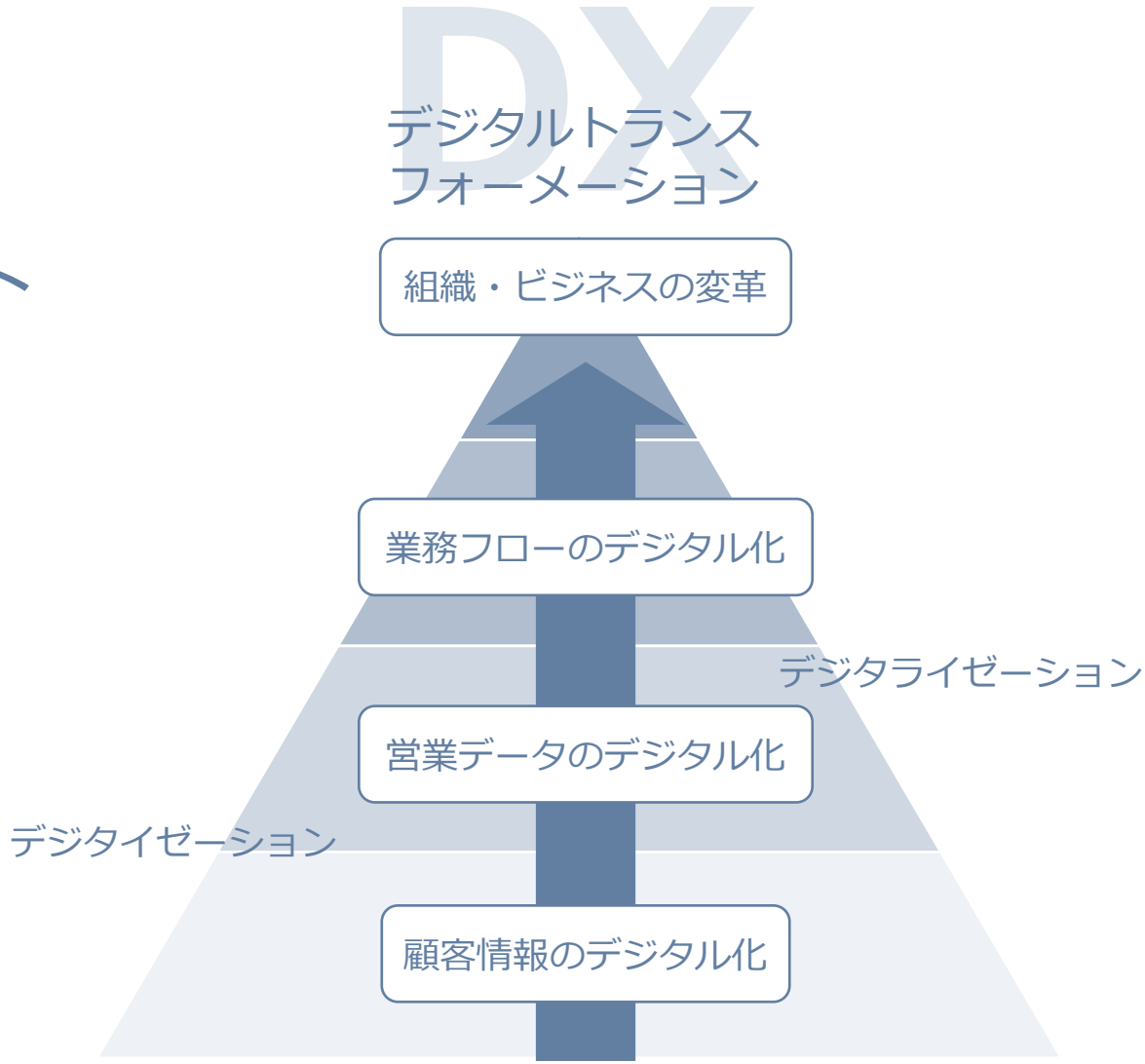
バックオフィス
城間　咲子
Saki　Shiroma

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

人×テクノロジーで
働き方をアップデート

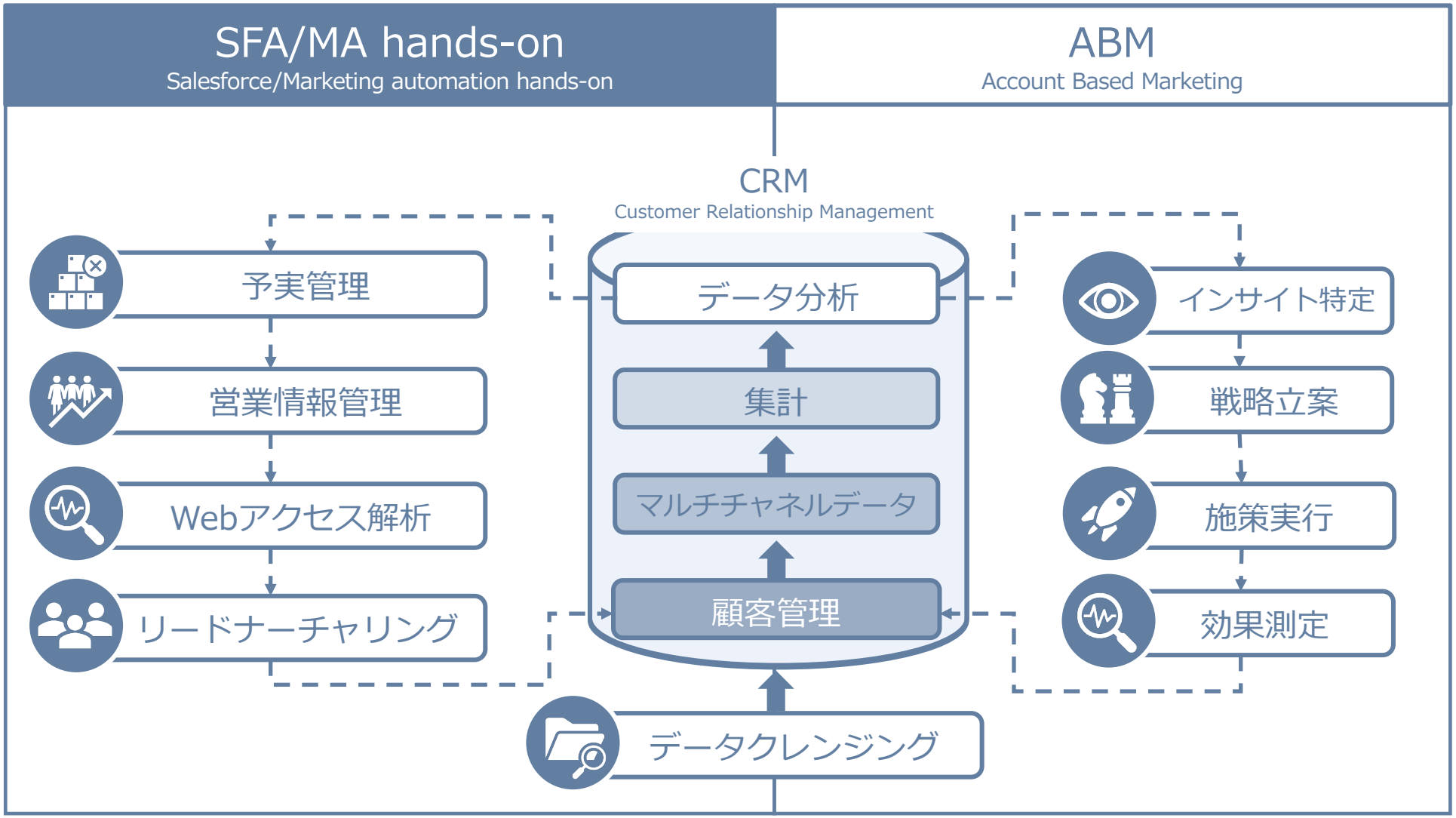
煩雑な仕事が減って、
やりがいのある仕事が増えていく。
イキイキと働けて、
活気のある会社がさらに増えていく。

Goofyは「人×テクノロジー」の力で
それを形にしていきます。



Copyright© Goofy inc. All right reserved.

事業概要 ①　データ活用で売上向上を支援



Copyright© Goofy inc. All right reserved.

事業概要 ②　BtoBセールスマーケを専門としています

顧客創出から顧客運用まで一気通貫で対応

SFA / MA Hands-on

行動変容で売上を上げる

属人化しがちな営業情報及び、
周辺情報を全てデータ化し、
データを元に行動変容を起こす為の
SFA／CRMの導入、設計/構築、運用まで
ワンストップで対応します。

Goofy ABM

安定的な新規開拓

ABM施策を活用し貴社にあった方法で
顧客開拓を実現します。

Consulting

Biz・DevのPMまで対応

システム開発案件や
営業組織のKGI/KPI策定といった
上流工程のご支援です。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

導入実績（一部抜粋）

大手企業からスタートアップ企業まで、50社以上の支援実績

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

Goofy ABM

GoofyがABMに至った背景

2019

2019.11
インサイドセールスのBPO事業を開始

2020

2020.4
コロナの影響でマーケットが大きく変化した。
成果が出る企業と、そうでない企業の
差が大きくなった。

2020.10
継続的に支援している企業については、
当社で取得したリードやアポのデータから
傾向を分析し、勝ちパターンを見つけ、
安定的に成果を出せるようになっていった。

2021

2021.4
新規契約時においても、顧客が保有するデータの
統合と分析を最初に行うようにしたところ、
一定の成果が見込めるようになってきた。

2021.10
より精度を高めるために、自社で検証を重ね
ながら外部の今セルも活用していった。
結果、当社で体系化していったことが、
ABMという手法に非常に近いことがわかった。

2022

2022.4
Goofy ABMサービス開始

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

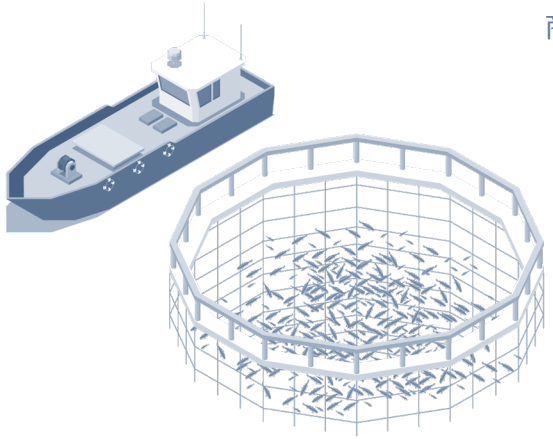
“今”多くの企業が抱えている課題

マーケティング	インサイドセールス	フィールドセールス
今までのやり方が通用しない。今何をしたら良いかわからない・知見がない		
サービスがコモディティ化し、明確な優位性が打ち出せない		
受注失注のデータを社内で情報資産として蓄えられていない		
顧客データがバラバラになっており、集計できない		
デジタルシフトが起こり web広告のコストが年々上がっている	the modelが普及する一方で アポインターが疲弊し、定着しない	全く興味のないアポが多く、 提案力が高くないと商談にすらならない
HPまで流入するが、すぐに離脱してしまう	リモートが普及したことで通電数が激減し 興味がなくてもアポを取らざるを得ない	webからの流入だと競合バッティングする リードタイムが伸び、価格が下がる
MAを導入したが、全く使いこなせていない		リアルな交流の機会が減り 接点すら持てなくなった
webinarをやるが、来て欲しい人がこない		
DMをバラ撒くが帰ってこない		

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

ABMとは「受注率」と「LTV」の最大化を目指す開拓手法

受注しやすい企業属性に絞ってアプローチする
古いようで新しいセールス・マーケティング手法です。

従来の営業手法		これからの営業手法
デマンドジェネレーション		ABM（アカウントベースドマーケティング）
大量に連絡先を集めて、マスへ一気にアプローチ		特に受注できそうなところに絞ってアプローチ
		
商談数の最大化	目的	受注率・LTVの最大化
マス向け	アプローチ	ダイレクト（企業）
リードの収集	はじめにすること	データ統合と受失注分析
多い	商談数	少ない
低い	受注率	高い
低い	CPA	高い

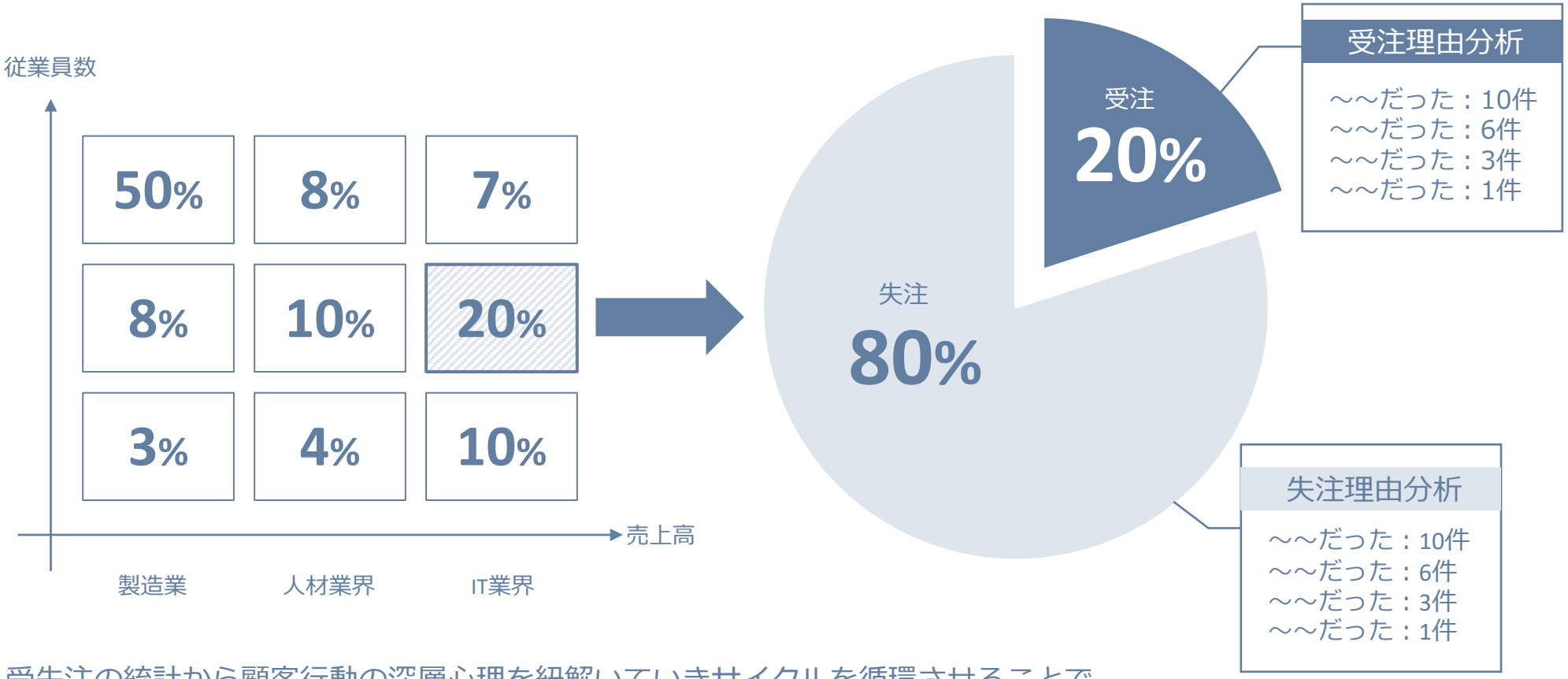
Copyright© Goofy inc. All right reserved.

Goofy ABM

Value 01	受注しやすく、長く使ってくれる企業を見つけます
Value 02	貴社サービスを必要としている人を見つけます
Value 03	受注率と継続率が2倍になれば、LTVは4倍

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

過去の受注・失注傾向を分析し、顧客インサイトを特定



受失注の統計から顧客行動の深層心理を紐解いていきサイクルを循環させることで、
顧客インサイトを特定し、従来のターゲティング戦略の壁を乗り越えることが可能です。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

具体的にどのように開拓していくか、戦略を立案します

受注/失注傾向を元に戦略案を作成します。
狙うべきターゲット層へどうアプローチしていくか決めます。

複数のリストツールを一括で活用

「会社属性」に加え「複数のリスト会社のリスト活用」や「ニーズベースでのABMを実行」し、売上アップに貢献します。
貴社が「リスティング広告を出しているキーワード」や「競合企業」を
Google検索している会社をリスト化し、営業することなども行なっております。

豊富なリストツール

LEADPAD　帝国データバンク　Musubu

Sales Marker　Papattoクラウド

顧客サイズ × 決定プロセス × 提供負荷

ベストターゲットを選定

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

貴社の代わりにアプローチし、改善、またアプローチします

戦略策定～実行まで行い、月次で分析・改善

弊社がこれまで、50社以上の支援で培ってきた実績とノウハウ、また事業開発、トップセールス、インサイドセールスマネージャーなどを経験したメンバーが在籍しているため、ターゲティング精度の高さや施策案のクオリティは高く評価いただいています。

ターゲティング

ペルソナ設計

- 健在層向け
- 潜在層向け
- 競合バッティング
  リプレイス

×

リスト

外部リストツールを
複数契約

- 外的データ注出
- 内的データ注出
- リスト納品

×

チャネル

豊富なチャネル保有

- 電話
- メール／フォーム投稿
- DM発送・FAX配信
  手書き和紙レター

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

受注率と継続期間がそれぞれ2倍になれば、LTVは4倍

Goofy

従来の営業手法 デマンドジェネレーション

アプローチ数		アポ実施数		商談化		受注
5,000件	1%	50件	30%	15件	33%	5件

契約単価 650,000円 継続期間 1年 LTV 3,250,000円

Goofy ABM

アプローチ数		アポ実施数		商談化		受注
500件	10%	50件	40%	20件	50%	10件

契約単価 650,000円 継続期間 2年 LTV 13,000,000円

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

導入事例 ①｜レトリバ株式会社 様

CRMと施策の両輪で
アポイントの質の安定化を実現

株式会社レトリバ　https://retrieva.jp/

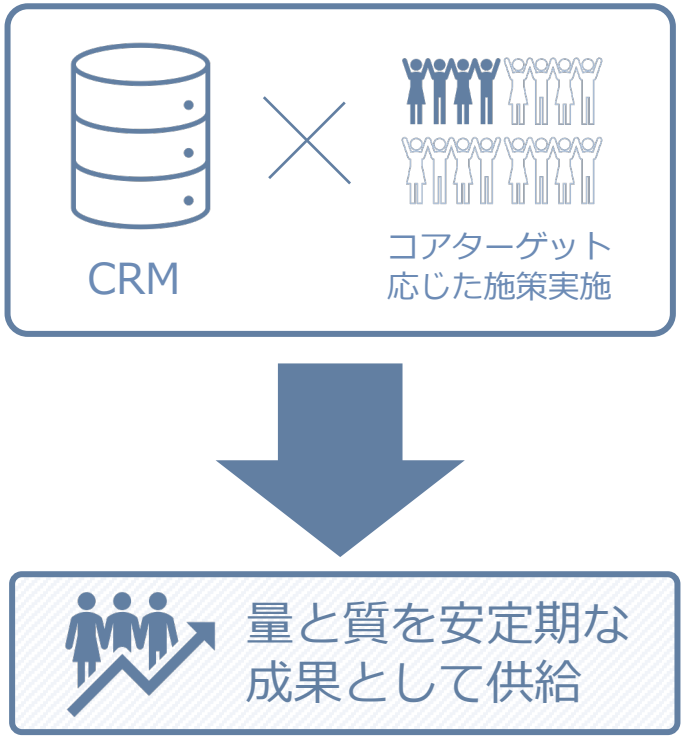
事業内容　AIを用いたテキストマイニングツールの研究開発や販売

Before

- これまで様々な代行会社を試したが、納得できる成果が出ていなかった。
- 代行会社が取得したメールアドレスや、アポイント情報をデータベースとして管理しておらず、蓄積されていなかった。
- とにかく来たアポイントを実施し、失注したら何も残らない。といった営業課題が発生していた。

After

- 特定のチャネルで特定の担当者に架電をすることで、アポイントの量と質が安定するようになった。
- CRMの導入も同時並行で行い、顧客情報や、失注理由などの営業データについても取得、分析、可視化できるようになった。
- アポイントの質が落ちてきた場合などはCRM上のデータを吸い上げ、打ち手を講じられるようになった。



Copyright© Goofy inc. All right reserved.

導入事例 ②｜株式会社ガネット 様

和紙DMと電話でピンポイントにアプローチし、毎月安定的にアポイントを獲得

株式会社ガネット　https://gannet.co.jp/

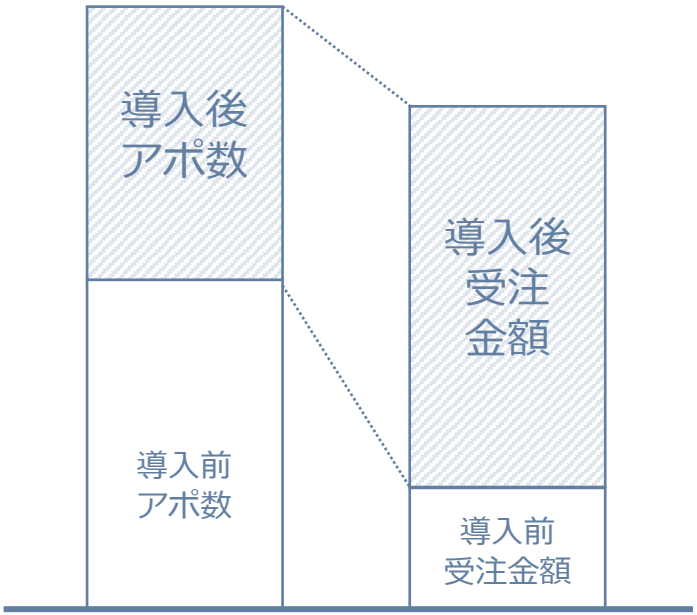
事業内容　介護事業社向けのコンサルティング事業を展開

Before

- これまで有力なリードソースであった「経営者交流会」がコロナの影響で開催されなくなった。
- 有望な見込み客が獲得できなくなったことで、これまでのような受注活動ができなくなっていた。
- 採用に力を入れるも、営業人員が足りず、マーケティング・インサイドセールス組織を構築できない状況が続いていた。

After

- 最初の6ヶ月間で様々な仮説検証を重ね、最も安定的に”見込み顧客の創出～受注”ができる営業手法を確立した。
- 具体的には、首都圏を除いた施設の責任者に対し和紙に筆で宛名を書いた手紙を送り、その後電話にてアポイントを獲得する手法で、
- 月間10件前後のアポイントを安定的に供給している。



質の高いアポイント増加による受注金額の向上を実現

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

Goofy

補足

実行ステップと成功事例

戦略プロセスの可視化とシナリオの合意形成

データクレンジング
（営業実績がある場合）

各システム、excel、wordなど
データベースに散らばったデータを結合。

ターゲティング

ターゲット例

・導入の可能性が高い業界、部署、 従業員規模、売上高でセグメント
・株式会社Aの事例を使いA社をベンチマークしている企業
・〇〇人材の採用や、他社のサービス〇〇を検討してる企業 など

リスト作成

豊富なリストツールを駆使し、ホットリストを抽出。

LEADPAD　帝国データバンク　Musubu
Sales Marker　Papattoクラウド

テーマ決定

自社を取り巻くマクロ環境を把握するために、
PEST分析の実施。環境の変化や事業活動に影響を与える要因を調査し、柔軟性のある戦略を設計。

チャネル決定

3C分析で市場・顧客、自社、競合のそれぞれの角度から、
事業の成功に繋がる方向性を導き出し、
最も最適解なアプローチ手法を選定。

成功事例

SaaS系ベンダー企業の受注獲得事案

これまでの受注傾向から、
ターゲットとなりうる企業群が
広島に多く存在することを発見

地元の有名企業である加工食品
会社Aに実績として、ロゴ使用
の許諾をもらう代わりとしてシ
ステムを無料提供

その会社Aをベンチマークする
企業を300社ピックアップし、
一社一社へコンタクトを開始

通常アポイント率は約2%のと
ころ、アポ率は20%に上り、
累計60社を取得。受注率も通
常の2.5倍を達成。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

セットアップ完了までの期間と流れ

実装開始までのセットアップ期間は、最短で1ヶ月となります。

Step 1

データ結合

貴社が保有しているデータとSFAの連携します。

Step 2

受注傾向分析

受注している企業属性の分析
PMF前であれば、近しいサービスのリサーチを実施し精度の高い仮説を立てます。

Step 3

ターゲット市場選定

貴社サービスにマッチングするアプローチ対象を選定します。

Step 4

アプローチ開始

マスメールアプローチ後、
仮説精度の検証するために
架電アプローチを実施します。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

比較表 ①｜自社で行う1/2のコストでできる

	Goofy	自社のみ
5つのリストツール利用料	ー	430,000円
CRM、メール配信ツールの利用料	ー	35,000円
マーケティング担当　※0.1人月分のリソース	ー	50,000円
インサイドセールス担当　※0.1人月分のリソース	ー	50,000円
PM　※0.1人月分のリソース	ー	50,000円
上記人員採用コスト　※年収の30%の月按分	ー	450,000円
合計	500,000円	1,065,000円
年間合計	6,000,000円	12,780,000円
コストメリット	約7,000,000円	

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

比較表 ②｜自社で行うよりリスクが少ない

	Goofy	自社のみ
採用におけるコスト	ー	高い
退職 / 属人化リスク	ー	高い
マネジメントコスト	ー	高い
経験 / スキル不足であるリスク	△ 累計50社以上の支援実績	高い 面接で見抜けない可能性あり
人間性のミスマッチなどのリスク	ー	高い 正社員を雇用すると なかなか解雇できない
将来の意思決定におけるリスク	ー	高い 従業員のアセットが生かされず、 ビジネスを展開しづらい
自社にノウハウが貯まらないリスク	△ 月次レポーティングで 取り組み内容を報告	やや高い 十分な引き継ぎができず 退職するリスクあり
会社やサービスへの理解がない可能性	△ 内製に比べると理解は劣るが 一方で客観的見解で分析可能	ー

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

SFA / MA Hands-on

営業課題があっても、何をしたらいいかわからない

特定の企業とパートナー契約を交わしていないため、
客観的な視点でアドバイスできます。

どのツールを選べば良いかわからない

SFA / CRMツールだけでも30以上あり
ユーザー側でツールを判断するのは
ほとんど不可能な状況。

ツールを導入したが使いこなせない

入力のみで生産性があがる魔法の杖はない。
データをいかに集めて、いかに使うかは
人のノウハウに依存する。

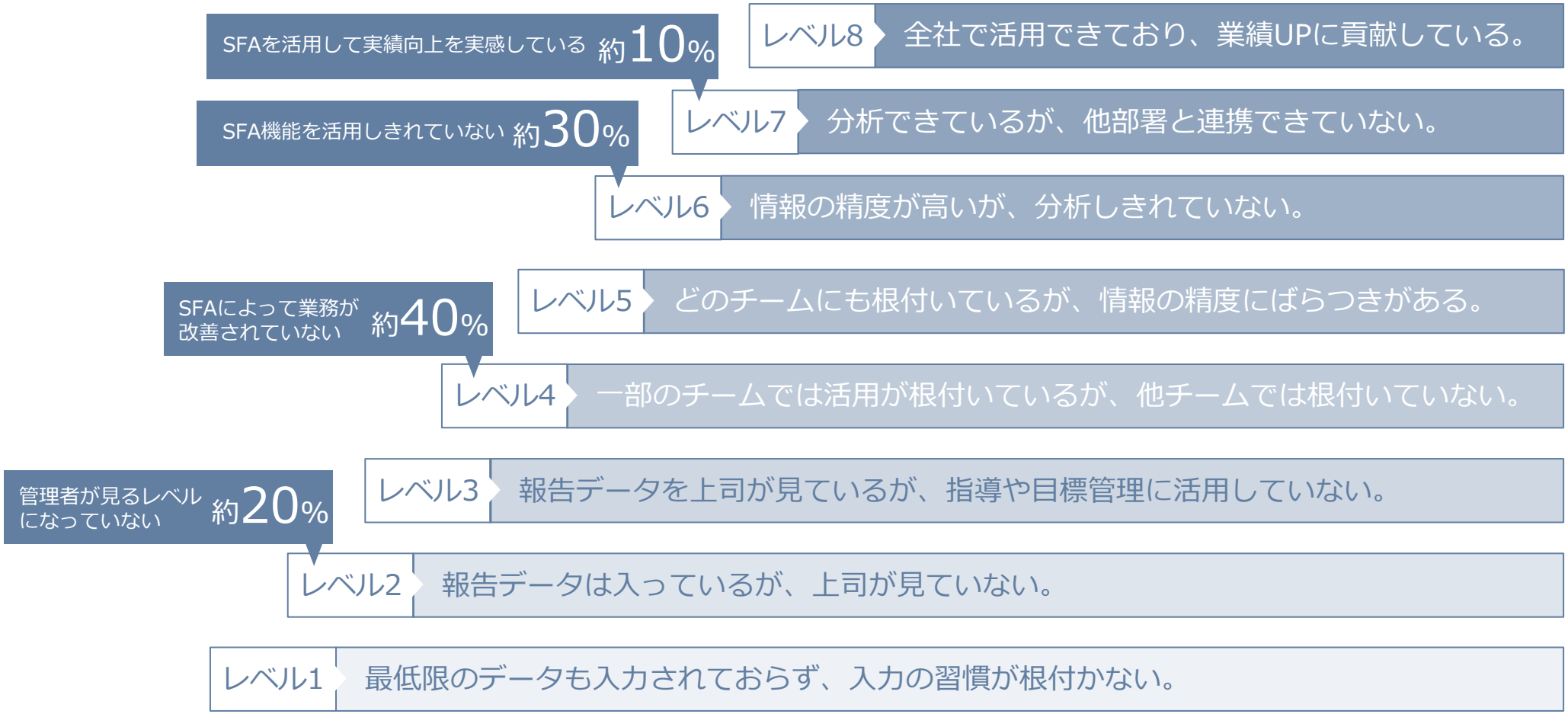
売上を上げるために何をすべきかわからない

経験則しか判断材料がなく
これまでとまったく違う市況が訪れ
経験則が通用しなくなってきている。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

費用は払っているが、ツールは使われていない

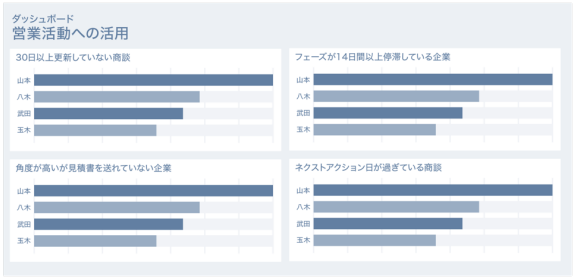
社内でSFA / CRMが運用定着化が
できないていない企業は6割以上を占めています。

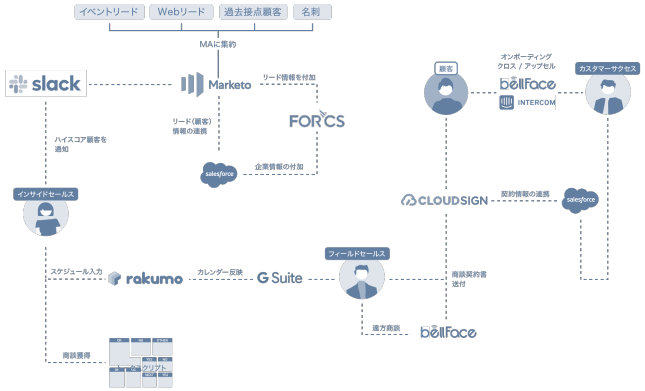


主典：TORIX株式会社

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

データがまとまって、売上向上へつながる





Value 01

バラバラなデータが
一元化され情報資産となる

Value 02

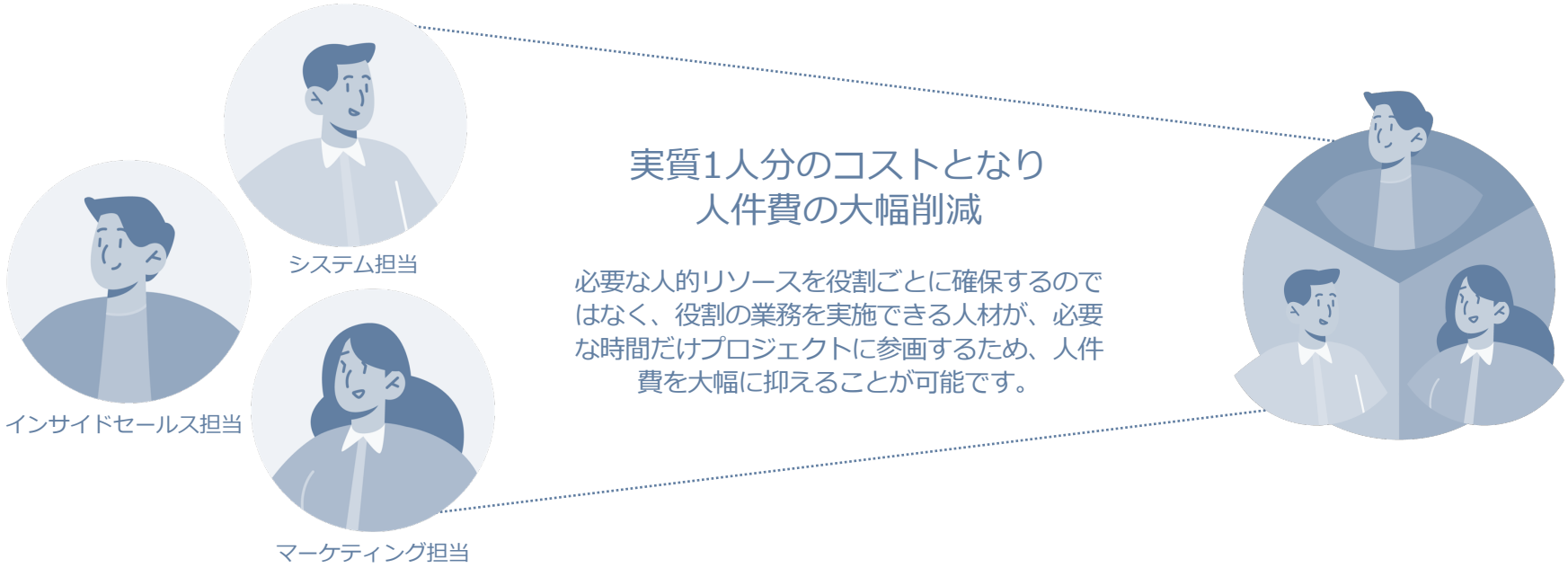
可視化されたデータを元に
ボトルネックを解消

Value 03

業務がシームレスにつながり
生産性が向上する

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

御社の「システム担当者」として柔軟に稼働



実質1人分のコストとなり
人件費の大幅削減

必要な人的リソースを役割ごとに確保するのではなく、役割の業務を実施できる人材が、必要な時間だけプロジェクトに参画するため、人件費を大幅に抑えることが可能です。

採用コストの削減 / 退職・属人化リスクの低減 / 成果の安定性

採用を行うことで、「採用コスト」「退職リスク」「属人化リスク」といった
さまざまなコストやリスクが考えられますが、
front BPOをご利用いただくことで、こういった課題を解消し、安定的に運用を継続可能です。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

特長 ②　ベンダーフリーで、貴社に適したツールをご紹介

Goofy

完全に客観的な視点で比較します。

SFA	MA
salesforce	salesforce pardot
HubSpot	BowNow by CloudCIRCUS
kintone	SATORI
Senses	Marketo
	“今、検討したい”がわかる。List Finder

etc...

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

特長 ③　手段の目的化を防いで、確実に運用定着

失敗しがちなツールの運用定着を確実に実現

Goofyは、 ツールベンダー、コンサル、システム構築ベンダーと違って
「実現可能なToBeを描き、そこまでの具体的なToDoを明示し、貴社専属の担当者がそれを実現する」ことを契ります。

	Goofy	ツールベンダー	開発ベンダー	コンサルティング
定例MTG	○	×	×	○
マニュアル / レクチャー	○	×	○	×
業務フロー設計	○	×	×	○
ツールのカスタマイズ	○	×	○	×
利用するツールの決定	○	○	×	○
要件定義（to doの決定）	○	○	○	×
現状と現実的なto beの決定	○	×	×	×
目的の明確化	○	×	×	○

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

導入事例 ①｜エッセンス株式会社 様

4事業部横断で1つのシステムで営業会議ができるようになり、数字で語る文化が醸成された。

エッセンス株式会社　https://www.essence.ne.jp/

事業内容　顧問人材のシェアリングサービス「プロパートナーズ事業」を主軸に、様々な人材関連のサービスを展開

Before

- 4事業部それぞれで顧客情報、営業情報がバラバラに管理されてしまっていた。
- 過去に数度SFA/CRMの導入をしたが、いずれも失敗してしまった。
- 営業の数字を定性的にしか把握できず、営業会議も状況報告に終わってしまっていた。

After

- 自社の課題や目的を、役職者で認識を合わせることで、導入がスムーズに進んだ。
- 1部署ずつ導入を進め、全事業部の営業進捗をSFA上で管理できるようになった
- 役職を問わず全員が数字で会話できるようになった。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

導入事例 ②｜エニワン株式会社 様

二重三重の入力コストがなくなり、ミスが減るだけでなくデータ活用が促進された。

エニワン株式会社　https://www.any-one.jp/

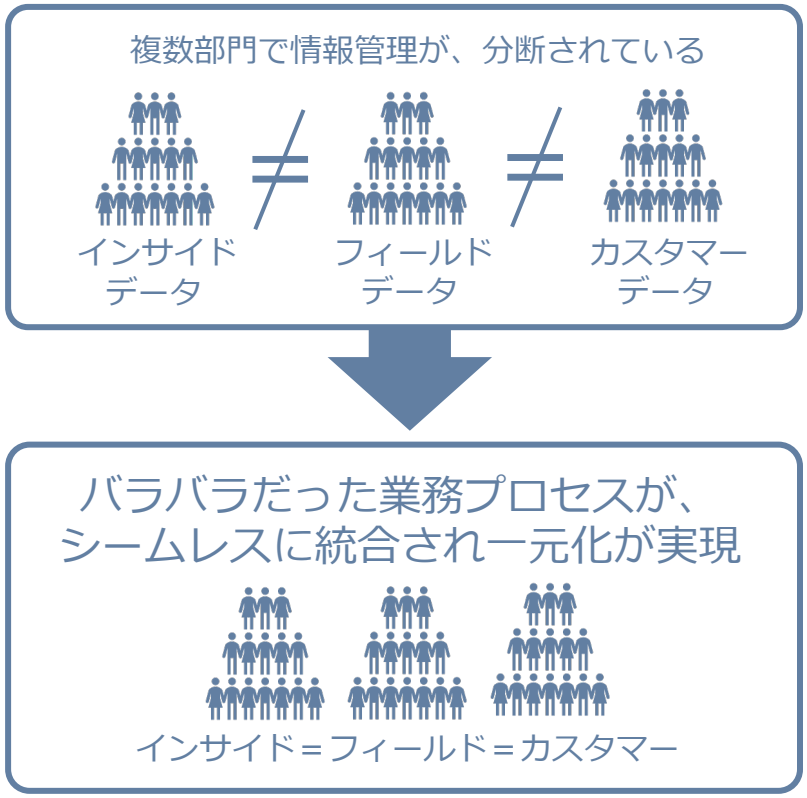
事業内容　工務店向けの顧客管理システム「Anyone」の開発、販売、保守を展開

Before

- 案件を受注し、サービスを提供するまでに様々なシステムが動いており、その度に同じ情報を入力する必要があった
- 上記課題を解決するためにSalesforceの導入を決めたが、何から手をつけるべきかわからなかった。
- 過去にシステム開発会社に仕事を依頼した際に、決められた作業以上のことをしてくれなかった経験があり、抵抗感があった。

After

- システムの統合と、連携を最小限のコストで実装することで、何度もシステムにデータを打ち込む必要がなくなった。
- プロジェクトリーダーとしてGoofyが参画することで、導入ステップを明確にし、着実に運用開始まで進んだ。
- 「やはりこういう設計にしたい」「ここは優先的にやってほしい」といった細かな変更に応じることで、より理想的なシステムが構築できた。



Copyright© Goofy inc. All right reserved.

Goofy

料金プラン

人を一人雇う金額で、組織体制を構築

Goofy ABM

受注を量産し続けたい方へ

50万円 /月×12ヶ月

■Goofy ABMの提供内容

- 受注、失注傾向の分析
- ターゲット選定
- 戦略の策定
- リストの抽出
- 電話アプローチ
- メール送信
  - HTMLメールの作成
  - メール配信ツールの活用
  - ホワイトペーパーの企画～作成
  - LP（ランディングページ）の作成
- 問合せフォームへの投稿
- FAXの送信
  - FAXのクリエイティブ作成
- ビジネスSNSの活用
- 効果測定

SFA / MA Hands-on

データ活用で事業を加速させたい方へ

50万円 /月×12ヶ月

■SFA / MA領域の提供内容

- 現状のSFA/MAツール運用状況の整理
- 理想的なツール運用・業務フローのご提案
- 理想的な運用に合わせたシステム設計・構築

■SFA領域の提供内容

- 理想的なシステム設計に合わせた項目実装
- レポート・ダッシュボード作成によるデータ可視化

■MA領域の提供内容

- シナリオ作成支援
- スコアリング作成支援
- メール送信予約
- 送信結果の分析支援

＊ホワイトペーパー、LP、クリエイティブ作成についてはオプションプランとなっております。メールマーケ、フォームマーケ、FAX等の送信数の制限数がございます。

Copyright© Goofy inc. All right reserved.

Goofy

thank you