

2023 年 6 月 8 日

ニュースリリース

ブランディングテクノロジー株式会社

ブランディングテクノロジー、カスタマーサクセス教育プログラムを提供するアディッシュと業務連携

CMO 育成プログラムとカスタマーサクセス教育プログラムを連携し、マーケティングとカスタマーサクセス領域の課題解消へ

ブランディングテクノロジー株式会社（代表取締役社長：木村 裕紀、本社：東京都渋谷区、証券コード 7067、以下当社）は、デジタルエコノミー特化のカスタマーサクセスソリューション・プロバイダーであるアディッシュ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役 江戸 浩樹、証券コード：7093、以下アディッシュ）と連携し、組織におけるマーケティングとカスタマーサクセス領域の課題解消に向け取り組みを開始しました。



業務連携の背景

当社が提供する CMO 育成サービスとアディッシュのカスタマーサクセス育成プログラムを、両社が相互に取り扱うことで、マーケティング部門とカスタマーサクセス部門の協働に関する課題解決に取り組んでいきます。

マーケティング部門とカスタマーサクセス部門の協働に関する課題を解決

現在、多くの SaaS 企業では、The Model による「マーケティング・インサイドセールス・営業・カスタマーサクセス」の分業体制が導入されています。各プロセスには KPI を設定し、その KPI 達成にむけて活動、各部門と連携することにより、営業活動の効率化を図るノウハウです。一方、各部門や情報が孤立し、連携が上手くいかずサイロ化してしまう可能性もあります。

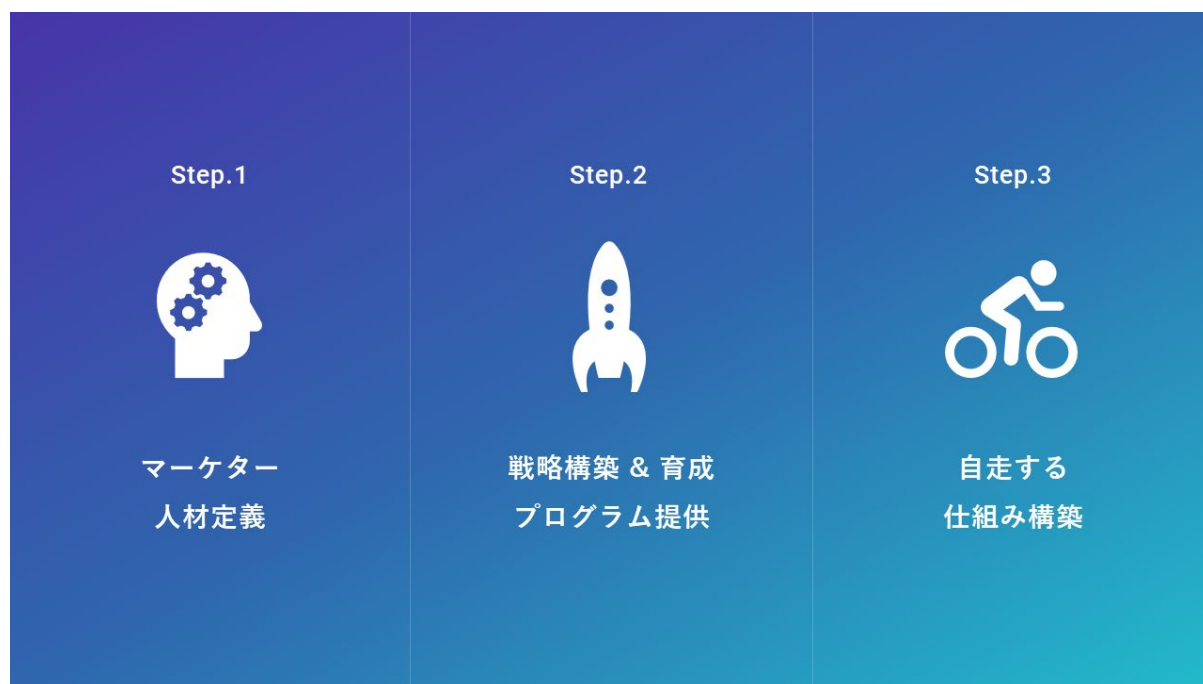
特にカスタマーサクセスは、営業との連携が必須ですが、マーケティングと連携するフェーズもあります。営業の理解は一定あるものの、マーケティングの理解が不足しているケースが見られ、マーケティングとカスタマーサクセス領域間に課題が発生しています。

例えば、マーケティングが大規模な広告を展開して受注が急増、受注後に迅速なカスタマーサクセスのオンボーディングが追いつかない事態が発生して、顧客企業がサービスを有効活用する前に解約してしまうというケースです。

当社の CMO 育成サービス「マーケティングイネーブルメント」を通して、カスタマーサクセス人材がマーケティング視点を取り入れることにより、カスタマーサクセスの実践力を総合的に高めることができます。

CMO 育成プログラム 概要

当社の CMO 育成プログラムは、未来のマーケティング責任者にあたる“Next CMO”を育成し、マーケティングの成果創出に向けた組織基盤を構築するためのプログラムを提供します。約 3 ヶ月のプログラムを通じて、マーケティングの全体設計と、Next CMO 候補の方が戦略設計と実行ができる仕組みを構築します。Next CMO に必要な 6 カテゴリーを講義形式でお伝えします。また、講義後に毎回アウトプットを出してもらい、メンターがフィードバックを出しながらプログラムの中でマーケティング業務・戦略・計画を作り込みます。



【プログラム内容】

①Next CMO人材定義・理想の組織定義

自社に必要なマーケター・マーケティング組織の役割・業務定義を行う

②Next CMO 育成プログラム実施

学習＝インプットと実践につながる課題提出＝アウトプットの往復

a. メンターとの週次 1on1

b. 経営層とマーケティング戦略のすり合わせ

③マーケティング戦略と計画策定

マーケティング計画への落とし込みと実行体制の構築

約3ヶ月のプログラムを通じて、下記のマーケティングの全体設計およびNext CMO 候補が戦略設計と実行をしていける仕組みを構築します。

CMO 育成サービス「マーケティングイネーブルメント」の詳細

<https://www.branding-t.co.jp/me/>

カスタマーサクセス育成プログラム 概要

アディッシュのカスタマーサクセス育成プログラムは、カスタマーサクセス未経験者がカスタマーサク

セスの業務を行う上で必要となる知識や考え方を学ぶことができます。

カスタマーサクセスの基本概念や、ユーザーが自社プロダクトを継続的に利用するかどうかの状態を数値で把握する「ヘルススコア」の設計方法や活用方法、プロダクトやサービスについて対象者のニーズや課題を深掘りするための「ユーザーインタビュー」の手法などをインプットし、課題を解きながら身につけていくプログラムです。顧客の状態をインサイト（洞察、発見）して課題を特定、解決のための手法を見極め、「カスタマーサクセスを実現できる」考え方の習得を目指します。さらにアディッシュの専門トレーナーが受講者に対して質疑応答することで、より深い理解を促進します。

【プログラム内容】

- ①カスタマーサクセスと PLC … カスタマーサクセスの概要とプロダクトライフサイクル
- ②指標理解 … MRR、NRR、LTV、チャーンレート
- ③タッチモデル … タッチモデルの階層と各モデル毎のアプローチ方法など
- ④ヘルススコア … ヘルススコアの設定とカスタマーライフサイクル
- ⑤ユーザーインタビュー … ユーザーインタビューの目的、準備～分析
- ⑥オンボーディング … オンボーディングの業務設計～運用～分析
- ⑦カスタマーサポート … カスタマーサクセスとの比較と役割



指導



質疑応答



ケーススタディ



フィードバック

カスタマーサクセス育成プログラムの詳細

<https://cs-studio.adish.co.jp/service/training>

マーケティングとカスタマーサクセスの連携ノウハウをまとめたホワイトペーパーを特別公開

業務連携に伴い、マーケティングとカスタマーサクセスの連携ノウハウをまとめたホワイトペーパーを

公開しました。

ダウンロード URL：

<https://www.branding-t.co.jp/download/digitalmarketing/cs/>

<アディッシュ株式会社について>

設立日：2014 年 10 月

資本金：54,047,000 円

証券コード：7093（東証グロース）

代表取締役社長：江戸 浩樹

本社：東京都品川区西五反田 1-21-8 ヒューリック五反田山手通ビル 6 階

公式サイト：<https://www.adish.co.jp/>

<ブランディングテクノロジー株式会社について>

設立日：2001 年 8 月

資本金：52,119,500 円

証券コード：7067（東証グロース）

代表取締役社長：木村 裕紀

本社：東京都渋谷区南平台町 15-13 帝都渋谷ビル 4F・5F

公式サイト：<https://www.branding-t.co.jp/>

<本件に関するお問い合わせ先>

ブランディングテクノロジー株式会社 広報

松井 寛志