



SHERPERS INC.

シェルパとは山岳ガイド。
私たちは、ビジネスシェルパとして
あなたとビジネスの山を共に登り、
新たな価値と感動を届けたい。

《会社概要》

商号	株式会社シェルパース
英文表示	SHERPERS.inc.
事業所	東京都渋谷区渋谷2-10-15 エキスパートオフィス渋谷6階
mail	info@sherpers.co.jp
tel	03-4405-5842
設立	2016年8月2日
代表取締役CEO	二橋和輝
従業員数	16名（正社員・アルバイト含む）

～シェルパースの価値～



クライアントが目指す価値を実現する為に
必要な最高かつ最適な企業や人材を社内外から集め、
最強のチームを作ります。

そして成果に対するコミットメントがシェルパースの価値です。

シェルパースが取り組む3つの課題



～売上をどうやって上げるか？～

やはりビジネスの最大テーマは売上アップ。そして社員1人あたりの生産性アップ。
マーケティング手法はどんどん進化しています。
竹槍で戦っては勝てる靴も勝てません。
成果の出る最先端のマーケティング手法を駆使し、業績を上げていきます。
(BtoB領域に特化しているため、BtoC領域においてはお力になれません。)



～優秀な人材をどうやって確保するか？～

昨今の採用市場は中小・ベンチャー企業にとって非常に厳しい時代です。
今まで通りの採用手法では優秀な人材を確保するのは難しいのが現状です。
中小・ベンチャー企業ならではの優秀な人材と共に働く方法をご紹介します。
(マーケティング領域、営業領域の特化しているため他職種ではお力になれません。)



～組織をどうやって強くするか？～

人が変われば組織が変わり、組織が変われば会社が変わり、会社が変われば売上が変わる。
組織力は企業にとって大きな武器になります。
そして、何より強い組織、強い仲間が経営者にとって最大の喜びの一つになります。
経営者意識を持った社員が多ければ多いほど強い組織になるのは当たり前のことです。

Member 志×テクノロジー×集合知＝シェルパーズ



- 名前：二橋 和輝（にはし かずき）
- 役職：代表取締役
- 1979年 神奈川県川崎市生まれ

2002年新卒で人材コンサルティング会社 株式会社ワイキューブに入社。九州支社配属。2003年個人 全社売上達成率 1位達成 新人賞受賞2004年個人 全社売上達成率 1位達成 チーム 全社売上達成率 1位達成2005年九州支社 最年少マネージャー就任 チーム 全社売上達成率 1位達成2006年恵比寿支社立ち上げ チーム 全社売上達成率 1位達成2007年ブランディング事業部 アカウントプランニング部立ち上げ チーム売上6億達成2007年株式会社ワイキューブ退社株式会社イマクリエ設立 イマクリエ代表取締役就任
メディア事業をスタート TV番組プロモーション・バズマーケティング・モバイルサイト制作など2008年リーマンショックで経営状態はボロボロになる（笑）2009年再起を掛け、自社営業力をサービス化し営業支援事業、営業代行『援軍』を開発述べ800社のクライアントの業績アップに貢献。2016年株式会社イマクリエを譲渡2016年株式会社シェルパーズを設立 代表取締役就任「新しい形のビジネススタイル」作りに取り掛かる。
優秀な経営者、フリーランスなどとチームを組みジョイントビジネス、集合型頭脳集団を組織し、ビジネス構築のプロフェッショナル集団を目指す。



- 名前：安田 佳生（やすだ よしお）
- 役職：顧問
- 1965年 大阪府生まれ

株式会社ワイキューブ元社長。斬新な人材コンサルティング事業で一世を風靡するも、2011年に40億円の負債を抱えて民事再生。自己破産。著書「私、社長ではなくなりました」で二度と社長はやらないことを宣言し、経営の舞台から退場する。境目研究家を名乗り、講演活動やコラムの執筆、ポッドキャスト番組の配信を行う。NPO法人中小企業共和国を立ち上げ、初代総裁を名乗る。いくつかの会社にて顧問・非常勤役員を務めた後、2014年10月、約束を反古にして社長に復帰。BFI代表取締役となる。著書に『千円札は拾うな』『私、社長ではなくなりました』『疑問論』など。



- 名前：小澤 満（おざわ みつる）
- 役職：部長
- 1974年6月20日 埼玉県狭山市生まれ

▼明治大学商学部卒業後、新卒2期生として、採用業務代行会社ワイキューブに入社（在籍12年間）。一般社員時は根性のテレアポ営業で、1日200本以上こなす。
▼名古屋支社長時に、「無名企業でも優秀人材を口説けるプログラム」を開発。さらにプレゼン主体営業から、質問主体営業に切り替えて「採用コンサルタント」を名乗り始める。客単価2倍、顧客数3倍にすることに成功。初代年間MVPマネージャーに選ばれ、報奨金を獲得する。
▼「個人技のテレアポ集客」に限界を感じ、「会社で集客」した後に、「採用コンサルタントが販売」するモデルに切り替え始める。
▼その後、営業力戦略部ゼネラルマネージャーとして本社に戻り、「採用コンサルティングプログラム」の深化と営業標準化を推進。年間問合せ9500件のリード創出との相乗効果で、最高年商46億円の達成に貢献。
▼友人が経営するSNSマーケティング会社新大陸に転じた後に独立。現在はSEOやブログ運用を中心とした集客の仕組みづくりを行っている。



- 名前：由中 秀明（よしなか ひであき）
- 役職：マネージャー
- 1978年4月24日 千葉県君津市生まれ

サッカーの実業団選手としてプレーする傍ら、営業においてもトップセールスマンとして数々の記録を打ち立てる。全国に店舗を展開しているFC本部に入社後、過去売上最高記録樹立など数々の賞を受賞。営業コンサルティング会社では、新規事業立ち上げや、経営者の目線に立ったマネジメントなどを行う。企業代表者としての経験を活かし、経営者の立場に立った上での現場の指導を得意とする。またメンタルトレーナーの資格を持ち、アスリートや経営者・管理職向けに、独学で学んだものと融合させたプログラムも開発し、取り組んでいる。

マーケティング支援サービス

BtoBマーケティング
革命サービス

「FORM MARKETING」

フォームマーケティング



パートナー網の構築が
売上を圧倒的に
加速させる

「BOOSTER」

ブースター



競合他社と圧倒的な
差別化をする

動画マーケティング

「Conversion Movie」

コンバージョンムービー



人材支援サービス

プロジェクト単位で
優秀な仲間が集まる
新しい働き方

「Lupin style」

ルパンスタイル



出会いが
ビジネスの起爆剤になる
ビジネス出会い系モデル

「コラボビー」

コラボビー



採用で
失敗しないために
求める人材をしっかりと見抜く

「見極め屋」

ミキワメヤ



中小企業の課題とは

「売上拡大」は永遠のテーマ

経営課題

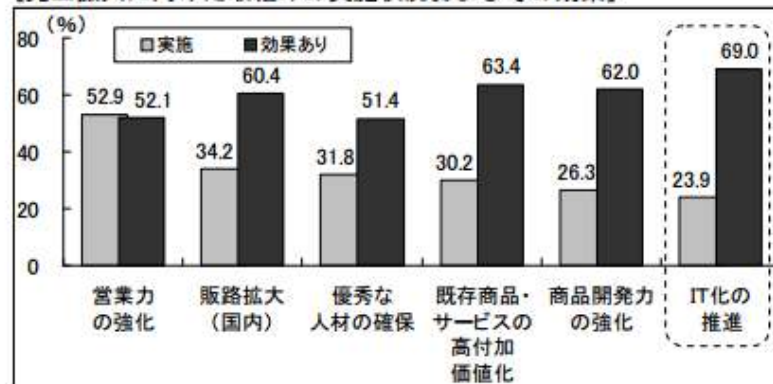
「収益拡大」は永遠のテーマ。将来の成長に向けて「人材」も育てたい。

経営課題は「売上拡大」(66.3%)、「従業員の採用・育成」(42.6%)、「コスト削減」(42.0%)の順。収益拡大に直結する「売上拡大」「コスト削減」は前回のトップ2であり、まさに永遠のテーマと言えます。その間に割って入ったのが「従業員の育成・採用」。社長の意識が目の前の課題から中長期的な課題へと向きはじめたのかもしれませんが。

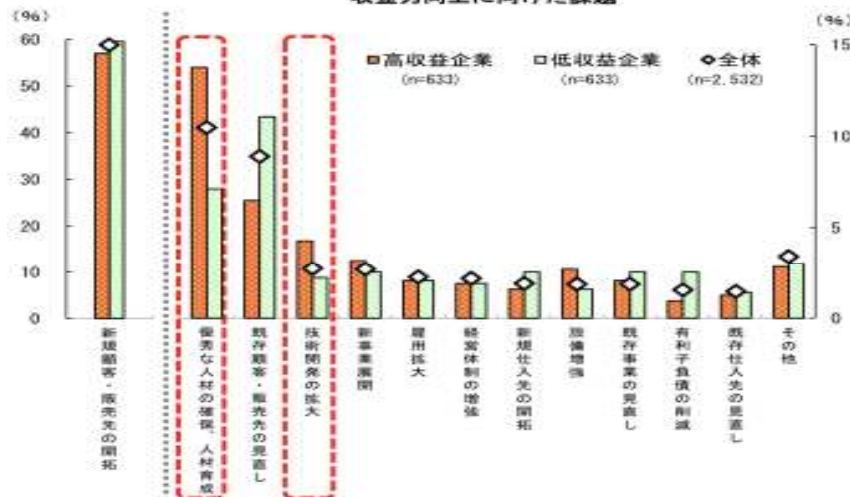
【経営上の課題】

前回 (2002年)		今回 (2012年)	
1. 売上拡大	67.9%	1. 売上拡大	66.3%
2. コスト削減	47.3%	2. 従業員の採用・育成	42.6%
3. 人・組織のマネジメント	32.0%	3. コスト削減	42.0%

【売上拡大に向けた取組みの実施状況およびその効果】

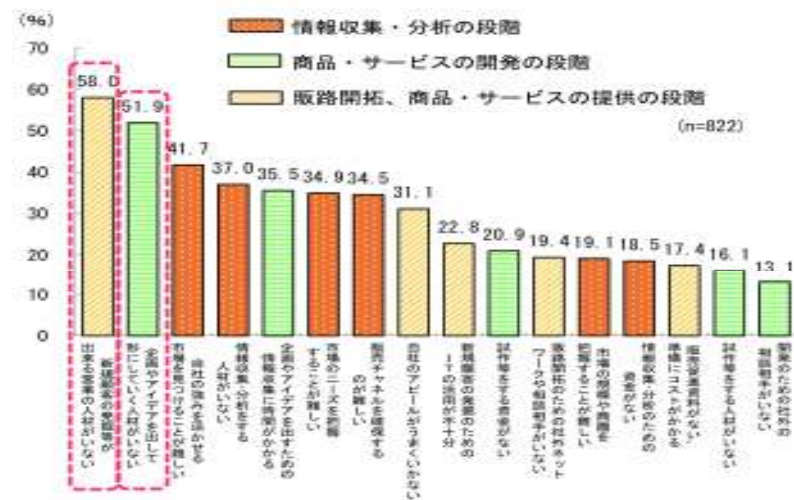


収益力向上に向けた課題



資料：中小企業庁委託「大企業と中小企業の構造的な競争力に関する調査」(2014年9月、(株)帝国データバンク)

新規市場開拓の売上目標未達成企業が抱える課題



資料：中小企業庁委託「市場開拓」と「新たな取り組み」に関する調査(2014年12月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
(注)複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

中小企業の課題とは

「売上拡大」は永遠のテーマ

図3 新事業展開の成功、不成功企業別に見た課題

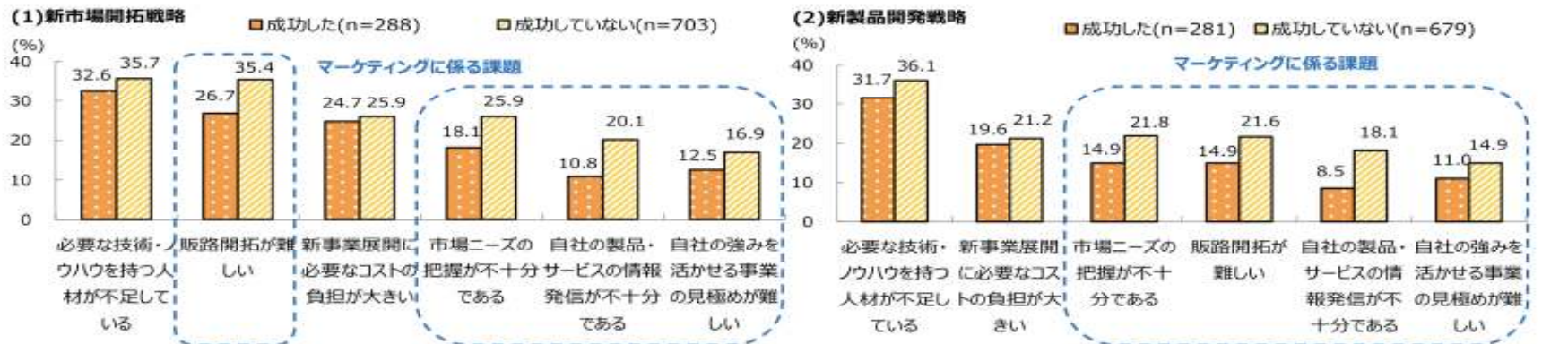


図1-3: 中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」(2016年11月、(株)野村総合研究所)

【テーマ別分析 3-3】新事業展開の促進

- 新事業展開の際の共通課題である人材不足に対応するためには、外部の経営資源の活用が有効。利益にも好影響を与えている。実際に活用した企業はさほど問題を感じていない。

図1 マーケティングの評価検証における外部リソースの活用状況と経常利益率との関係 (新事業展開成功企業)

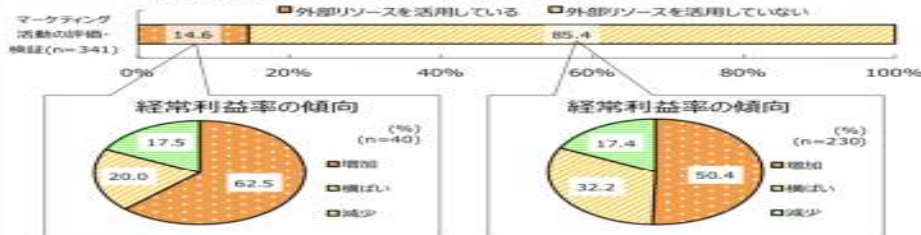


図2 外部リソースの活用状況別に見た課題

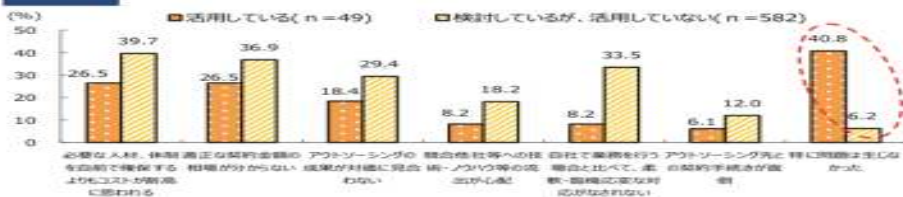


図1-2: 中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」(2016年11月、(株)野村総合研究所)

図2 高成長型企業が各成長段階で必要とする人材

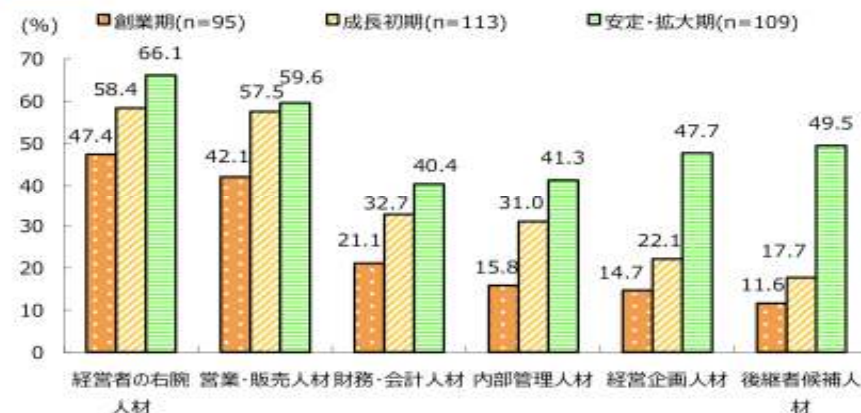


図1-2: 中小企業庁委託「起業・創業の実態に関する調査」(2016年11月、三替UFリサーチ&コンサルティング(株))

シェルパーズの考え方

～シェルパーズ言葉の定義～



《マーケティング》 優良な見込み客を営業マンの前に連れてくること

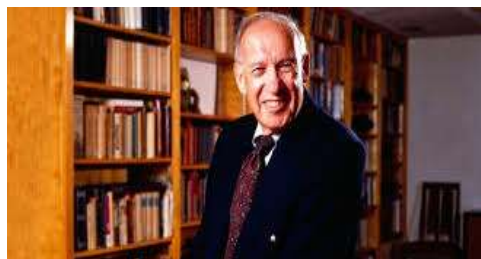
マーケティングは見込み客を集める。
マーケティングはお客を育てる。
マーケティングは会社全体でやるべきこと。
マーケティングは買う気にさせる。



《営業》 目の前の見込み客から契約をもらうこと

営業は今すぐ客を見極める。
営業はお客を刈り取る。
営業は営業マン個人がやるべきこと。
営業は買って後悔しないか確認する。

～ピータードラッカー氏言葉の定義～



究極のマーケティングとはセリングをなくすこと

《BtoBリード獲得比較》

	リスティング	営業代行	郵送DM	展示会イベント
想定リード獲得単価	1クリック500円 コンバージョン率1% 5万円	2万円	1通送付400円 レスポンス率0.3% 13万円	イベント出店料150万円 名刺獲得数150枚 1万円
リードからの商談率 アポ単価	50% 10万円	90~100% 2万円	90~100% 13万円	20%~30% 3万円
GOOD	<ul style="list-style-type: none"> ・ニーズが顕在化している ・営業力が弱くても契約が取りやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ・新サービスなど既存マーケットがない商材でも販売可能 ・狙ったターゲット企業とのアポイントが設定可能 ・コンペになっていないため高単価で契約が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存マーケットがない商材でも販売可能 ・狙ったターゲット企業とのアポイントが設定可能 ・コンペになっていないため高単価で契約が可能 ・ニーズが顕在化している ・営業力が弱くても契約が取りやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ・短期間で大量のリードを獲得できる。
BAD	<ul style="list-style-type: none"> ・既存マーケットがないと検索されない ・基本コンペ形式で価格競争に巻き込まれやすい ・ターゲット外の企業からの問い合わせも多く含まれる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ニーズが顕在化していないため営業力が必要 ・アポ質に差が出やすい 	<ul style="list-style-type: none"> ・リード獲得単価が高すぎる ・レスポンス率を高めるクリエイティブにも費用が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・リードの質が悪すぎる。

ターゲット企業	△	○	○	△
決裁者	△	×	○	×
Notコンペ	×	○	○	△
レスポンス	○	×	○	△
獲得単価	△	○	×	○

BtoB集客で最強なのが、フォームマーケティング！



GUTTO COMPANY PROJECT 2018

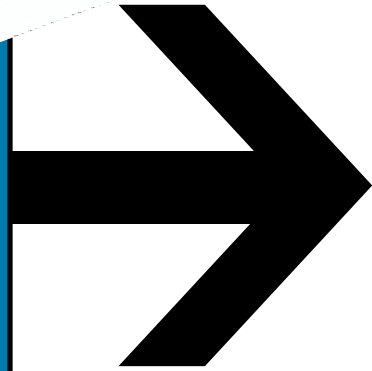
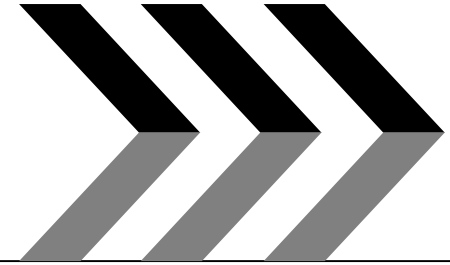
《BtoBリード獲得比較》

	フォームマーケティング
想定リード獲得単価	2万円~10万円
リードからの商談率	90~100%
GOOD	<ul style="list-style-type: none"> ・既存マーケットがない商材でも販売可能 ・狙ったターゲット企業とのアポイントが設定可能 ・コンペになっていないため高単価で契約が可能 ・ニーズが顕在化している ・営業力が弱くても契約が取りやすい
BAD	リスト数が必要

ターゲット企業	○
決裁者	○
Notコンペ	○
レスポンス	○
獲得単価	○

- ①既存マーケットがない商材でも販売可能。(営業代行と一緒に)
- ②ターゲット企業を選定してアプローチできる。(営業代行と一緒に)
- ③開封率はほぼ100%(営業事務職の開封を含む)
- ④決裁者が見て興味を持ってくれた場合しかレスポンスはほぼ返ってこない。(決裁範疇以上の興味を持つやる気のある人材はなかなかいない(笑))
- ⑤御社が本当に伝えたいサービス・強みを理解した上でのレスポンスである。(リスティング・郵送DMと一緒に)
- ⑥コンペになっていないため高単価で契約が可能(リスティングとの違い)
- ⑦ターゲット企業がレスポンスをしなくても決裁者に広告効果が見込める手法は他にない。(WEBアクセス数が増えているケースも多数あり)
- ⑧受注率は郵送DMの受注率と同等レベル
営業代行の2倍(レスポンス・決裁者率が高いのため)
リスティングの1.5倍(コンペでないため)

SHERPERS



MARKETING PROJECT

中小企業にマーケティング部を！

~CUSTOMER CREATION PROJECT~

～なぜ今の時代はマーケティングに力を入れるべき時代なのか？～



ゴリ押しの営業が通用しない時代です…
お客さんは「売られる」のが嫌いなのです。

しかし、お客さんは「買いたくない」訳ではありません。
自らの意思で「探して」「選んで」「買いたい」のです。

「ハンター」型の営業は、顧客に嫌われ、
「ファーマー」型のマーケティングは、顧客に信頼されるのです。

～マーケティングの3つの壁～

80%の企業にとっての最大の課題

- ①知らない・・・どんなに素晴らしい商品を持っていても顧客は知らなければ買えません。
御社のサービス価値を見込み客にどう伝えるか？最大のテーマです。
- ②買わない・・・いいものを提供すれば必ず買ってくれる。という時代は終わりました。
なぜならば競合他社もいいものを提供しているからです。
- ③リピートしない・・・サービス価値の問題もありますが、そもそもビジネスモデル
リピートしたくなる仕組み構築も必要なんです。



日本一 おいしいうどん屋
 むかしむかし、あるところに
 日本一おいしい
 うどん屋があったとき。

でも、その「あるところ」が
 わからなかったので、
 だれも食べに
 こなかったとき。

ビジョンの実現のための取り組み

- ・組織的なマーケティング手法の確立
- ・未来へつづく営業戦略の基礎構築

目指す姿

FIRST STEP(売上アップ)

レスポンス営業の導入

営業強化・仕組み化

フォームマーケティングの導入

SECOND STEP(仕組み構築)

レスポンス営業の浸透

MAの導入&構築・運用

見込み・失注客へのフォロー

レス獲得へ新たな手法開発

ルパンスタイルの導入

THIRD STEP(内製化)

レスポンス営業の確立

成功事例の社内共有促進

業界内外へのブランディング

マーケ部内製化の確立

現状

- 現状の営業手法にプラスできる新たな営業手法の導入
- 面談前の期待値を上げるツールの導入
- 問い合わせが来る仕組みの基礎構築

- 社内での成功事例の共有による、更なる営業効率の向上
- 見込み客管理データベースの構築によるマーケティング手法の確立
- 他業態・業種への新規参入及び取引拡大
- 継続的な人材採用による、組織力の更なる強化

【STEP1】

➡ 徹底的に売上をつくる。



【STEP2】

➡ 売れ続ける仕組みを構築する。



【STEP3】

➡ ブランディングによる高収益化






フォームマーケティング

～BtoBマーケティング革命サービス～



SHERPERS

《売上を上げる方程式》

$$\begin{array}{l} \text{ヒット数} \\ \text{売上} \end{array} = \begin{array}{c} \text{打数} \\ \text{商談数} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{打率} \\ \text{契約率} \end{array} \times \text{単価}$$


【POINT】

- ・契約率を3倍にすることは、非常に難しい。
- ・単価を3倍にすることも、競合との兼ね合いで難しい。
- ・しかし、「商談数を3倍」にすることは、可能。

⇒売上アップは、「商談数とアポ質」を確保することが重要。

《マーケティングを成功させるための基本原則 3M 》

商談数 = メディア(Media) × マーケット(market) × メッセージ(Message)

【POINT】

- ・マーケティングを成功させる3Mの中には、「商品やサービス」が入っていない。
- ・「良い商品・サービスが売れる」のではなく、「よく見える商品・サービス」が売れる。

⇒「売れる商品・サービス」が、「良い商品」なのです。

《営業パーソンが行きたいアポ質とは？》

- ①ターゲット企業 VS ターゲット企業でない (地域 業種 規模など)
- ② 決裁者 VS 担当者
- ③コンペ5社 VS コンペになっていない
- ④レスポンス VS プッシュアポ

【POINT】

- ・強い営業パーソンであれば、②,③,④を乗り越えられる可能性はある。
- ・アポ質の課題を乗り越えることは目的ではない。
- ・1つでも多くの条件を満たしたアポに行きたいのは当たり前のこと。

⇒売れる営業に、より売れる商談の場を用意するのは会社の仕事。

「何を売るのか？」の前に「誰に売るのか？」を考える。



シェルパーズの強み「リスト」

① 弊社保有リスト数 1500万リスト以上（重複・店舗情報含む）

電話帳サイト（Iタウンページ・マピオン）・ショッピングサイト（楽天yahooショッピング）・飲食店情報サイト（食べログ・ぐるなび・ホットペッパー）
不動産情報（アットホーム）美容サイト（ホットペッパービューティ・Tiful・ビューティーナビ）旅行系サイト（楽天トラベル）
求人系ナビ新卒（マイナビ2018・2017・2016・2015、リクナビ2018・2017・2016・2015ブンナビ2018・2017・2016・2015）
求人系転職（ハローワーク・リクナビネクスト・マイナビ転職・DODA・en・@type・イーキャリア・PROSEEK・とらばーゆ・はたらいく・キャリアブレイン・グルメキャリア）
求人系アルバイト（フロムエー社員・フロムエーナビ・anバイト・eアイデム・タウンワーク・DOMONET）

② 貴社オリジナルアプローチリストを抽出

キーワードからのリスト作成可能。
1万件のリストアップの所要時間は、約8時間。

（例）

研修会社リスト、リスティング会社リスト、WEB制作会社リスト、遺産相続税理士リスト、社労士リスト、外国人技能実習生受入組合リスト等

なぜ最強なのか？ ～3Mのメディアについて～



GUTTO COMPANY PROJECT 2018

メディアそのものにもいいも悪いもない。
ターゲットとするマーケットにリーチできるかどうかだけ。



開封率100%の「フォームマーケティング」 ※担当者閲覧含む

問合せフォームにDMを送信し、レスポンスを作る。
決裁者にダイレクトアプローチしたい案件にぴったり。

シェルパーズの強み「優れたチームワーク」

在籍数45名（2018.4現在）のスタッフが、

- 1.社名でHP検索
- 2.問合せフォームにアクセス
- 3.入力・送信
します。

※入力平均スピード 1件：6分20秒 入力成功率80% 7件/1h。



商品の良さを伝えるのは商品そのものではなく、メッセージ。

※重要なのは、「マーケットとメッセージの一致」
ネズミを捕まえたかったら「チーズ」を餌にする。



シェルパーズの強み「高いレスポンス率」

① 10年間蓄積したナレッジ

有名な元テレアポ代行会社として、多くのクライアント企業様の成功事例と失敗事例を蓄積。弊社がご支援すると、「3倍以上の効果」を実現するケースが多々あります。

② セールスのプロとしての客観力

自社の強みが何なのか？ 毎日触れている商材だからわからなくなっているケースが多々あります。マーケットの課題は何なのか？ 競合他社との差別化ポイントはどこなのか？ プロとして明確にします。

② 粘り腰のクリエイティブ力

成功報酬型によるコミット力。満足いく成果が出るまで、何度も文章を書き直してPDCAを回していきます。

導入スケジュール



GUTTO COMPANY PROJECT 2018

<p>申込・取材</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットヒアリング、リスト数確認 ・申込書の授受 ・取材。ペルソナ確定、配信スケジュール確定。
<p>リスト・DM作成</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・リストチェック(貴社既存客、NG先等の削除) ・配信に必要な企業情報の提供 ・DM作成
<p>DM修正・諸設定</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・メールアドレス、及びカレンダーの共有設定 ・担当名、役職等の必要情報の確認 ・DM内容チェック、修正
<p>アプローチ</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・DM入力代行 ・自動返信 & レスポンス企業への対応 ・訪問アポ設定 & スケジュール入力 ⇒ 営業活動開始
<p>状況確認</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・レスポンス数の情報共有 ・アポイント質、受注件数、受注金額などの情報共有
<p>MTG</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・ボトルネックの特定、改善 ・リスト再作成、DM再ライティング ⇒ PDCA回す

3~4週間

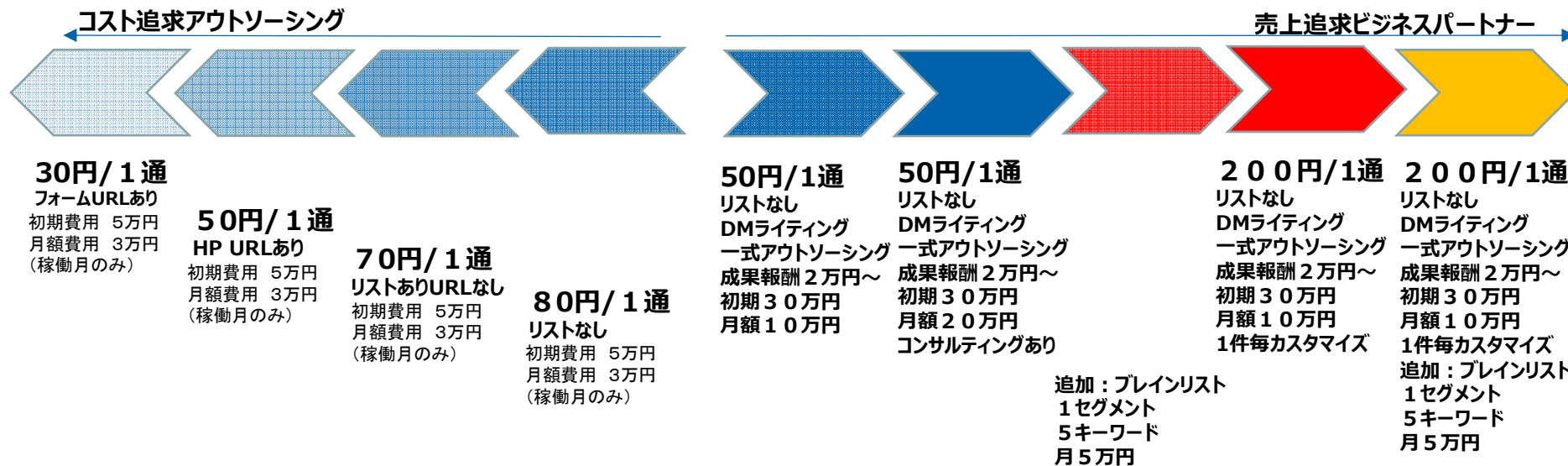


料金表



GUTTO COMPANY PROJECT 2018

～圧倒的コスパからスーパーハイクオリティまで追求する料金体系～



【入力代行バリューパック】

	30円/1通	50円/1通	70円/1通	80円/1通
リスト条件	入力URLあり	HPURLあり	リストありURLなし	リストなし
5000通	15万 (30円)	25万 (50円)	35万 (70円)	40万 (80円)
10000通	27万 (27円)	45万 (45円)	65万 (65円)	75万 (75円)
30000通	75万 (25円)	120万 (40円)	180万 (60円)	210万 (70円)
50000通	100万 (20円)	175万 (35円)	275万 (55円)	325万 (65円)

※入力代行は5000通より受託させていただきます
 ※入力費用は送信有無を問わず調査件数発生致します
 ※会社名のみをご提供頂く場合、必ず業種もしくは都道府県を合わせてご提供ください
 ※契約件数は配信開始日より1年以内に消化して頂きます
 ※入力代行バリューパックはプロジェクト前入金でのデポジット制になります

【参考：概算アポ単価】

想定リスト数	アポ設定料金	経営者アポ限定料金
1000件未満	8万円	20万円
2000件未満	6万円	14万円
5000件未満	5万円	10万円
10000件未満	4万円	6万円
10000件以上	2万円	4万円

※商材難易度・リスト数にて金額は確定します
 ※6ヶ月契約から受託させていただきます
 ※数字が悪い場合は都度MTG時間をいただく場合があります

見込み顧客の「動いた！」瞬間を逃さずキャッチ



日本のインターネット人口の**約90%である4億以上**のユニークブラウザからの検索キーワードよりリストを作成
業界キーワード: 自社名: ブランド名: 競合名: 競合ブランド名などニーズが高そうなHOTリストを作成しそこにアプローチすることが可能に！
 (法人PC・営業支援・保険会社・オフィス移転・動画制作・採用・福利厚生・セキュリティソフト・・・etc)
 ※検索企業名までのご提供になります。検索部署・個人名のご提供はできません。

《料金体系》

1 セグメント	5 キーワード	5 万円/月額
---------	---------	---------

例)

競合A社 業界キーワードB 業界キーワードC 自社ブランドD 自社名E を1セグメントで出せますが検索キーワードが混ざります。

【1件毎カスタマイズ】～1通のDMに思いやりを～

HPを確認し1通毎にDM文章をカスタマイズしてDM配信を行います。



- ・売り込みたいであろうターゲット企業の商材名を記入することで返信率アップ
- ・代表者向けDMの際には社長名を記入
- ・HPより得られる情報からの文章作成になります
- ・カスタマイズは想定1行になります



フォームマーケティング料金表 ~プレミアムプラン~

GUTTO COMPANY PROJECT 2018

項目	サービス内容	数量	単位	金額
初期費用	【企画・MTG】 ・取材、コンセプト、ペルソナあぶり出し、取材内容フィードバック ・営業戦略設計 ・スタッフの準備と配信管理 【制作物】 ・DM作成 ・スケジュール用Googleアカウント共有、貴社受付メールの新規発行 ・弊社データベースからの配信先リスト作成	1	式	30万円
月額費用	・アポ取得報告(Googleカレンダーに入力・共有) ・DMブラッシュアップ ・メール返信対応(自動返信) ・配信管理、随時リスト追加作成 ※拠点管理費として、1拠点増加毎に2万円/月 ・マーケティングコンサルティングMTG(月1回)	1	月	20万円
アポ設定	・ 成功報酬型。案件毎で単価設定 (受付メールにてレスポンス共有)	1	件	4万円~10万円
オプション	・追電	1	コール	300円
	・追電によるアポイント設定(受付突破率高い)	1	件	25,000円
	・前日確認時の追加ヒアリング	1	件	5,000円
	・資料送付依頼の獲得。資料作成・送付はお客様にご担当いただきます	1	件	5,000円
	・受注、失注要因のヒアリングレポート作成、提出	1	件	5,000円



フォームマーケティング料金表 ～スタンダードプラン～

GUTTO COMPANY PROJECT 2018

項目	サービス内容	数量	単位	金額
初期費用	【企画・MTG】 ・取材、コンセプト、ペルソナあぶり出し、取材内容フィードバック ・営業戦略設計 ・スタッフの準備と配信管理 【制作物】 ・DM作成 ・スケジュール用Googleアカウント共有、貴社受付メールの新規発行 ・弊社データベースからの配信先リスト作成	1	式	30万円
月額費用	・アポ取得報告(Googleカレンダーに入力・共有) ・DMブラッシュアップ ・メール返信対応(自動返信) ・配信管理、随時リスト追加作成 ※拠点管理費として、1拠点増加毎に2万円/月	1	月	10万円
アポ設定	・ 成功報酬型。案件毎で単価設定 (受付メールにてレスポンス共有)	1	件	4万円～10万円
オプション	・追電	1	コール	300円
	・追電によるアポイント設定(受付突破率高い)	1	件	25,000円
	・前日確認時の追加ヒアリング	1	件	5,000円
	・資料送付依頼の獲得。資料作成・送付はお客様にご担当いただきます	1	件	5,000円
	・受注、失注要因のヒアリングレポート作成、提出	1	件	5,000円



フォームマーケティング料金表 ～入力代行プレミアムプラン～

GUTTO COMPANY PROJECT 2018

項目	サービス内容	数量	単位	金額
初期費用	【企画・MTG】 ・取材、コンセプト、ペルソナあぶり出し、取材内容フィードバック ・営業戦略設計 ・スタッフの準備と配信管理 【制作物】 ・弊社データベースからの配信先リスト作成	1	式	30万円
月額費用	・配信管理、随時リスト追加作成 ※拠点管理費として、1拠点増加毎に2万円/月 ・マーケティングコンサルティングMTG (月1回)	1	月	20万円
送信代行	・ターゲット企業HPのお問い合わせフォームに入力代行 ※初回請負単位3000通～、1000通ごとに文章変更可能。	1	通	100円
オプション	・ライティング	1	通	300,000円
	・追電によるアポイント設定 (受付突破率高くなる)	1	件	25,000円
	・前日確認時の追加ヒアリング	1	件	5,000円
	・受注、失注要因のヒアリングレポート作成、提出	1	件	5,000円



フォームマーケティング料金表 ～入力代行スタンダードプラン～

GUTTO COMPANY PROJECT 2018

項目	サービス内容	数量	単位	金額
初期費用	【企画・MTG】 ・取材、コンセプト、ペルソナあぶり出し、取材内容フィードバック ・営業戦略設計 ・スタッフの準備と配信管理 【制作物】 ・弊社データベースからの配信先リスト作成	1	式	30万円
月額費用	・配信管理、随時リスト追加作成 ※拠点管理費として、1拠点増加毎に2万円/月	1	月	10万円
送信代行	・ターゲット企業HPのお問い合わせフォームに入力代行 ※初回請負単位3000通～、1000通ごとに文章変更可能。	1	通	100円
オプション	・ライティング	1	通	300,000円
	・追電によるアポイント設定（受付突破率高くなる）	1	件	25,000円
	・前日確認時の追加ヒアリング	1	件	5,000円
	・受注、失注要因のヒアリングレポート作成、提出	1	件	5,000円

<アポイントの定義>

アポイントのお約束をした人物と面会できた場合、1件としてカウントする。

※何かの理由で日程変更しても、最終的に面会の時間を得られた場合もカウントする。

<アポイントにカウントされない場合>

先方の都合で約束していたアポイントがキャンセルになった場合。

※ただし、以下の場合は該当しない。

貴社の都合でアポイント時間を変更して、そのまま別日程の調整がつかずアポイントがキャンセルになった場合。これは貴社の営業担当の方の遅刻や、アポイントが長引いて約束時間に間に合わなかったことがきっかけで生じたアポイントキャンセルも含む。

<注意事項>

- ① 取得日を基に、成功報酬分として請求させていただきます。
- ② 万が一、御社の都合でアポ時間変更、日程調整が必要な場合、それを弊社で対応する際は一件につき下記料金を別途頂戴致します。
 - ・担当者 ¥ 5,000-/件
 - ・社長 ¥ 10,000-/件
- ③ アポイントにカウントされない場合(上記参照)が発生した時は、翌月のご請求より差し引きます。



プロジェクト運営にあたっての確認事項

GUTTO COMPANY PROJECT 2018

- 支払いはアウトソーシング業の為、原則プロジェクトスタート前のご入金になります。(消費税別)
成果報酬分につきましては、月末締め翌10日 or 当月20日締め月末払いとなります。(消費税別)
- 配信予定日に合わせて頂戴する事項(企業情報、リストなど)が遅れる場合は、
超過一日につき5000円をご請求します。
- 配信依頼日の5営業前に、必要書類一式の提出していただきます。
- リストの中に御社クライアントが入っていてトラブルになった場合は、一切の責任を負いません。
尚、配信中リストからの削除作業は、別途費用が発生いたします。
- レスポンスがあったにもかかわらず、対応しなかったことによるクレーム等は、一切の責任を負いません。
- 商談数、受注数などのデータは、プロジェクト運営管理の為頂戴いたします。
- レスポンス数については、事前打ち合わせで目標値を設定いたします。
その際、アポイント取得の可能件数も予め共有をお願いいたします。
- ライティング文章の著作権は弊社に帰属します。
- 契約期間は基本6ヶ月間といたします。
また、その後の延長につきましては1ヶ月間毎の自動更新となります。
- 契約期間中の場合でも、案件によっては弊社から契約を解除できる旨、予めご了承ください。
- 解約は前々月末までに申請していただきます。
緊急停止させる場合は、違約金として月額費用1ヶ月分と、さらに前月成果報酬実績金額の50%をお支払い頂きます。