Webマーケティングの新規顧客獲得の成功要因を調査

製造業のマーケティング担当者に聞いた！

Webマーケティングで新規顧客獲得に貢献した施策第3位「ウェビナー」を抑え、同率第1位は…？

製造業の新規顧客獲得に関する実態調査

テクノポート株式会社

Research Outline

調査概要

調査実施者
テクノポート株式会社

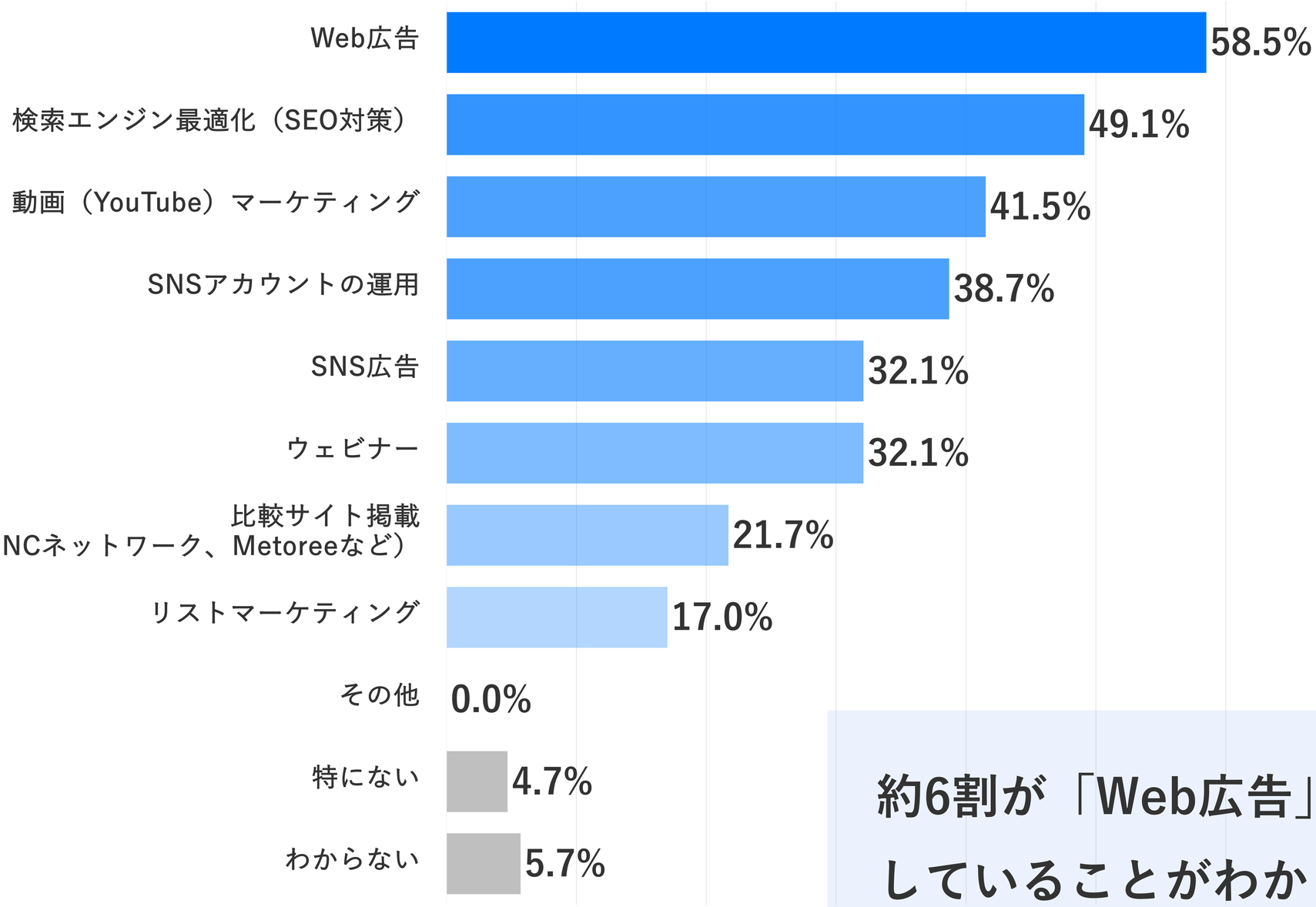
調査概要
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査

調査方法
IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画による
インターネット調査

調査期間
2024年2月26日～同年3月4日

有効回答
Webマーケティングを実施しているBtoB製造業（従業員数100名以上）の
マーケティング担当者・経営者・役員106名
※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100
とはなりません。

Q1 新規顧客獲得のために実施したことのあるWebマーケティング施策を教えてください。（複数選択）



約6割が「Web広告」を実施していることがわかりました。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=106

Q2　Q1で「特にない」「わからない」以外を回答した方にお聞きします。Q1で回答した以外に、新規顧客獲得のために実施したことのあるWebマーケティング施策があれば教えてください。（自由回答）

63歳　Web展示会。

61歳　コンテンツマーケティング。

64歳　セミナー。

50歳　ポスティング。

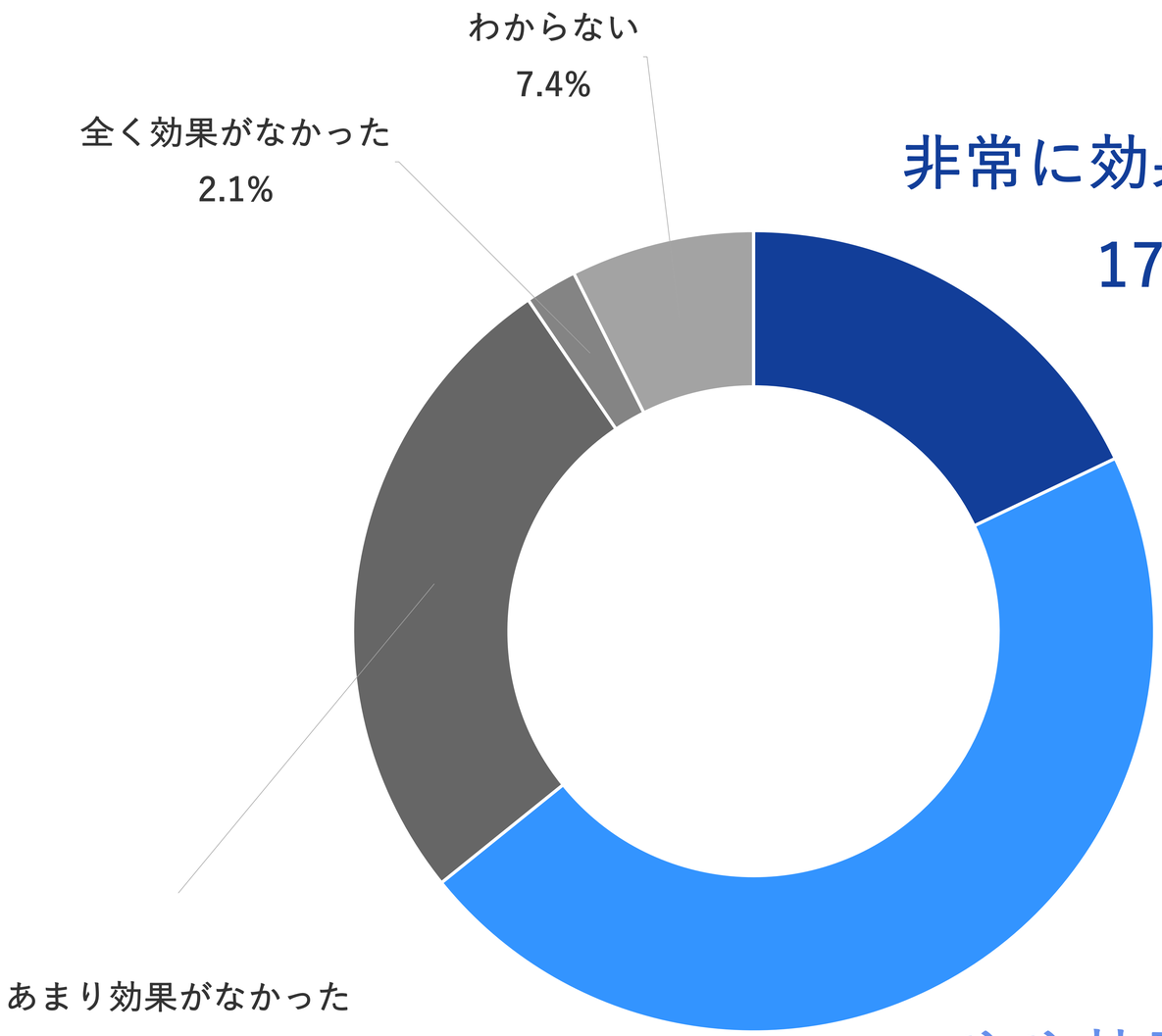
64歳　ホワイトペーパー。

37歳　MAツールの新規導入。

56歳　googleリスティング広告。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=95

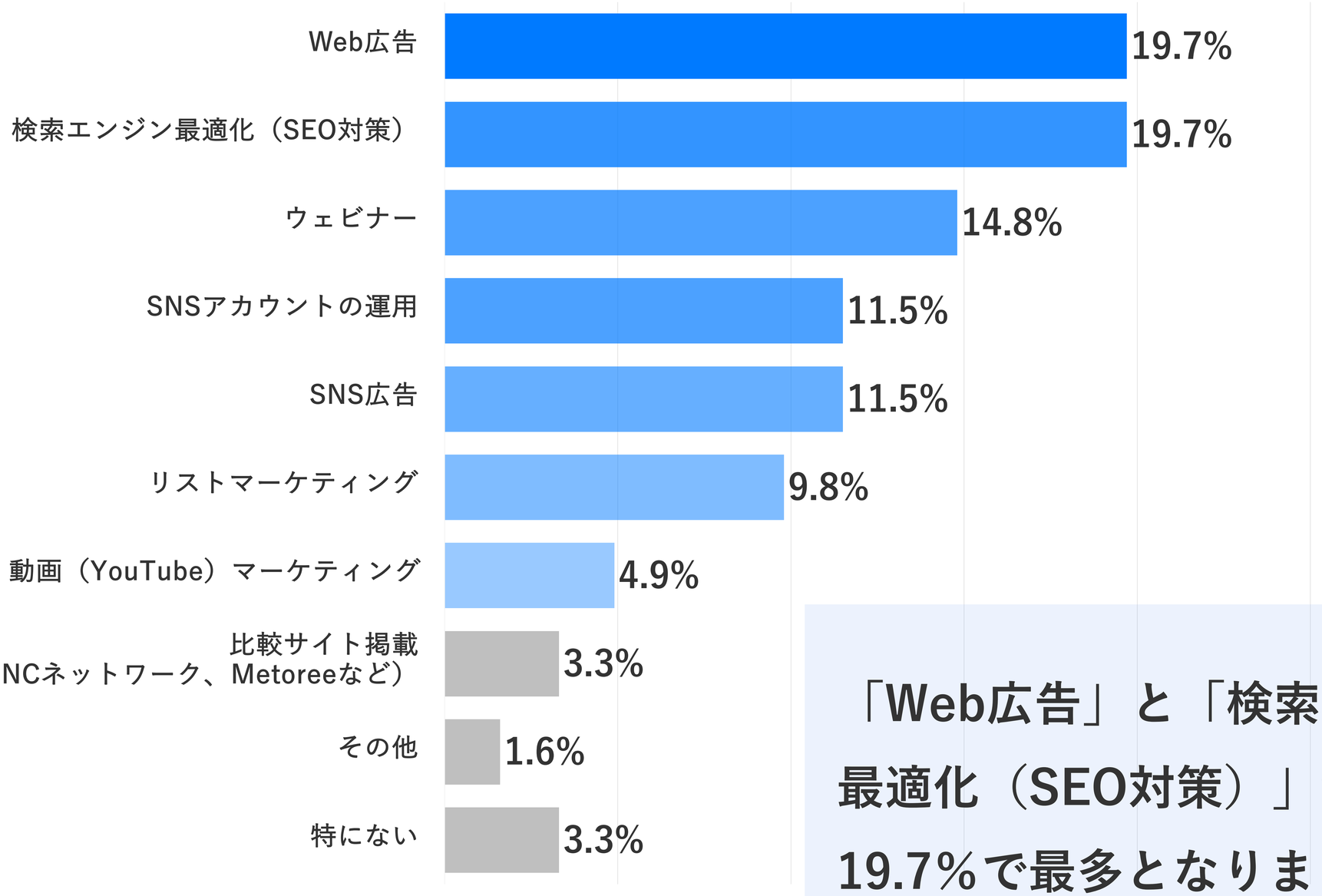
Q3 Q1で「特にない」「わからない」以外を回答した方にお聞きします。実施したWebマーケティング施策に効果はありましたか。



64.2%が、Webマーケティング施策の効果を実感していることがわかりました。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=95

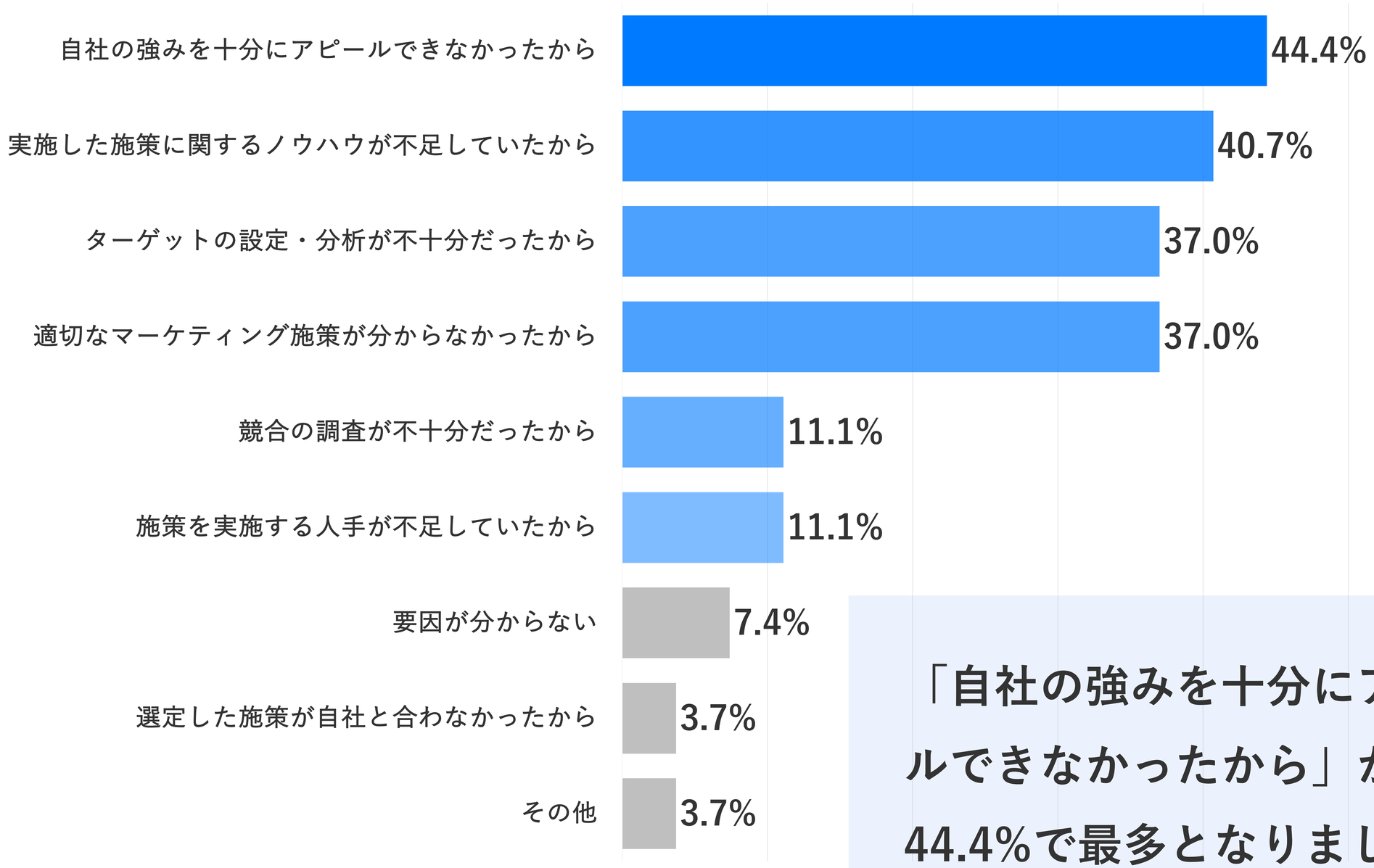
Q4 Q3で「非常に効果があった」「やや効果があった」と回答した方にお聞きします。Webマーケティング施策で最も新規顧客開拓に対する費用対効果の高かったものを教えてください。



「Web広告」と「検索エンジン最適化（SEO対策）」が同率19.7%で最多となりました。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=61

Q5 Q3で「あまり効果がなかった」「全く効果がなかった」と回答した方にお聞きします。効果が出なかった要因を教えてください。（複数回答）



「自社の強みを十分にアピールできなかったから」が44.4%で最多となりました。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=27

Q6　Q5で「要因が分からない」以外を回答した方にお聞きします。Q5で回答した以外に、Webマーケティング施策を行ったにもかかわらず効果が出なかった要因があれば教えてください。（自由回答）

65歳　ターゲットがあいまい。

53歳　コンサルティングの活用。

62歳　分析が困難。

53歳　BtoBのマーケティング活動は難しい。

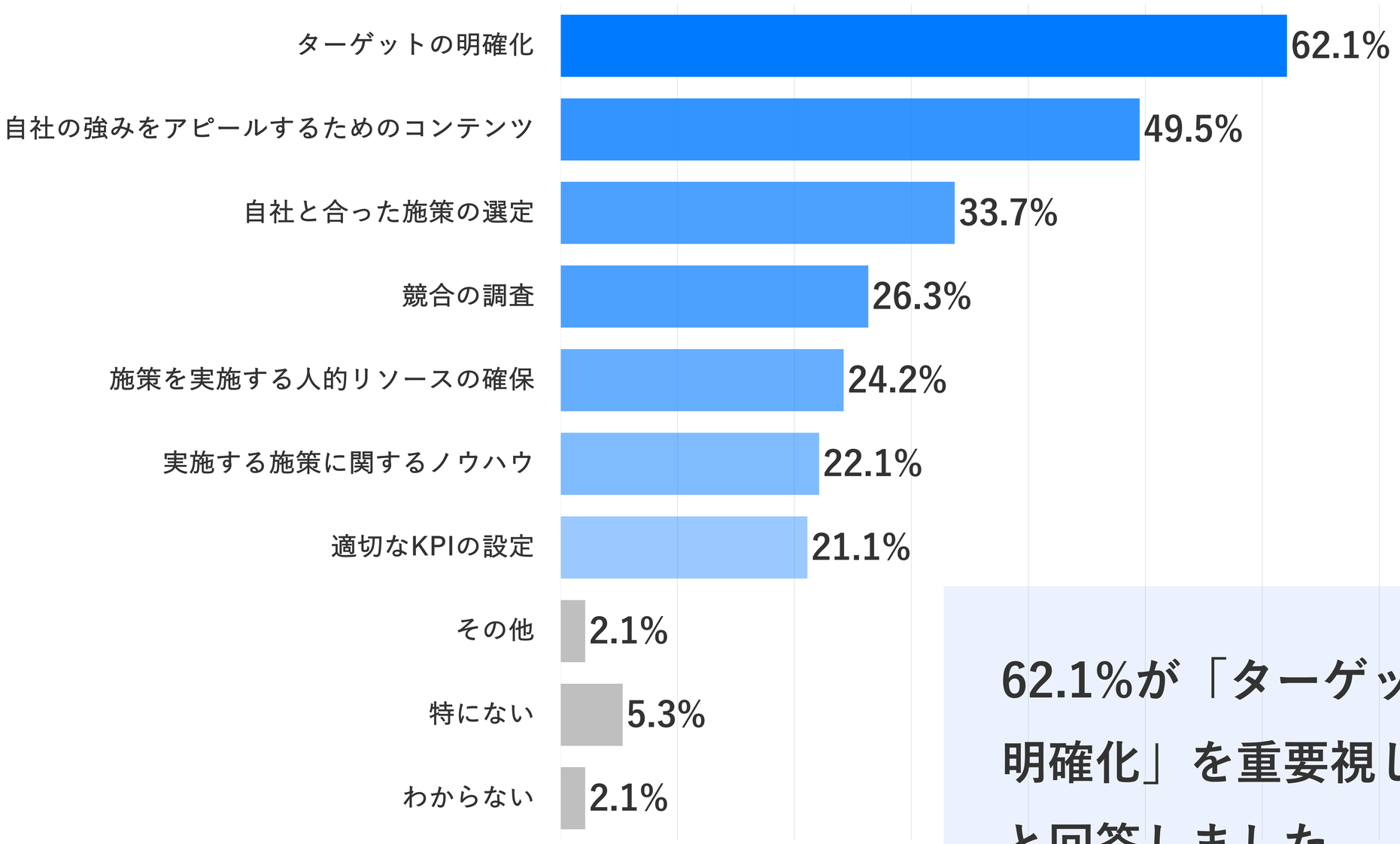
56歳　ターゲットの絞り込みができていなかった。

63歳　コンテンツの準備不足。

60歳　リーチが少なかった。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=25

Q7 Q1で「特にない」「わからない」以外を回答した方にお聞きします。Webマーケティングにおける新規顧客獲得の際に重要だと感じたことを教えてください。（複数選択）



62.1%が「ターゲットの明確化」を重要視していると回答しました。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=95

Q8　Q7で「特にない」「わからない」以外を回答した方にお聞きします。Q7で回答した以外に、Webマーケティングにおける新規顧客獲得の際に重要だと感じたことがあれば教えてください。（自由回答）

61歳　PDCA。

65歳　自社の強みを活かす。

60歳　顧客層に的確にリーチできるマーケティングの工夫。

64歳　顧客課題解決策提供。

59歳　フォローアップするマンパワー。

63歳　CSの把握。

37歳　CRMを活用した顧客のWEB行動の見える化。

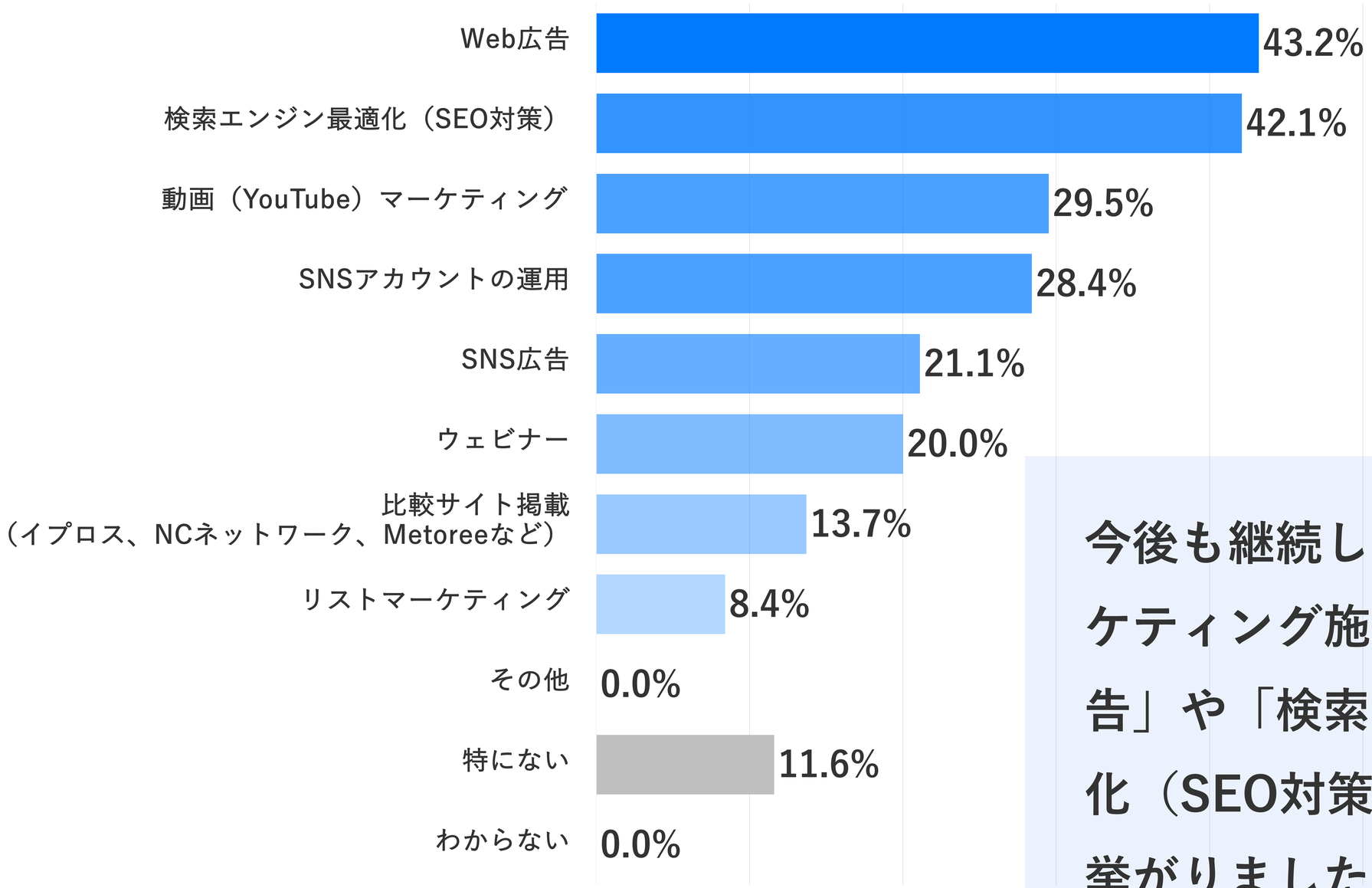
61歳　提携先の選定、パートナーとの連携。

56歳　ターゲットの明確化とどのように広告を出稿するのかの判断。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=88

Q9

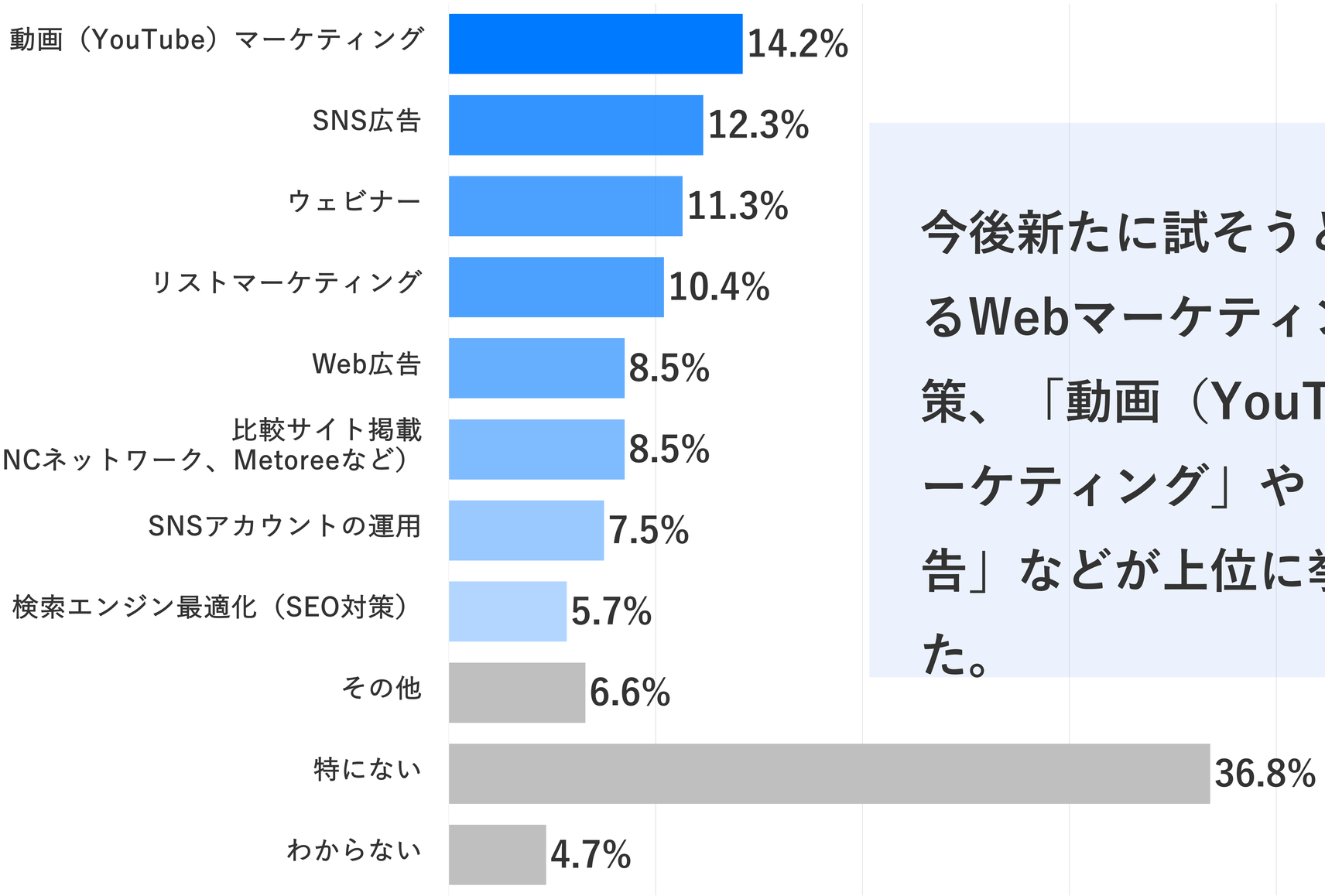
Q1で「特にない」「わからない」以外を回答した方にお聞きします。新規顧客獲得を実施していく上で、成果が期待できるため今後も継続していきたいと考えているWebマーケティング施策があれば教えてください。（複数選択）



調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=95

今後も継続したいWebマーケティング施策、「Web広告」や「検索エンジン最適化（SEO対策）」などが挙がりました。

Q10 新規顧客獲得を実施していく上で、今後新たに試そうと考えているWebマーケティング施策を教えてください。（複数選択）



今後新たに試そうと考えているWebマーケティング施策、「動画（YouTube）マーケティング」や「SNS広告」などが上位に挙がりました。

調査期間：2024年2月26日～同年3月4日
製造業の新規顧客獲得に関する実態調査｜n=106

テクノポートについて

テクノポートは、主に製造業や技術系の企業を対象に、Webを中心にしたマーケティング支援を提供しております。
技術の可能性を最大限に引き出すために、目的や業態に応じたソリューションを提供し、新しい取引先の獲得や技術の新しい用途の開発などを支援することでビジネスの拡大に貢献しております。

【国内向けのWebマーケティング】
製造業のサプライヤーやメーカーが新規顧客を獲得するための活動を全般的にサポートしております。活動状況や課題を丁寧にヒアリングし、お客様の課題を解決する提案を行っております。

【海外向けのWebマーケティング】
外国語Webサイトを活用し、海外の市場への進出や販路開拓を支援しています。
国外の拠点の有無に関係なく、海外市場でのビジネス展開が可能となっております。

詳しくはこちら：https://marketing.techport.co.jp/

Contact

お問合せ

企業名
テクノポート株式会社

TEL
050-3161-5629

MAIL
info@techport.co.jp

WEB
https://techport.co.jp/

会社住所
〒108-0075
東京都港区港南1-8-15 Wビル2F
LIBPORT品川