

シヤコウ

目次

chapter01

株式会社シャコウに関して

chapter02

BtoBマーケティングをどう考えるか

chapter03

ホワイトペーパーマーケティングの有効性

chapter04

BtoBマーケ～ISの定額制BPaaSモデル Succeed BtoB

chapter05

ホワイトペーパーに特化したノーコードCMS 「White Lake」

chapter06

完全無料でリードを獲得できるBtoBメディア 「White Radar」

chapter07

お知らせ

chapter01

株式会社シャコウに関して

Drive **BtoB** growth with shared knowledge.

知の共有でBtoBビジネスをグロースする



会社概要

代表取締役CEO

太田 翔葵



@shakou_shoki



<https://www.facebook.com/shoki.ota.10/>

2017年明治大学入学後、創業直後のスタートアップにてwebディレクターに従事。500万PVクラスのメディアグロースに貢献。予算1億の事業責任者として、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。2022年2月に株式会社シャコウ創業し、BtoBに特化した伴走型マーケティングカンパニーとして中小企業からエンタープライズまで幅広く支援。2023年4月にホワイトペーパーを起点とした、BtoB SaaSの開発・運営を行う株式会社White Lakeを設立。



外部CDO

小関 優人

大学生の時に事業家を志し、リクルートやスタートアップで複数の新規事業開発（BizDev）に従事。大学卒業後、株式会社LITALICOでプラットフォームビジネスの立ち上げに参画。その後フリーランスを経て、BtoBスタートアップのsoucoにCXO（Chief eXperience Officer）として参画し、プロダクト全体の体験・クリエイティブを統括した。2022年にNui株式会社を設立し、伴走型デザインサービスを提供。



株式会社wacul（東証グロース）の研究パートナーも兼任

WACUL TECHNOLOGY & MARKETING LAB

2019.11.13
研究パートナー

WACULテクノロジー&マーケティングラボは研究活動の“スピード”と“深さ”の強化の一環で、多面的な情報と視点を研究活動に取り入れるべく、「研究パートナー制度」を設けています。

研究パートナーは、デジタルマーケティングのより幅広い分野のエキスパートにより構成され、それぞれの得意とする分野における勝ちパターンの開発・提供を、WACULのビッグデータや分析アルゴリズムといった基盤を活用しながら共に行っていきます。

太田翔葵



1997年生まれ。明治大学中退。
2017年大学入学と同時に、創業直後のスタートアップにてwebディレクターに従事。seoを軸に0から月間500万PVクラスのメディアグロースに貢献。その後、予算1億の事業責任者として、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。2022年2月に株式会社シャコウ創業し、BtoBに特化した伴走型グロースカンパニーとして、戦略・実行・クリエイティブ・ファイナンスの4面での総合的な支援を行っている。

取締役COO

木戸 堅斗

2016年に東京理科大学に入学後、スタートアップにて、SEOディレクターとして月商1000万円規模のメディアヘグロース。太田と共に、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。その後、広告代理店にて、主にD2C事業を展開する企業を支援。フリーランスを経て、株式会社シャコウを2022年2月に共同創業。2023年4月にホワイトペーパーを起点とした、BtoB SaaSの開発・運営を行う株式会社White Lakeを設立。



@shakou_kento



<https://www.facebook.com/kido.kento>





戦略・実行・クリエイティブの
三位一体がシャコウの強み

BtoB Strategy Studio

BtoBマーケティングの王道ロジックに当てはめ、貴社サービスの強みを活かした「勝ちパターン」の創出を行う。正しい戦略設計を行うことで貴社の進むべき道を明らかにする。



- BtoB上流戦略設計
- BtoB伴走型コンサルティング

BtoB Execution Studio

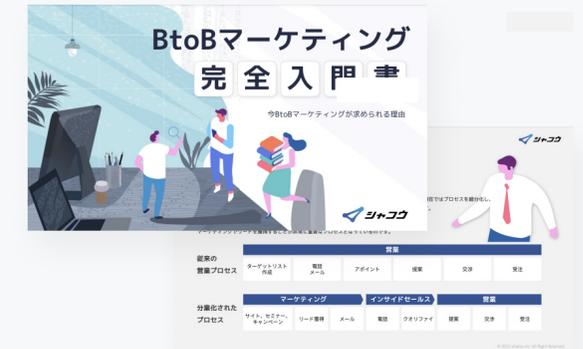
正しい戦略設計を忠実に実行することで、最速で結果を出すことにコミットする。オペレーションと高速PDCAで、貴社の事業グロースに貢献する。



- コンテンツSEO支援
- ホワイトペーパー制作支援
- 運用型広告配信

BtoB Creative Studio

企業の意志決定をするのは、人という思想のもと、顧客担当者の心を動かすクリエイティブで貴社の事業価値を正しく届ける。ロジックとクリエイティブの調和で貴社の強みを最大化します。



- BtoBサイト制作
- CRO・LP制作

BtoB商材の勝ちパターンを設計し、実行までコミット

リード獲得から受注までのベストプラクティス

担当部署



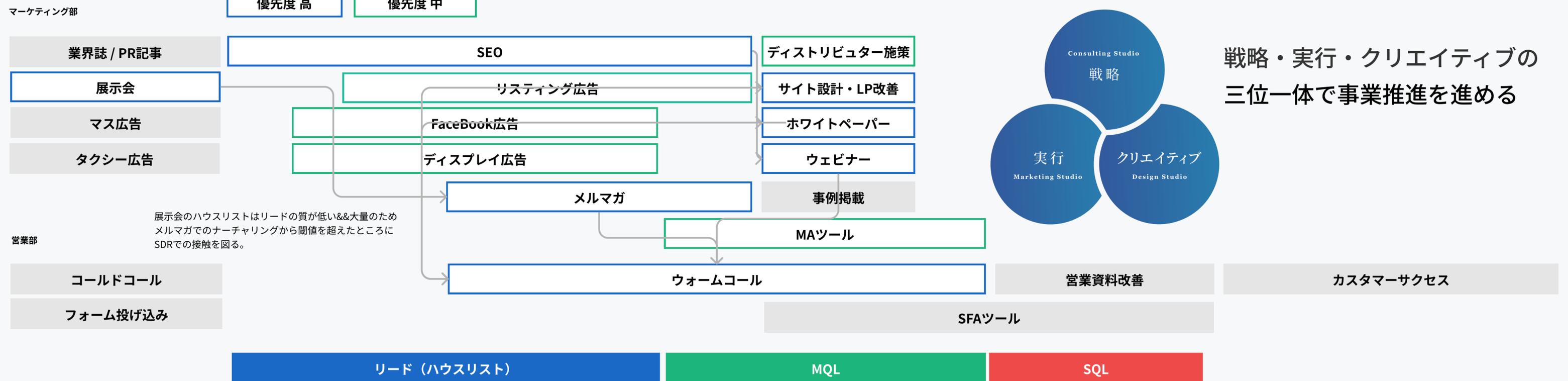
ユーザーフェーズ



KPI例

第一想起率 サイト接触数・訪問数 リード獲得数（ハウスリスト） MQL・アポ数（アポ数/リード） SQL獲得数（商談化数/アポ数） 受注率（受注数/商談化数） 継続率・LTV・クロスセル

部署別の施策



BtoBマーケティング・セールスの簡易分析から上流設計・実務支援まで一貫して対応

BtoBアセスメント（無料分析・簡易分析）

BtoBマーケティングに課題があるかどうかを無料で分析

株式会社XXXX様
BtoBマーケティング無料分析
ご報告書

WhiteLake

CONFIDENTIAL

EO流入
873
3,061

デバイス	セッション	エンゲージメント	CPA
desktop	5,325	54.0%	0.5%
mobile	7,865	51.3%	0.2%
tablet	150	52.7%	0.0%

競合サイトのドメインランクと比べるとビハインドしている。また、トラフィックにおいても競合企業Aに大差をつけられている。

P27

P28

BtoB上流戦略設計コンサル

サービス・商材特性に応じたBtoBマーケティングの勝ちパターン設計

勝ちパターンを描き実行にコミットする

BtoBリード獲得のベストプラクティスからKPIが決定される

サービスの分類
プラクティス（王道戦略）はサービスの型で決まる

Money forward クラウド
freee
WANTEDLY
ビザスク

omron
P11

エンタープライズ
P10

デバイス
17,587
エンゲージメント率
53%

個別施策支援（実務支援）

ホワイトペーパー支援

コンテンツSEO支援

運用型広告支援

サイト・LP制作支援

etc

BtoBホワイトペーパーマーケティングの重要性

顧客はホワイトペーパーによって効率的な情報収集と情報整理を実現

オウンドメディア活用支援 | コンテンツ制作 構成案例

ターゲットと媒体ごとの運用型広告の戦略

クリエイティブなホワイトペーパー制作と集客部分の運用も「丸投げ」

BtoB LPIに必要な6つの基本要素

WhiteLake

P09

P38

P13

P09

シャコウと他社の違い

支援会社	 シャコウ	コンサルティング会社	マーケティング支援会社	制作・デザイン会社
BtoBに対する理解	◎	○	△	△
戦略設計能力	◎	◎	△	×
実務推進力・実行力	◎	△	○	○
クリエイティブ力	○	△	△	◎

SaaS プロダクト：White Lake

ホワイトペーパーに特化した

ノーコードCMSで BtoBリード獲得を加速

特徴
01



自社サイト内で独自の
ホワイトペーパーダウンロード
フォームを設置

自社サイト内にホワイトペーパーをDLする
フォームがなくても大丈夫。開発不要でDLペー
ジが自動生成されます。

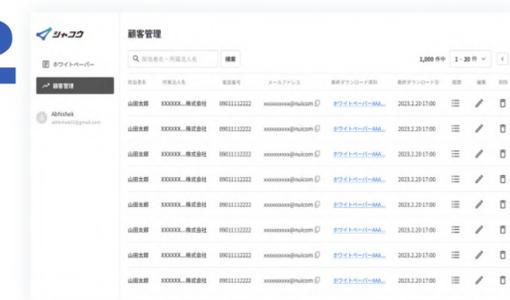
特徴
03



管理画面から3分で
ホワイトペーパーを公開

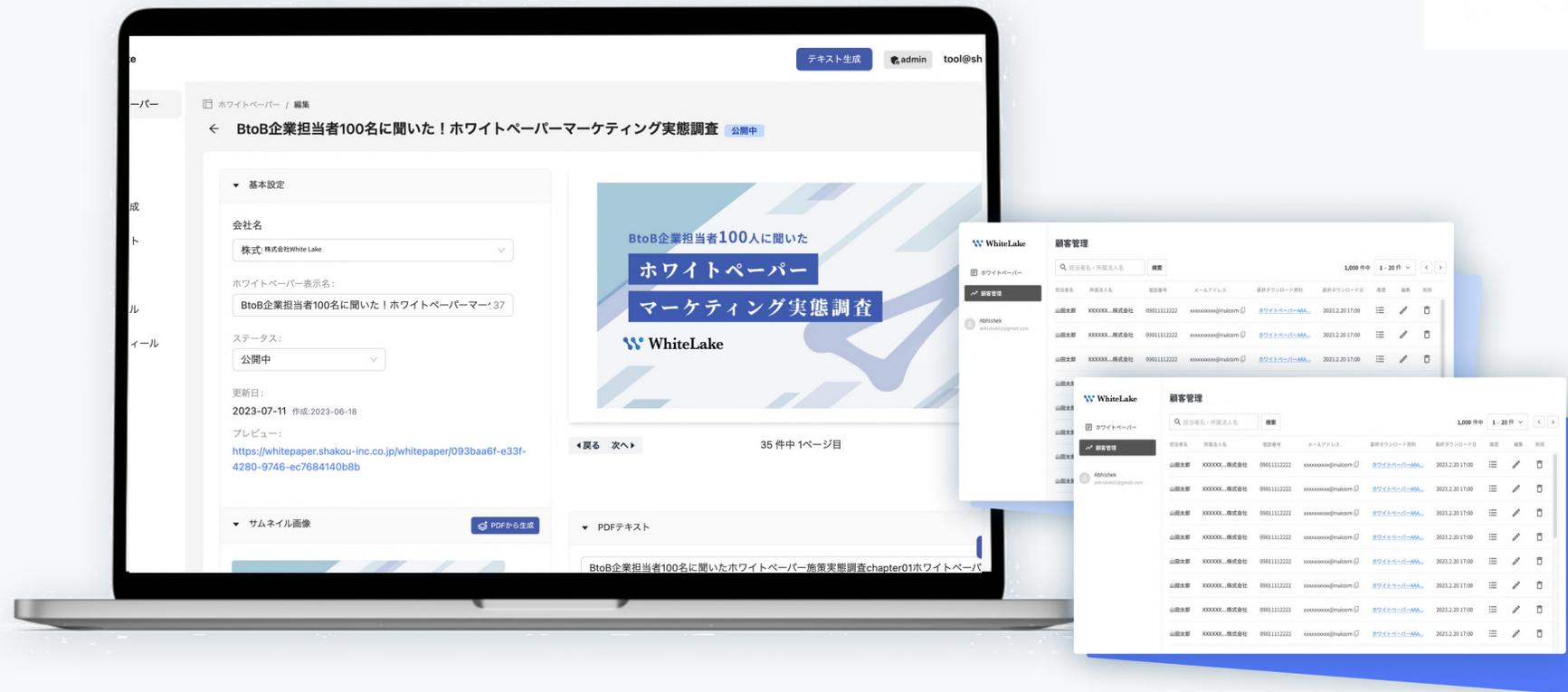
ホワイトペーパーの制作完了後、直感的なUIで最
短3分で入稿まで完了。すぐに集客を始められま
す。

特徴
02



獲得したリードは
管理画面からすぐに確認

ホワイトペーパーで獲得したリード情報は管理画
面上からすぐに確認可能。マーケから営業担当ま
で幅広く活用できます。



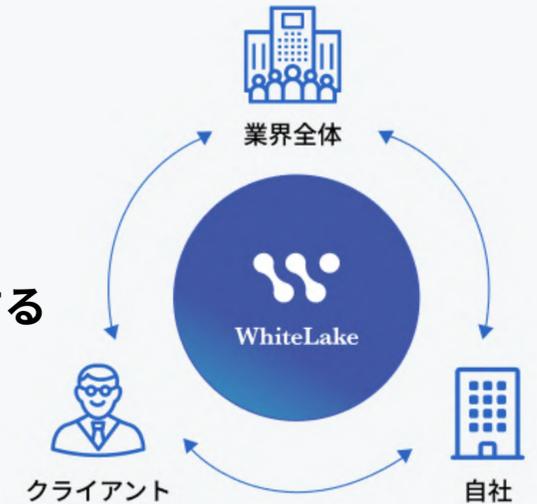
BtoB メディア：White Radar

ホワイトペーパー・サービス資料に特化した

完全無料で使える BtoBリード獲得メディア



BtoB業界の暗黙知をゼロにし、
エンドユーザーへの価値を最大化する



特徴

01

サービス資料・ホワイトペーパーを登録するだけで今すぐリード獲得

特徴

02

価値ある情報を必要なユーザーにだけ届けるエコシステムを実現する

特徴

03

一括資料請求モデルによる営業リソースの無駄遣いを完全撤廃する

Succeed BtoB（今後提供予定サービス）

BtoBマーケティングからISでのアポ供給までをBPaaS（SaaS + BPO）で一貫して提供

マーケティングのBPO領域



名前: 山岡 幹久
年齢: 45才
性別: 男性
役職: 課長
所属部署: DX推進課
部下・チーム: 10名
勤続年数: 23年
事業: 通信キャリア

抱える課題
抱えている課題
プロダクトの成長に当たって、データの分析の重要性が高いフェーズ。GCPなどインフラの構築からデータ分析まで自社で行うことも可能だが、エンジニアのリソース的にサービス開発の方へコミットしたい。またサービスも大きくなってきたため、インフラ・セキュリティ周りに対して外部の監査も入れたいと考えている。

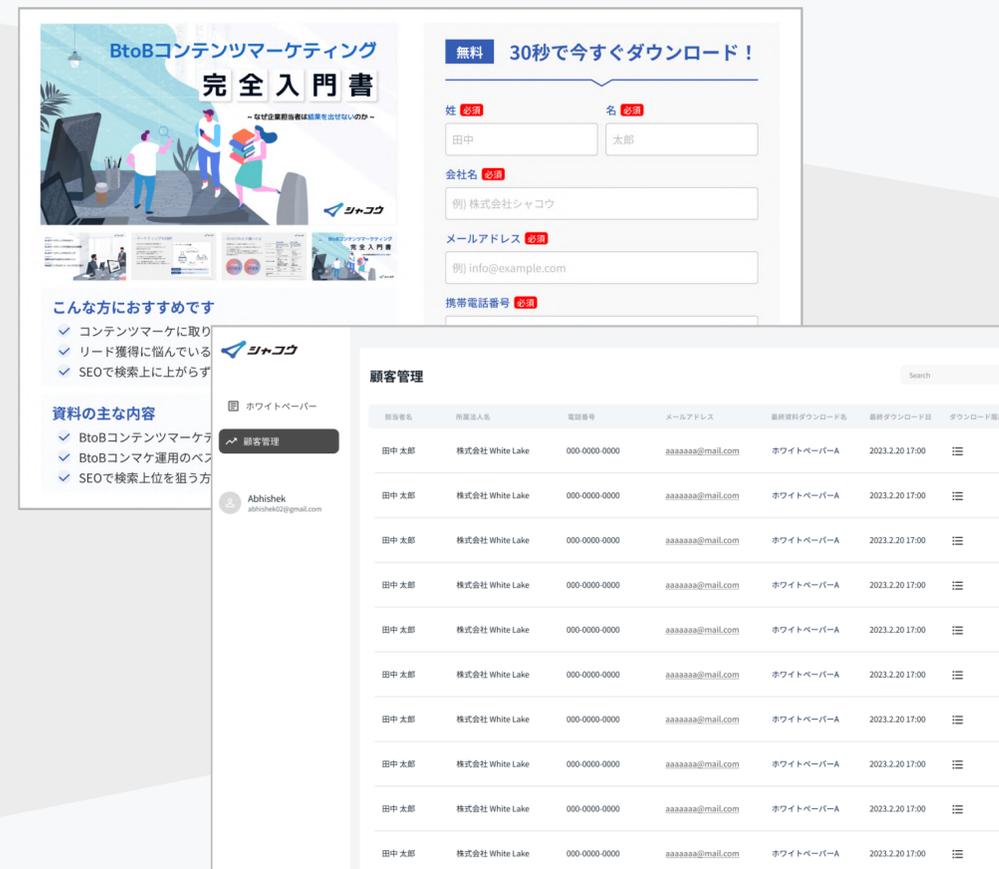


BtoBコンテンツマーケティング
完全入門書
～なぜ企業担当者は結果を出せないのか～



BtoBマーケ戦略設計から制作・運用まで代行

SaaS領域



BtoBコンテンツマーケティング
完全入門書
無料 30秒で今すぐダウンロード！

姓 田中
名 太郎
会社名 株式会社シャコウ
メールアドレス info@example.com
携帯電話番号

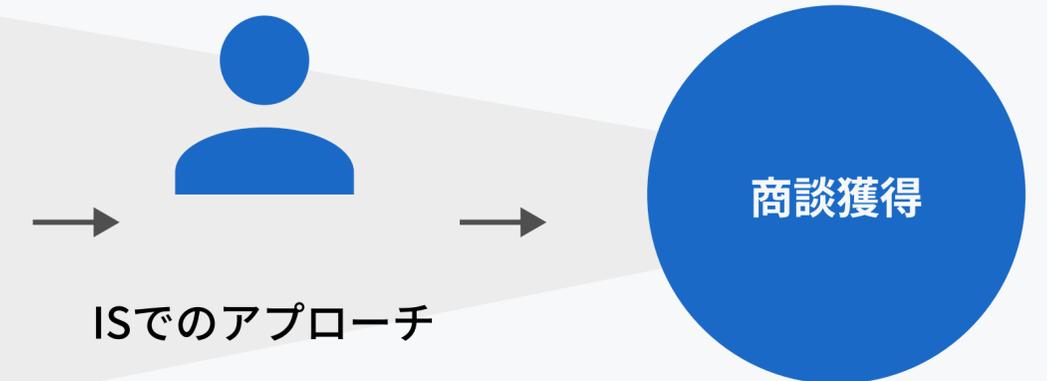
こんな方におすすめです
✔ コンテンツマーケティングに取り組みたい
✔ リード獲得に悩んでいる
✔ SEOで検索上位を狙う方

資料の主な内容
✔ BtoBコンテンツマーケティングの完全入門書
✔ BtoBコママ運用のベストプラクティス
✔ SEOで検索上位を狙う方

顧客名	所属法人名	電話番号	メールアドレス	最新資料ダウンロード日	最終ダウンロード日	ダウンロード履歴
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	

コンテンツ管理・リード獲得をSaaSで運用

インサイドセールスのBPO領域

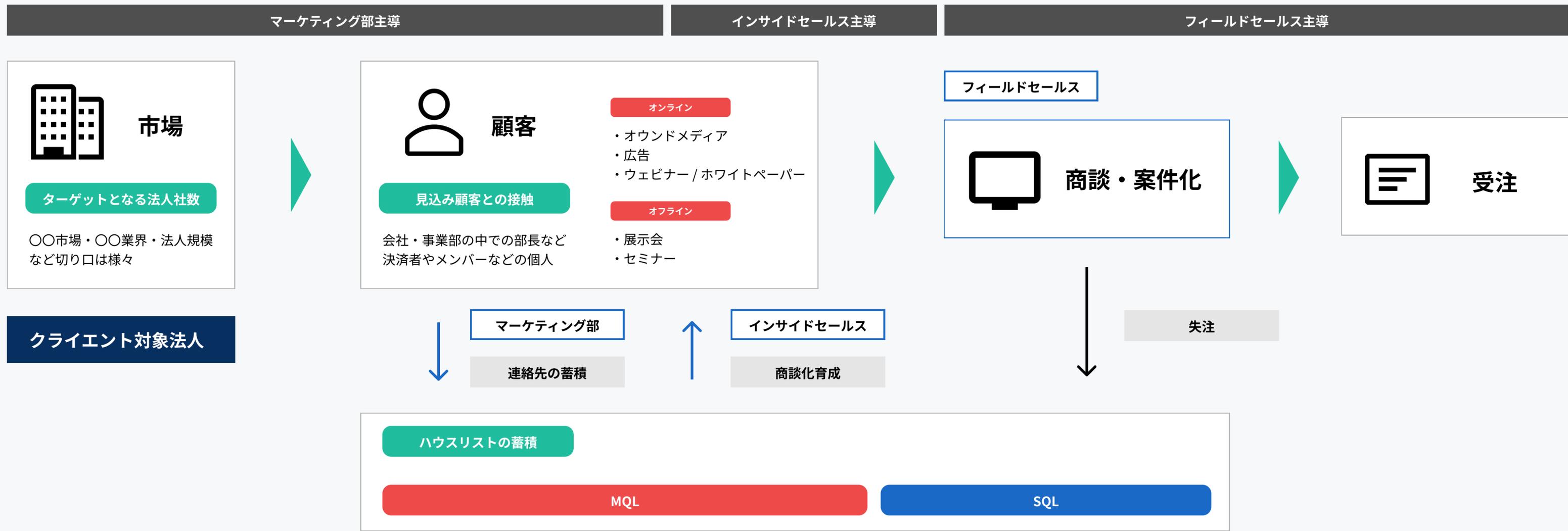


アポ取得のセールス業務の代行

chapter02

BtoBマーケティングをどう考えるか

BtoBの受注サイクルはリード獲得・商談化育成・受注の3段階



BtoBリード獲得のベストプラクティス（王道戦略）はサービスの型で決まる

BtoBマーケティングの4象限例

多い
↑
カテゴリ想起
↓
少ない

「ERP」「営業管理システム」など一般ワードが存在するが、エンタープライズ向け商材の市場。ABM的なアプローチとBDRによるアウトバウンドを中心のマーケティングが有効。

専門商材などカテゴリワードが存在しない高単価・エンタープライズ向けの市場。ABM的なアプローチとBDRによるアウトバウンドを中心のマーケティングが有効。

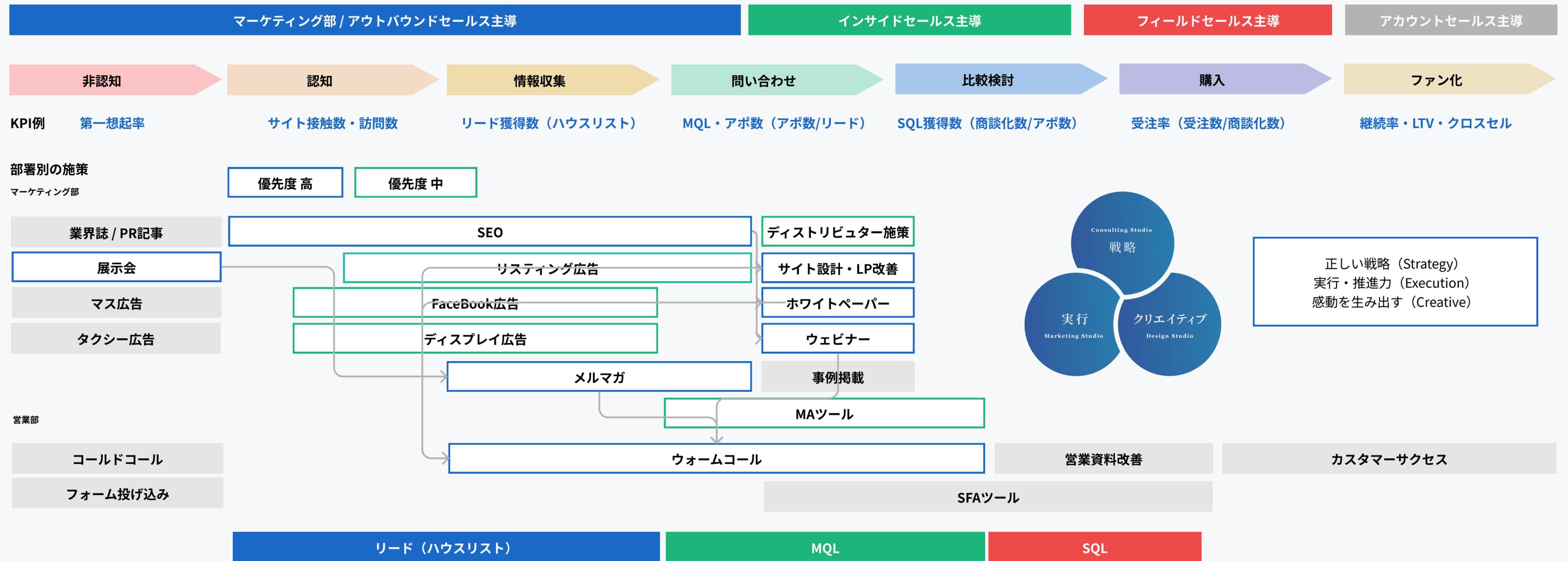
「会計」「経費精算」など一般ワードが多数存在し、エンプラ～SMBまで対象顧客が幅広い商材の市場。リードジェネレーション的なアプローチをthe Model的な組織体制によるBtoBマーケティングが有効。

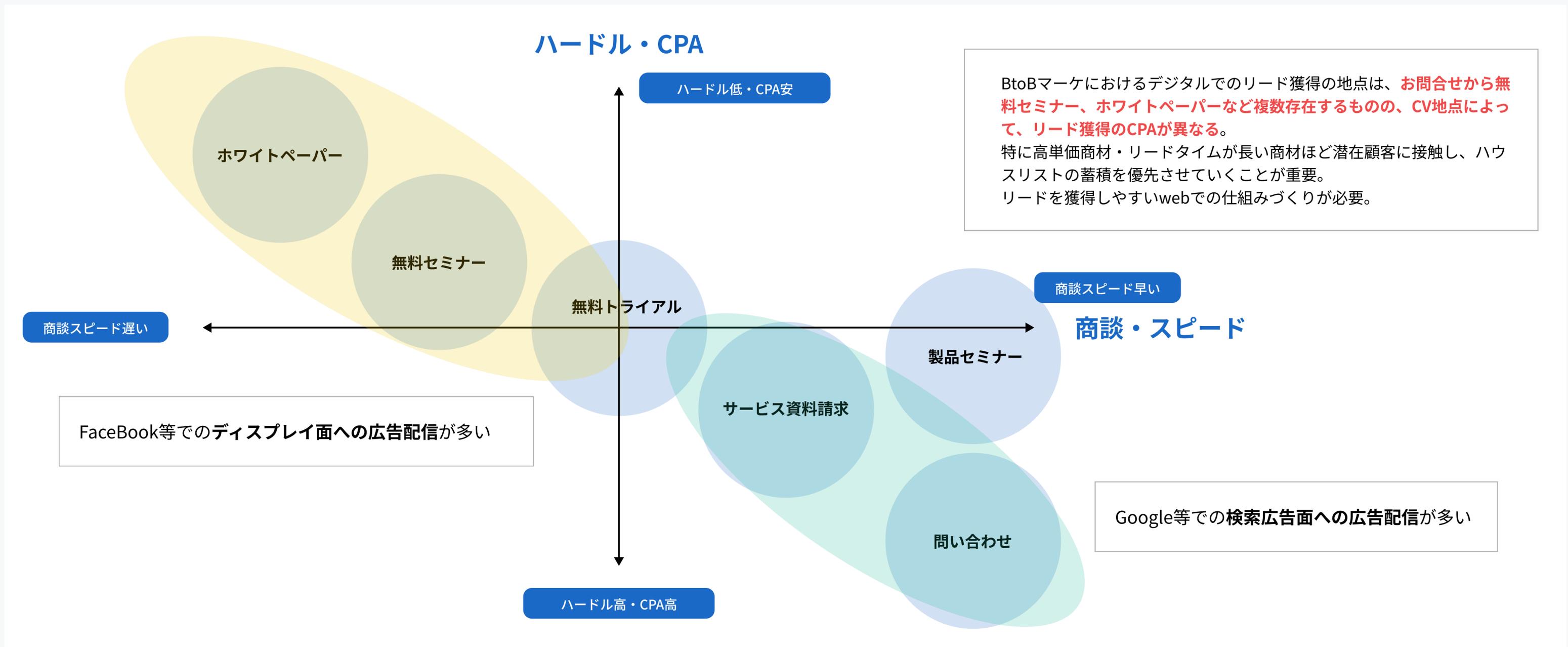
一般ワードが存在せず、エンプラ～SMBまで対象顧客が幅広い商材の市場。量に寄せたBDR的なアプローチ（営業代行など）とカテゴリでの新ジャンルを作り出すPRに寄ったマーケティング試作が有効。

エンタープライズ ←——— ストラテジーターゲット数（対象顧客数） ———→ ミッド・SMB
 高い ←——— 1社あたりの売上 ———→ 低い

勝ちパターンを描き実行にコミットする

BtoBリード獲得のベストプラクティスからKPIが決定される





chapter03

ホワイトペーパーマーケティングの有効性

情報量が増え、デジタル化が進んだことでマーケティングのプロセスは変化した



	営業					
従来型の営業手法	リスト作成	電話 メール	アポイント	提案	交渉	受注
分業された営業手法	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	
	ターゲティング アプローチ	リード獲得	リード フォロー	リード クオリファイ	提案 交渉	受注

マーケットにおける顧客行動の変化

インターネットの一般化でBtoBにおける購買プロセスも変化している。顧客は能動的に情報収集を行うようになっており、意思決定プロセスも長期化している。商談化する頃には半分以上のプロセスが完了している状況。

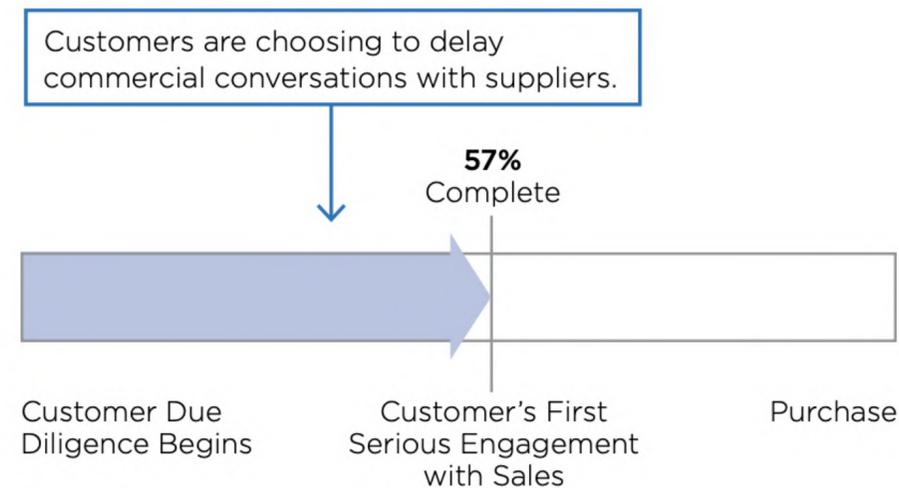
BtoB営業は分業体制へとシフト

より効率的な受注を目指して、BtoB営業は、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の分業体制が一般的になった。能動的に情報を求める顧客との接点を持つことが非常に重要となった。

BtoBマーケティングが重要視される背景

57%ルール：顧客と初めて商談を行うまでに購買プロセスの57%は完了している

Figure 1: Degree of Progress Through the Purchase Process Before Engaging Sales
Customer Average



初めての商談までに57%の購買の意思決定は完了している

顧客は営業と初めて商談を行うまでに能動的な情報収集を行う。そのため意図的に商談を送らせている傾向にある。



ホワイトペーパーはBtoBマーケティングのあらゆる施策との掛け合わせができる汎用性のある施策

参考： <https://lladocomunicacion.com/wp-content/uploads/2013/07/digital-evolution-in-b2b-marketing.pdf>

顧客はホワイトペーパーによって効率的な情報収集と情報整理を実現



BtoBマーケティング完全入門書

今BtoBマーケティングが求められる理由

また、SMBの市場においては事業の担当者などがネット上で能動的に情報を求めるため、マーケティングでリードを獲得することが非常に重要なプロセスとなっているのです。

	営業					
従来の営業プロセス	ターゲットリスト作成	電話メール	アポイント	提案	交渉	受注

	マーケティング	インサイドセールス	営業					
分業化されたプロセス	サイト、セミナー、キャンペーン	リード獲得	メール	電話	クオリファイ	提案	交渉	受注

© 2022 shakou inc. All Right Reserved

BtoB企業

- 法人企業 単価高 (10~1,000万)
- 個人 単価低 (10~100万)

BtoC企業

- 年齢、性別、趣味趣向、地域など属性単位で絞り込む

アウトバウンド

- 電話、メール
- インバウンド
- セミナー
- サイトからの問い合わせ

アプローチの仕方

- 新技術
- 業界でのトレンド情報
- 仕様/価格
- 導入/成功事例
- 業績を達するために必要な検討材料となる情報

顧客の求める情報

- シーズントレンド
- 話題性
- ブランド力
- 口コミ
- 世界観
- 情緒的な情報

営業部門

- マーケティング部門
- 広報部門

潜在的顧客層の規模

- 小~中
- 小~大

© 2022 shakou inc. All Right Reserved

ホワイトペーパーを読む顧客のメリット

01

専門性が高く質の高い情報にアクセスできる

検索して出てくるような記事とは違い、専門性の高い内容が書かれているため、信頼できる情報にアクセスできる。

02

網羅的に情報がまとまっているため、情報収集にかかる時間を短縮できる

テーマに対して質の高い情報がまとまっているため、他の情報を探すという手間を省ける。情報収集にかかる時間を大幅に短縮することが可能。

03

物理的な制約がない（時間や場所に捉われない）

ウェビナーやイベントなどの物理的な制約が発生しないため、顧客は自分が好きなタイミングで情報にアクセスできる。

ホワイトペーパーと他のBtoBマーケティング施策との比較

マーケティング上ホワイトペーパーの効果が高く、他のBtoBマーケ手法と掛け合わせが可能

	リーチ母数	リードの質	CPA・顧客獲得ハードル	商談化スピード	ホワイトペーパーとの連動	備考
ホワイトペーパーマーケティング	△ ~ ◎	○	○ ~ ◎	△	—	他の施策との掛け合わせの幅が広く調節が可能。
コンテンツマーケティング	△	○	○	△	◎	潜在層のユーザーに対してCV地点がホワイトペーパーは相性が良い。
広告施策	◎	○	△	◎	◎	CPAを調整するCV地点としてホワイトペーパーは貢献度が高い。
展示会・ウェビナー	○	△	○	△	△	展示会で獲得したリードに対するフォローなどで連動施策が可能。
メルマガ・CRM	△	◎	◎	◎	◎	ハウズリストに対するナーチャリングで連動施策の相性が良い。

chapter04

BtoBマーケ～ISでのアポ獲得までを実現する 定額制BPaaSモデル Succeed BtoB

BtoBマーケティングからISでのアポ供給までをBPaaS（SaaS + BPO）で一貫して提供

マーケティングのBPO領域



名前: 山岡 幹久
年齢: 45才
性別: 男性
役職: 課長
所属部署: DX推進課
部下・チーム: 10名
勤続年数: 23年
事業: 通信キャリア

抱える課題
社内向
デ
ー
リ
、
い
く
づ
く
G
P
は
な

名前: 中山大河
年齢: 38才
性別: 男性
役職: CTO
所属部署: 開発チーム
部下・チーム: 30名
勤続年数: 6年
事業: ITサービス
業績: 20億
従業員数: 120人

抱えている課題
プロダクトのリリースに当たって、データの分析の重要性が高いフェーズ。GCPなどインフラの構築からデータ分析まで自社で行うことも可能だが、エンジニアのリソース的にサービス開発の方へコミットしたい。またサービスも大きくなってきたため、インフラ・セキュリティ周りに対して外部の監査も入れたいと考えている。

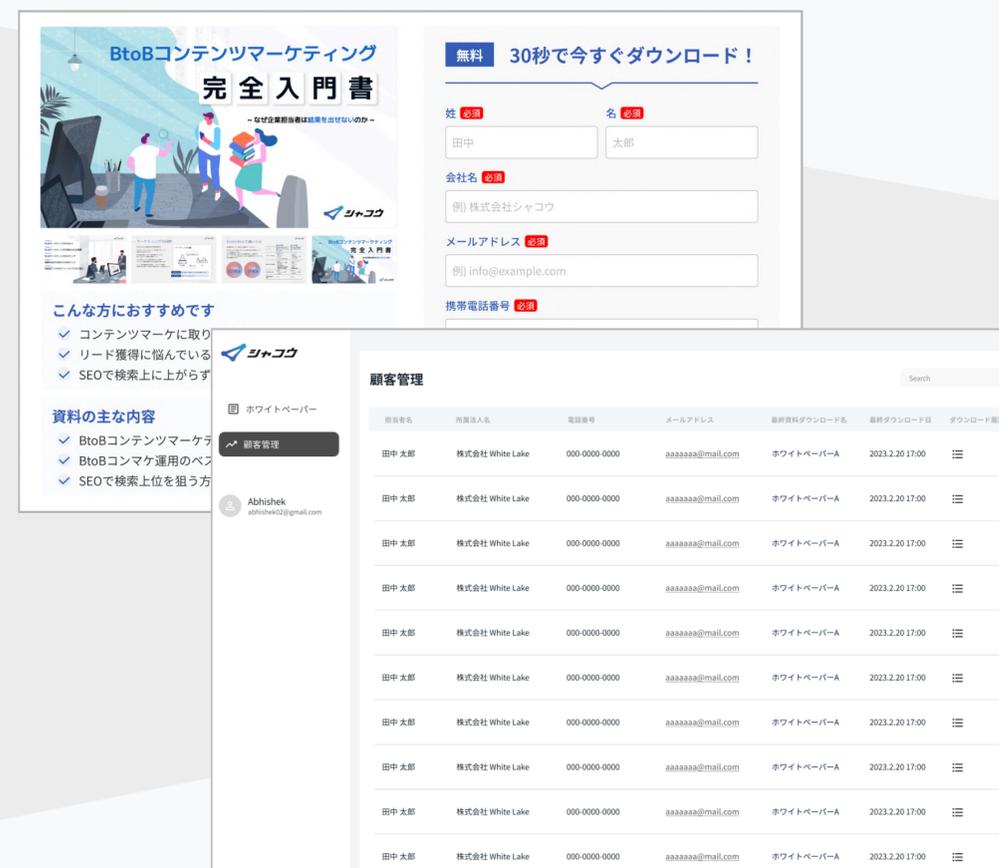


BtoBコンテンツマーケティング
完全入門書
~なぜ企業担当者は結果を出せないのか~



BtoBマーケティング戦略設計から制作・運用まで代行

SaaS領域



BtoBコンテンツマーケティング
完全入門書
無料 30秒で今すぐダウンロード!

姓 名

会社名

メールアドレス

携帯電話番号

こんな方におすすめです

- ✓ コンテンツマーケティングに取り組みたい
- ✓ リード獲得に悩んでいる
- ✓ SEOで検索上位を狙う方

資料の主な内容

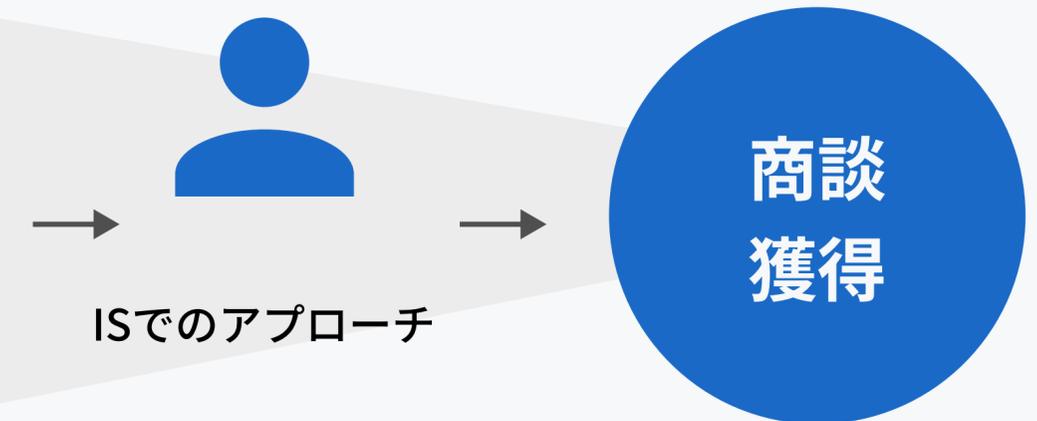
- ✓ BtoBコンテンツマーケティングの活用方法
- ✓ BtoBコマンド運用のノウハウ
- ✓ SEOで検索上位を狙う方法

顧客管理

顧客名	所属法人名	電話番号	メールアドレス	最新資料ダウンロード日	最終ダウンロード日	ダウンロード履歴
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	☰

コンテンツ管理・リード獲得をSaaSで運用

インサイドセールスのBPO領域



アポ取得のセールス業務の代行

優秀なBtoB人材の獲得とオンボーディングコストは非常に高い

自社でBtoB人材を自社雇用する場合

BtoBマーケター（プロレベル）：700～800万円

インサイドセールス（実務レベル）：500～600万円

BtoB・IT人材の採用難易度は高く、高額な採用フィー
・オンボーディングリスク・離職リスクも存在する
また、特にマーケティング領域は対応可能領域が担当者の実務レベルに依存する。

コストシミュレーション例

人件費：1200万円～1400万円（マーケ+IS）

マーケティング費用：1200万円（月100万円の予算）

=>

BtoBの販促体制には年間2400～3000万円は必要

BPaaSモデルの提供例（内容は個社で変動）

SaaS提供（White Lake）：30万円

ホワイトペーパー12本：355万円

SEO記事50本：350万円

広告予算：1320万円

インサイドセールス：220万円

=>

合計 2275万円（年間）

BtoBリードの獲得（コンテンツ制作・広告配信・SEO）
からアポ取りまでを一貫してBPaaS提供

想定結果シミュレーション

リード獲得数：1000件～1300件

アポイント数：180～240件

BPaaSは次世代SaaSモデルとしてDXの注目領域となっている

BPaaSはSaaS（アプリケーション）+ 業務のアウトソーシング（BPO）

SaaS単体では解決できない企業のマーケティング・セールスDXを推進する

BPaaSとは

- BPaaSとは Business Process as a Service の略。ソフトウェアの提供ではなく、業務プロセスそのものを提供するクラウドサービスであり、**クラウド経由で業務アウトソーシング(BPO)が可能**
- SaaSよりさらに上流のレイヤーをクラウド化する、**次の潮流**に

サービス種類	提供範囲
BPaaS (Business Process as a Service)	ビジネスプロセス
SaaS (Software as a Service)	アプリケーション
PaaS (Platform as a Service)	ミドルウェア
IaaS (Infrastructure as a Service)	ハードウェア

15

BPaaSは、マジョリティ市場DXの本命

- ビジネスチャットは普及率18%超となりキャズムを越え、主戦場は**マジョリティ市場**へ
- 数年に亘りDXソリューションビジネスを推進した結果、マジョリティ市場に位置するユーザーは現場仕事で忙しくITに詳しい社員も少ないため、使い勝手が異なる**多数のSaaSプロダクトを使い分けることは困難**と認識
- SaaSをただ提案するのではなく、**業務プロセスごと巻き取り**顧客に代わりSaaSを使いDXを推進する(=BPaaS)

The diagram shows a bell-shaped curve representing market adoption. The x-axis is divided into '初期市場 (製品中心)' and 'メインストリーム市場 (顧客中心)'. The y-axis represents the percentage of users. A 'キャズム (深く大きな溝)' is indicated between the two markets.

市場	セグメント	割合
初期市場 (製品中心)	イノベーター	2.5%
	アーリーアダプター	13.5%
メインストリーム市場 (顧客中心)	アーリーマジョリティ	34.0%
	レイテマジョリティ	34.0%
	ラグガード	16.0%

マジョリティ市場 (全体の3分の2を占める)

SaaS (CRM/SFA, Web会議, ストレージ, タスク管理, プロジェクト管理, ドキュメント管理)

BPaaS (Chatwork 業務代行: 電話代行, 採用, 人事評価, 勤怠・労務管理, エンゲージメント)

16

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS04681/3b9017b1/50fd/4056/8c21/17bc8b913c65/140120230512569171.pdf>

chapter05

ホワイトペーパーに特化したノーコードCMS White Lake

ホワイトペーパーに特化した

ノーコードCMSで BtoBリード獲得を加速

特徴
01



自社サイト内で独自の
ホワイトペーパーダウンロード
フォームを設置

自社サイト内にホワイトペーパーをDLする
フォームがなくても大丈夫。開発不要でDLペー
ジが自動生成されます。

特徴
03



管理画面から3分で
ホワイトペーパーを公開

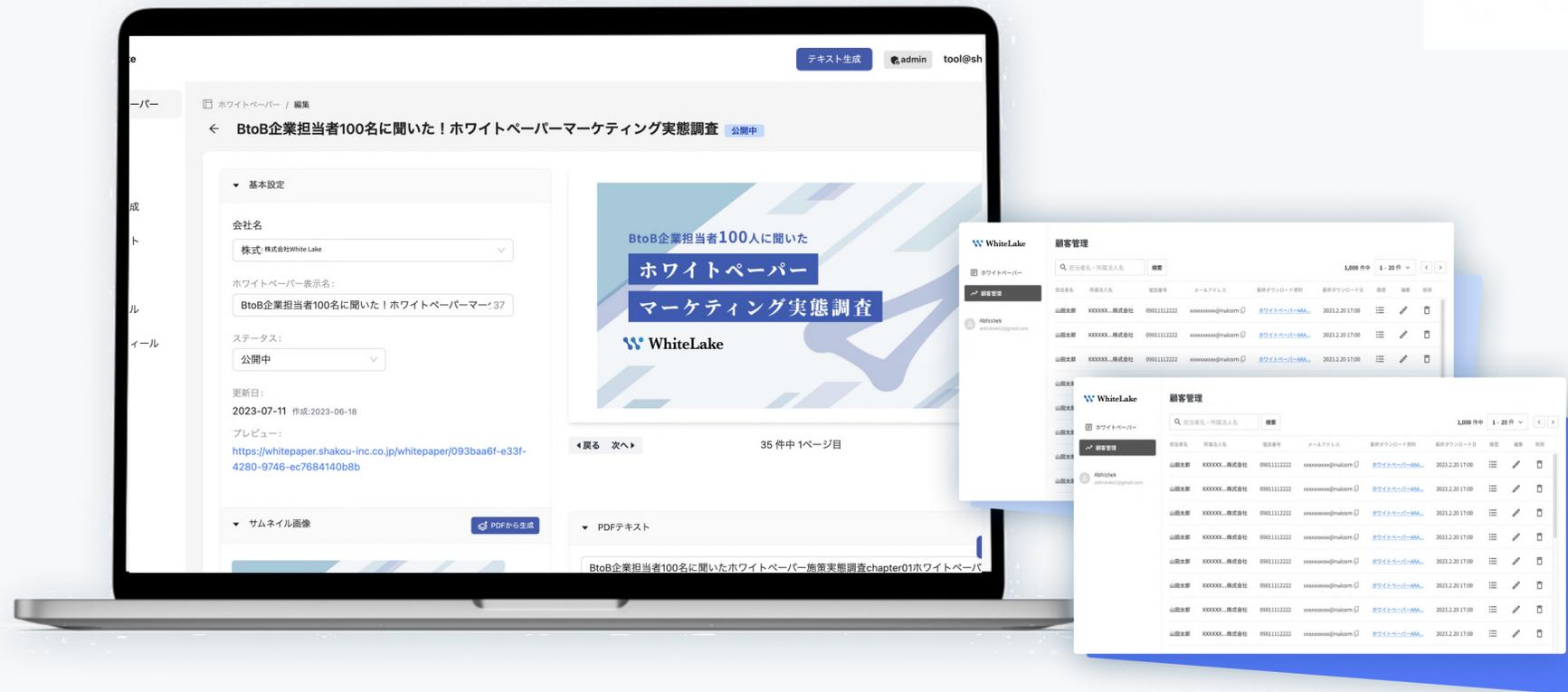
ホワイトペーパーの制作完了後、直感的なUIで最
短3分で入稿まで完了。すぐに集客を始められま
す。

特徴
02



獲得したリードは
管理画面からすぐに確認

ホワイトペーパーで獲得したリード情報は管理画
面上からすぐに確認可能。マーケから営業担当ま
で幅広く活用できます。



ノーコードCMSで3分でホワイトペーパーを公開・リード管理まで実現

マーケティング・営業部署だけでホワイトペーパー管理



作成したホワイトペーパーは専用の管理画面で公開・非公開を管理。

The screenshot displays the White Lake CMS interface. On the left, a sidebar menu includes 'ホワイトペーパー' (White Paper), 'リード' (Lead), '会社情報' (Company Information), and 'ログアウト' (Logout). The main area shows a 'ホワイトペーパー一覧' (White Paper List) table with columns for 'ホワイトペーパー' (White Paper), '表示' (Display), and '最終更新日' (Last Updated). Below the table, there are two document entries: 'BtoBコンテンツマーケティング完全入門' (BtoB Content Marketing Complete Introduction) and '生成AIを活用したホワイトペーパーマーケティング' (White Paper Marketing Using Generative AI). The right panel shows the 'Edit' screen for the 'BtoBコンテンツマーケティング完全入門' document, with fields for '表示タイトル名' (Display Title Name), 'キーワード' (Keywords), 'こんな方におすすめ' (Recommended for), and '資料の主な内容' (Main Content of the Document).

部署内でコーディングなくホワイトペーパーDLフォームの作成



ホワイトペーパーDLフォーム・一覧ページがコーディング不要で自動で生成。

The screenshot shows the 'ダウンロード資料' (Download Documents) page. It features a grid of document thumbnails for 'BtoBコンテンツマーケティング 完全入門書' (BtoB Content Marketing Complete Introduction Book). Each thumbnail includes a 'ダウンロード' (Download) button. To the right, there is a 'ダウンロード資料' (Download Documents) form with fields for '姓' (Name), '名' (Surname), '会社名' (Company Name), 'メールアドレス' (Email Address), and '携帯電話番号' (Mobile Phone Number). Below the form, there is a 'こんな方におすすめ' (Recommended for) section and a '資料の主な内容' (Main Content of the Document) section.

クリエイティブなホワイトペーパー制作と集客部分の運用も「丸投げ」

貴社に最適なホワイトペーパーを丸投げで制作



ホワイトペーパーの企画・戦略から制作までワンストップで対応。

集客部分の運用も丸投げ可能



FaceBook・Googleなどの運用型広告で媒体学習を基軸に低単価での獲得を目指す

ペルソナ設計

名前：中山大河
年齢：38才
性別：男性
役職：CTO
決断権：あり

所属部署：開発チーム
部下・チーム：30名
勤続年数：6年
事業：ITサービス
業績：20倍
従業員数：120人

抱えている課題
プロダクトのリリースに当たって、データの分析の重要性が高いフェーズ。GCPなどインフラの構築からデータ分析まで自社で行うことも可能だが、エンジニアのリソース的にサービス開発の方へコミットしたい。またサービスも大きく大きくなってきたため、インフラ・セキュリティ側に対して外部の監査も入れたと考えている。

ホワイトペーパー草案・ターゲット戦略企画

キーワード	検索ボリューム	ペルソナ	フェーズ	個別CV先種別	ホワイトペーパー案
BtoBマーケティング	10000	ALL	潜在層	ホワイトペーパー	0から始めるBtoBマーケティング
ファインド広告とは	5000	ペルソナC	潜在層	ホワイトペーパー	BtoBで試したいファインド広告
BtoB マーケティング 外注	2500	ALL	比較・検討層	サービスLP / ホワイトペーパー	0から始めるBtoBマーケティング
BtoB マーケティング 費用	2000	ALL	顕在層	ホワイトペーパー	0から始めるBtoBマーケティング
コンテンツ制作	8000	ペルソナB	顕在層	ホワイトペーパー	コンテンツマーケティングの始め方
SEOとは	15000	ペルソナB	潜在層	ホワイトペーパー	コンテンツマーケティングの始め方
リスティング広告とは	15000	ペルソナC	潜在層	ホワイトペーパー	リスティング広告の始め方マニュアル
リスティング RSA	1000	ペルソナC	顕在層	ホワイトペーパー	リスティング広告の始め方マニュアル
CPC CPM	1500	ペルソナC	顕在層	ホワイトペーパー	リスティング広告の始め方マニュアル
ホワイトペーパー 作り方	1000	ペルソナA	顕在層	ホワイトペーパー	ホワイトペーパー作り方マニュアル
ホワイトペーパー 外注	800	ペルソナA	比較・検討層	サービスLP / ホワイトペーパー	ホワイトペーパー作り方マニュアル

構成案・ラフ・デザイン入れ

目次

- 1. BtoBマーケティングが求められる理由
- 2-1 BtoBマーケティングが目目される2つの理由
- 2. 日本の労働力低下
- 3. 営業の分業化

BtoBマーケティング 完全入門書

今BtoBマーケティングが求められる理由

2-1 BtoBマーケティングが目目される2つの理由

1. デジタル導入で収益増加の事実
マーケティング導入によるデジタルマーケティングに取組んでいる企業の売上は従来よりも大きく向上しているという結果がでています。そのグラフはデジタルに注力したBtoB企業の売上向上を示しています。この企業はデジタルに注力したことで、収益成長率で他社を大きく引き離していることがわかります。
2. 日本の労働力低下
日本国内の労働状況に焦点を当てると労働人口の減少や働き方改革の定着による労働力不足の懸念など働き手のリソースで生産性を高めることが求められる状況です。つまり、正しくマーケティングの理解である「一発一発を必要とする」べく、BtoB業界でもマーケティングに注力することが必要なのです。

BtoBマーケティング 完全入門書

今BtoBマーケティングが求められる理由

営業の分業化

営業の分業化とはBtoBマーケティングを推進するための重要なポイントです。営業の分業化により、営業の効率化が図られ、営業の成果が向上します。営業の分業化には、営業の役割を明確にし、営業の責任を分担することが重要です。営業の分業化には、営業の役割を明確にし、営業の責任を分担することが重要です。

営業の分業化	マーケティング	インサイドセールス	営業
営業のプロセス	ターゲットの特定	リードの獲得	リードの育成
営業の役割	マーケティング	インサイドセールス	営業
営業の責任	マーケティング	インサイドセールス	営業

Google, Yahoo! Japan, Facebook, Google

初めでのBtoBマーケティング 運用のポイントとは

BtoBコンテンツマーケティング 完全入門書

30秒で今すぐダウンロード!

こんな方におすすめです

- ✓ コンテンツマーケティングに取り組みたい方
- ✓ リード獲得に悩んでいる方
- ✓ SEOで検索上位を取りたい方

資料の主な内容

- ✓ BtoBコンテンツマーケティングが実施する理由
- ✓ BtoBコンテンツ運用のベストプラクティス
- ✓ SEOで検索上位を取ろう方法

タイトル(H1)

この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字種、行間等を調整するための入力です。この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字種、行間等を調整するための入力です。この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字種、行間等を調整するための入力です。

タイトル(H1)

この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字種、行間等を調整するための入力です。この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字種、行間等を調整するための入力です。この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字種、行間等を調整するための入力です。

オウンドメディアの獲得キーワードを分析し、相性の良いホワイトペーパーを配置。SEO記事がない場合は、検索上位を取れるSEO記事の制作も行う。

White Lakeプロダクト概要

獲得したリード情報は管理画面で確認・多彩なAPI連携でデータ連携が可能

獲得したリード情報は管理画面で確認可能

 ホワイトペーパーで獲得したリード情報は、API連携でGA4 + Looker・SalesForceなどのツールへの繋ぎ込みが可能。データ連携でビジネスに必要な情報を集約。



BtoBコンテンツマーケティング 完全入門書

無料 30秒で今すぐダウンロード!

姓 **必須** 名 **必須**

田中 太郎

会社名 **必須**

例) 株式会社シャコウ

メールアドレス **必須**

例) info@example.com

携帯電話番号 **必須**

例) 0312345678

個人情報保護方針に同意したものとします。

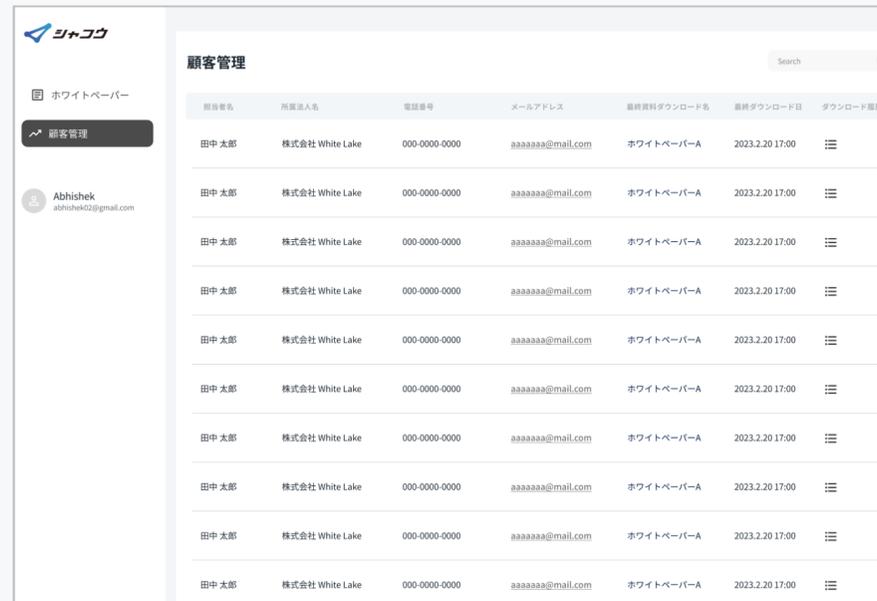
資料をダウンロード

こんな方におすすめです

- ✓ コンテンツマーケティングに取り組むマーケティング担当者
- ✓ リード獲得に悩んでいる
- ✓ SEOで検索上位に上らず困っている

資料の主な内容

- ✓ BtoBコンテンツマーケティングが失敗する理由
- ✓ BtoBコンマケ運用のベストプラクティス
- ✓ SEOで検索上位を狙う方法



顧客管理

顧客名	所属法人名	電話番号	メールアドレス	最終資料ダウンロード名	最終ダウンロード日	ダウンロード履歴
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮
田中 太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパー-A	2023.2.20 17:00	⋮



データ分析・BIツール

Looker

tableau

SFA

CRM

salesforce

Marketo

MA

Zoho

HubSpot

ホワイトペーパーマーケティングのPDCA（戦略企画・制作・集客・分析）を丸投げできる

ペルソナ設計と運用型広告（Ads）でターゲティング

名前: 山岡 幹久 所属部署: DX推進課
年齢: 45才 部下・チーム: 10名
性別: 男性 勤続年数: 23年
役職: 課長 事業: 通信キャリア
決裁権: あり 業績: 2000億
従業員数: 2000人

抱えている課題

名前: 中山大河 所属部署: 開発チーム
年齢: 38才 部下・チーム: 30名
性別: 男性 勤続年数: 6年
役職: CTO 事業: ITサービス
決裁権: あり 業績: 20億
従業員数: 120人

抱えている課題

プロダクトのリリースに当たって、データの分析の重要性が高いフェーズ。GCPなどインフラの構築からデータ分析まで自社で行うことも可能だが、エンジニアのリソース的にサービス開発の方へコミットしたい。またサービスも大きくなってきたため、インフラ・セキュリティ周りに対して外部の監査も入れたいと考えている。



オウンドメディア（Organic）からの流入

タイトル(H1)

この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字間、行間等を確認するために入力しています。

タイトル(H4)

この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字間、行間等を確認するために入力しています。この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字間、行間等を確認するために入力しています。この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字間、行間等を確認するために入力しています。この文章はダミーです。文字の大きさ、量、字間、行間等を確認するために入力しています。

- リスト
- リスト
- リスト

コードブロックはこんな感じです。コードブロックはこんな感じです。

ここにブログのタイトルが入ります。

タイトルとURLをコピー

ツイート シェア はてブ

BtoBコンテンツマーケティング 完全入門書

～なぜ企業担当者は結果を出せないのか～

- こんな方におすすめです
- ✓ コンテンツマーケに取り組むマーケティング担当者
 - ✓ リード獲得に悩んでいる
 - ✓ SEOで検索上に上がらず困っている

- 資料の主な内容
- ✓ BtoBコンテンツマーケティングが失敗する理由
 - ✓ BtoBコンマケ運用のベストプラクティス
 - ✓ SEOで検索上位を狙う方法

無料 30秒で今すぐダウンロード！

姓 **必須** 田中

名 **必須** 太郎

会社名 **必須**

例) 株式会社シャコウ

メールアドレス **必須**

例) info@example.com

携帯電話番号 **必須**

例) 0312345678

個人情報保護方針に同意したものとします。

資料をダウンロード

データ連携・分析・活用



顧客管理

顧客名	所属法人	電話番号	メールアドレス	最新更新日時	最終更新日時	ダウンロード履歴
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰
田中太郎	株式会社 White Lake	000-0000-0000	aaaaaaaa@mail.com	ホワイトペーパーA	2023.2.20 17:00	☰



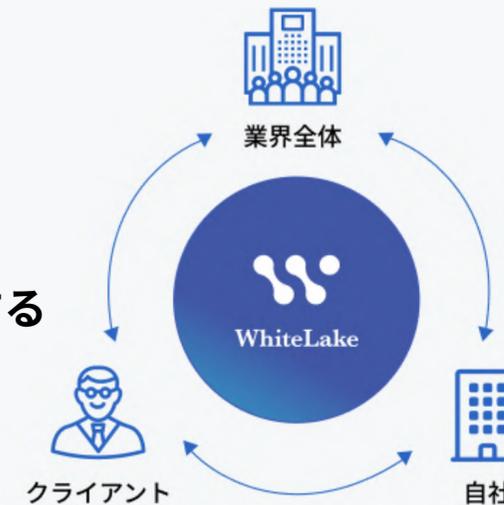
- 営業施策の実施
- Salesforce連携
 - コール
 - メルマガフォロー etc

ホワイトペーパー・サービス資料に特化した

完全無料で使える BtoBリード獲得メディア



BtoB業界の暗黙知をゼロにし、
エンドユーザーへの価値を最大化する



特徴

01

サービス資料・ホワイトペーパーを登録するだけで今すぐリード獲得

特徴

02

価値ある情報を必要なユーザーにだけ届けるエコシステムを実現する

特徴

03

一括資料請求モデルによる営業リソースの無駄遣いを完全撤廃する

chapter06

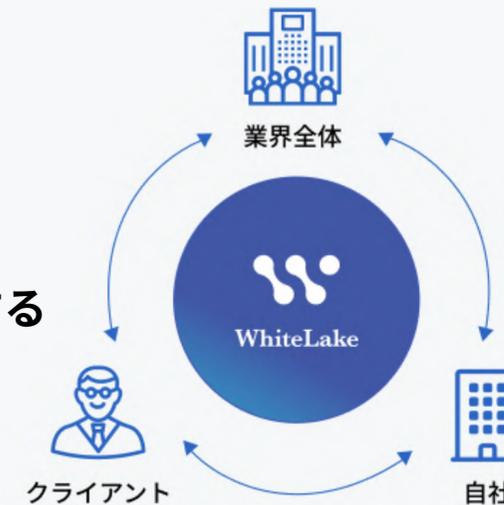
完全無料でリードを獲得できるBtoBメディア White Radar

ホワイトペーパー・サービス資料に特化した

完全無料で使える BtoBリード獲得メディア



BtoB業界の暗黙知をゼロにし、
エンドユーザーへの価値を最大化する



特徴

01

サービス資料・ホワイトペーパーを登録するだけで今すぐリード獲得

特徴

02

価値ある情報を必要なユーザーにだけ届けるエコシステムを実現する

特徴

03

一括資料請求モデルによる営業リソースの無駄遣いを完全撤廃する

White Radarプロダクト概要

お手持ちのサービス資料・ホワイトペーパーを登録するだけでリード獲得が可能に

お手持ちの資料を管理画面から登録するだけ

LP制作不要で獲得したリードは管理画面ですぐに確認



最短3分で貴社サービス資料・ホワイトペーパーをメディアに公開できます



リード獲得用フォームの作成は不要。獲得したリードもすぐに確認・CSVエクスポート可能

The screenshot displays the White Radar management interface. On the left, a sidebar contains navigation options: ホワイトペーパー, リード, 会社情報, and ログアウト. The main area is titled 'ホワイトペーパー一覧' (White Paper List) and includes a search bar and a '+新規作成' (New) button. A table lists documents with columns for 'ホワイトペーパー', '表示' (Status), and '最終更新日' (Last Updated). Two documents are shown: 'BtoBコンテンツマーケティング完全入門' (updated 2023-03-29) and '生成AIを活用したホワイトペーパーマーケティング' (updated 2023-03-17). Below the list, a 'ホワイトペーパー / Edit' screen is visible, showing fields for '表示タイトル名' (Title), 'キーワード' (Keywords), 'こんな方におすすめ' (Recommended for), and '資料の主な内容' (Main content). The 'ステータス' (Status) is set to '公開' (Public), and the '作成日' (Created) is 2023-03-29. A preview of the document is shown on the right.

The screenshot shows the White Radar landing page and a customer management interface. The landing page features the White Radar logo and navigation links. The main headline is 'ChatGPT×SEO ~AIライティングはSEOをどう変えるか~' (ChatGPT x SEO ~How AI Writing Changes SEO~). A prominent call to action says '無料 30秒で今すぐダウンロード' (Free 30 seconds to download now). Below the headline, there's a section titled 'こんな方におすすめ' (Recommended for) with a description: 'デジタルマーケティングに関心のあるコンテンツマーケターやSEO担当者、AI技術に興味のあるマーケティングエキスパートが対' (Recommended for digital marketers and SEO specialists interested in digital marketing, and marketing experts interested in AI technology). The customer management interface on the right shows a table with columns: '担当名' (Manager Name), '所属法人名' (Affiliated Company Name), '電話番号' (Phone Number), 'メールアドレス' (Email Address), '最終資料ダウンロード名' (Final Document Download Name), '最終ダウンロード日' (Final Download Date), and 'ダウンロード履歴' (Download History). The table lists multiple entries for '田中 太郎' (Tanaka Taro) at '株式会社 White Lake'.

掲載料・リード獲得による成果報酬まで完全無料

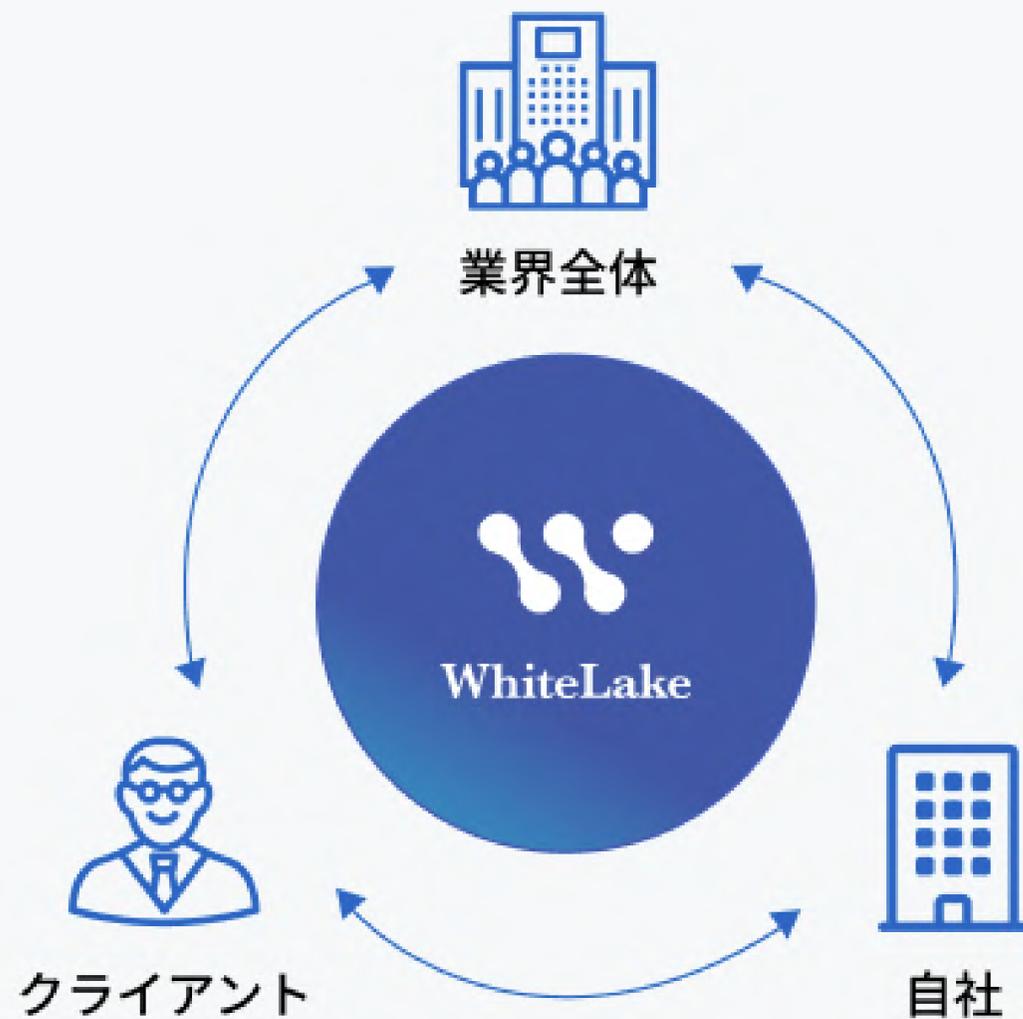
掲載料

0円

リード獲得による成果報酬

0円

成果報酬型の一括資料請求のビジネスモデルがBtoB業界に負の影響をもたらすことを懸念

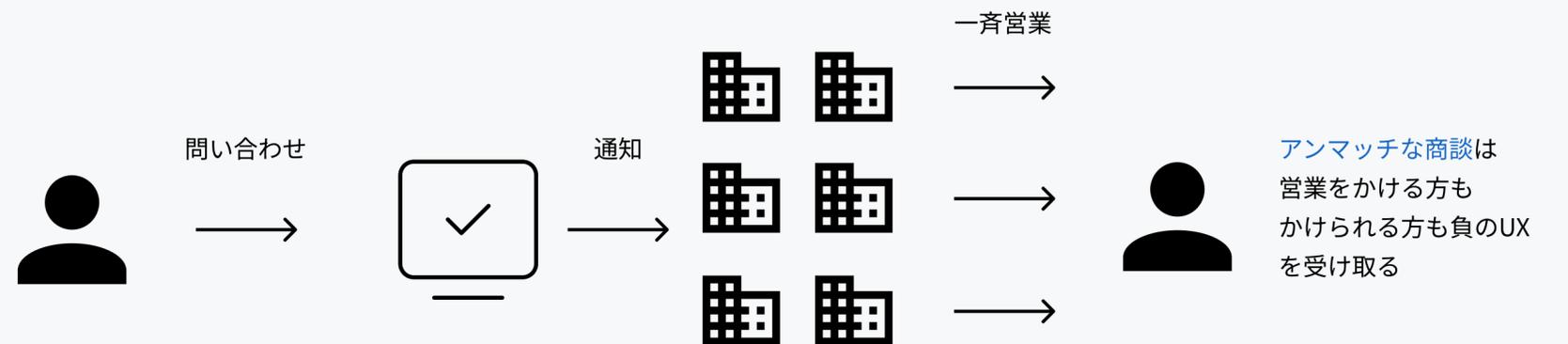


シャコウの実現したい三方良し

BtoB業界の暗黙知をゼロにし、
エンドユーザーへの価値を最大化する

現状

「BtoB比較サービス」に問い合わせると~10社から営業



chapter07

お知らせ（8月版）

お役立ちウェビナー定期開催中

01

【2023/8/03(木)】 シャコウ × debono × エキサイト × ベーシック
生成系AI時代のBtoBコンテンツマーケ手法 最小リソースでリード獲得を加速させる
ホワイトペーパー活用術

▼お申し込みはこちらから▼

https://www.fangrowth.biz/event/20230808?marketing_source=shakou

02

【2023/7/25(火)】 シャコウ × DORIRU × RUN EDGE
BtoBマーケ・セールスの最適解 少人数組織が取り組むべき受注率を向上させる3つ
の施策

▼お申し込みはこちらから▼

<https://shakou-inc.co.jp/webinars/230823/>

完全無料でリード獲得メディアに掲載しませんか？

ホワイトペーパー・サービス資料に特化した

完全無料で使える BtoBリード獲得メディア



掲載・リード獲得0円キャンペーン実施中！（完全無料）

WhiteRader

キーワードで検索

カテゴリから探す 企業から探す 運営会社

掲載希望の方 お問い合わせ ログイン 会員登録

TOP > カテゴリから探す > バックオフィスに関するホワイトペーパー

バックオフィスに関するホワイトペーパー

20件 並び順 新着順

BtoBコンテンツマーケティング 完全入門書

ChatGPT4 x SEO

Office Work Outside Chrome Book安心な理由

Office Work Outside Chrome Book安心な理由

BtoBコンテンツマーケティング 完全入門書

ホワイトペーパー マーケティング実態調査

こんな方におすすめです

- ✓ コンテンツマーケティングに取り組むマーケティング担当者
- ✓ リード獲得に悩んでいる
- ✓ SEOで検索上位を狙っている

資料の主な内容

- ✓ BtoBコンテンツマーケティングが失敗する理由
- ✓ BtoBコンマケ運用のベストプラクティス
- ✓ SEOで検索上位を狙う方法

無料 30秒で今すぐダウンロード！

姓 必須 田中

名 必須 太郎

会社名 必須 例) 株式会社シャコウ

メールアドレス 必須 例) info@example.com

携帯電話番号 必須 例) 0312345678

個人情報保護方針に同意したものとします。

資料をダウンロード

特徴

- ・掲載からリード獲得まで**完全無料**で使えるリード獲得メディア
- ・一括資料請求による営業リソースの無駄遣いを**完全排除**
- ・価値ある情報を必要なユーザーに届ける**健全なエコシステム**の構築

▼ 事前登録受付はこちらから ▼

<https://forms.gle/R2djxysYxx2eo9We7>

BtoBマーケ無料診断（アセスメント）実施中！

貴社BtoBマーケティング状況を無料で分析・コスト削減のご提案をいたします

BtoBマーケ王道パターンに沿ったマーケティングができているかチェック



BtoBコンサルタントが貴社のデジタルマーケ状況を細かくチェック

データ分析を通して最適なCPAで運用ができているかチェック



広告・SEOなどのデジタルチャネルで効率的な運用ができているかチェック

BtoBマーケティングでは、ターゲットと商材タイプに応じて王道のBtoBマーケティングパターンがあるという思想のもと、貴社がクイックに効果が出せる施策に取り組んでいるかをチェック。貴社サービスの勝ちパターンの設計にお役立ちいただけます。

広告の運用状況・SEOからのCV状況など、貴社のデジタルマーケティングが効率的に顧客獲得ができているか、チェックさせていただき打ち手のご提案をさせていただきます。顧客獲得のコスト削減にお役立ていただけます。

BtoBマーケティングの4象限例

「ERP」「営業管理システム」など一般ワードが存在するが、エンタープライズ向け商材の市場。ABM的なアプローチとBDRによるアウトバウンドを軸としたマーケティングが有効。

専門商材などカテゴリワードが存在しない高単価・エンタープライズ向けの市場。ABM的なアプローチとBDRによるアウトバウンドを軸としたマーケティングが有効。

リード獲得から受注までのベストプラクティス

マーケティング/アウトバウンドセールス主導 | インサイドセールス主導 | フォールドセールス主導 | アカウントセールス主導

ユーザーフェーズ: 認知 → 検討 → 問い合わせ → 比較検討 → 購入 → ファン化

KPI例: 第一回受注 | サイト集客数・登録数 | リード獲得数 (バズリスト) | MQL・アプデ数 (アプデリード) | SQL獲得数 (商材別/アプデ) | 受注率 (受注数/獲得件数) | 継続率・LTV・クロスセル

施策の分類: 業務型/PR記事, 展示会, マス広告, タクシー広告, コールドコール, フォーム取込み

SEO, ディストリビューター獲得, リスティング広告, サイト開設・LP改善, Facebook広告, ディスプレイ広告, メールマガ, 動画広告, ウェビナー, 営業ツール, 顧客サポート, CRMツール, 営業資料改善, カスタマーサクセス

リード (バズリスト) | MQL | SQL

勝ちパターンを見つけ、体制構築・オペレーションを固める

キャンペーン/広告グループ/キーワードなど媒体ごとに細かく状態をチェック

獲得キーワードのトラフィック状況・順位状況などを細かくチェック

SEOにて

- 獲得キーワード状況
- 競合と比較した際の差分
- ディレトリ別のアクセス状況
- コンテンツSEO状況

など、SEO面での課題点を洗い出し、改善点を示唆。Googleの推奨ガイドラインに沿ったコンテンツが作られているかなど細かくチェック。



ご不明点・ご要望等あればお気軽にお申し付けください

まずは無料で相談する