

商談獲得コミット型BPaaSサービス

# 90秒ホワイトペーパー サービスご紹介資料



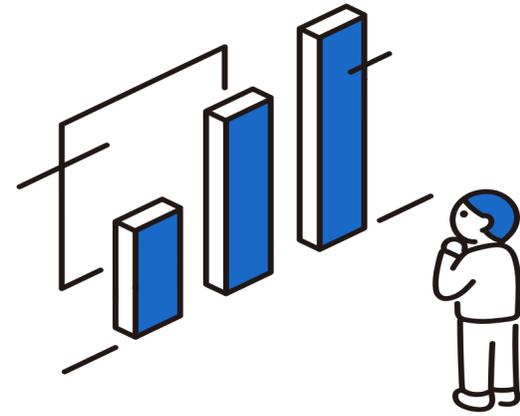
90秒ホワイトペーパーは

ホワイトペーパーでのリード獲得から  
90秒コールでアポ獲得を最大化する

The Model型クイックウィーンに基づく  
商談獲得コミット型

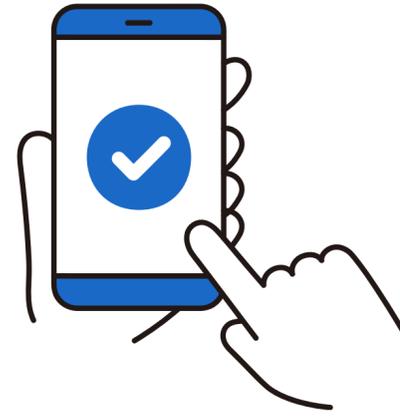
BPaaS (BPO + SaaS) サービス

# こんなお悩みありませんか？



マーケティング課題

リード獲得数が足りず商談件数が少ない（マーケティング課題）



マーケティング課題

非効率なテレアポから脱却したい（アポの質が低い）



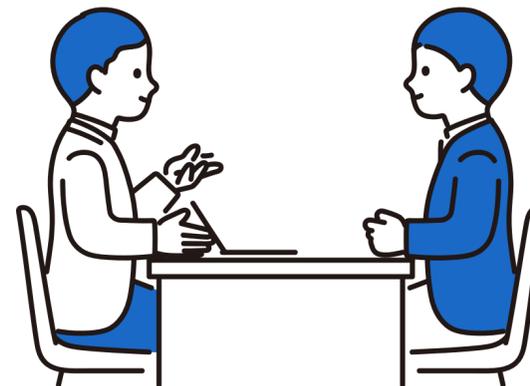
マーケティング課題

広告配信をしているが顧客獲得単価（CPA）が高い



プロダクト検証

自社ターゲットとなる顧客が分からない（PMF課題）



営業課題

リード獲得に対して、フォローリソースがなく商談化しない



組織課題

TheModel組織の構築の難易度/採用コストが高い

# 90秒ホワイトペーパーでフェーズに応じたThe Model型クイックウィンを実現

## ニーズを喚起するホワイトペーパー制作



ターゲット顧客が興味を持つホワイトペーパーを訴求し、**90秒以内コール**でアポ獲得を実現

## 見込み顧客の資料DLをリアルタイム検知



貴社で商談対応

## 事業フェーズに応じた有効リード・商談獲得手法

インテント  
フォーム営業



PMF検証期

セグメントされた  
広告配信



グロース期

ハウスリスト  
ナーチャリング



ROAS改善期

×

90秒以内コールで  
アポ獲得

# 顧客のニーズを喚起するホワイトペーパーの作成（マーケティング BPO）

戦略的に**ホワイトペーパー**を制作。定量・定性の両面から**顧客に刺さるコンテンツ**を制作

① ホワイトペーパーは顧客にとって価値の高い情報

**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。

従来	営業					
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

分業化されたプロセス	マーケティング	インサイドセールス	営業				
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

**BtoC企業**

年齢、性別、趣味嗜好、地域など属性単位で絞り込む

**BtoB企業**

アプローチの仕方

- 電話、メール
- SNS広告
- 不特定多数にアプローチできる手法
- セミナー
- サイトからの問い合わせ

顧客の求める情報

- 新技術
- 業界でのトレンド情報
- 信頼性
- 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
- 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

担当部署と役割

営業部門	全社対応
マーケティング部門	マーケティング部門
広報部門	広報部門

潜在的顧客層の規模

小〜中	小〜大
-----	-----

© 2023 shakou inc. All Right Reserved

② 定性的・定量的な調査から顧客が関心を持つホワイトペーパーを制作

コンテンツ企画

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
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 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
BtoB マーケ 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
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

ペルソナ設計

名前：中山大河  
年齢：38才  
性別：男性  
役職：CTO  
決裁権：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：20億  
従業員数：120人

抱えている課題  
プロダクトのグロースに当たって、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。

トンマナ設計

トンマナ設定書

Color 色番号

ベースカラー #FFFFFF

フォントカラー #191919

メインカラー #F1A139

サブカラー #5992C9

グラデーション #E96F46 - #F4C481

カラーで得られるイメージ  
親しみやすさ/誠実感/ポップさ/  
真やかさ/ベンチャー感

Font フォント

フォント  
Noto Sans JP

Bold: あのイーハトーヴォの  
すきとおった風、夏でも底に冷たさを

Medium: あのイーハトーヴォのすきとおった風、夏でも底に冷たさを  
ラフに書いた感じの文字。読みやすさを重視する。

Future PT

Bold: 123 The quick brown fox  
jumps over the lazy dog!™&

Book: 123 The quick brown fox jumps over the lazy dog!™&

大見出し(65px bold)  
中見出し(35px bold)

© 2023 shakou inc. All Right Reserved

# 顧客のニーズを喚起するホワイトペーパーの作成（マーケティング BPO）

事業フェーズに応じた使い方で柔軟に**有効リード・商談獲得が可能**

## \_intent\_フォーム営業



**intent\_データ**  
を用いて  
リアルタイムに  
興味関心を持つ  
企業に訴求

### PMF検証期（シード～アーリー期）

プロダクト・サービスに興味を持つ顧客に広くアプローチし、効率的にリード・商談獲得を行う。**予算をかけずにPMF検証**をしたい企業向き。当たり顧客群を発見する。

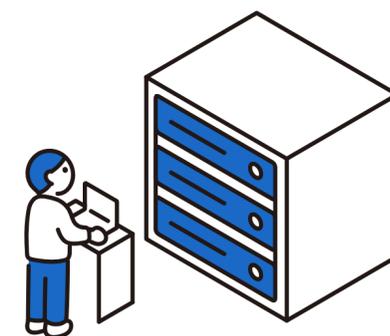
## segment\_された広告配信

媒体	ターゲティング	クリエイティブ
Google	× ・年齢 ・性別 ・興味関心 × ・役職 etc	
YAHOO! JAPAN		

### グロース期（アーリー～シリーズA期）

マーケティング予算を投下し、プロダクトサービスのグロースに力を入れていく。KPI達成のための**リード獲得・商談獲得の最大化**を目指す。

## haus\_リスト・ナーチャリング



**haus\_リスト**  
を用いて  
効率的な商談獲得

### ROAS効率化（haus\_リスト数千）

これまで獲得してきているhaus\_リードに対して、再度アプローチ・**ナーチャリング**していくことで、効率良くアポ獲得を実現していく。

# シームレスなアポ獲得体制を整えるシステム基盤（SaaS）

**開発不要。** 貴社サイトにCVRを最大化したホワイトペーパーDLページを3分で公開

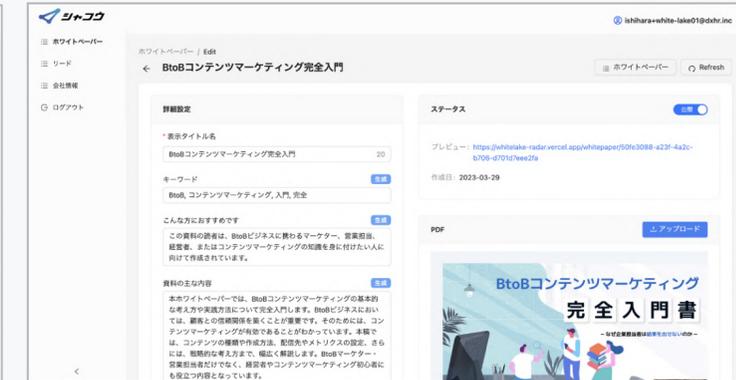
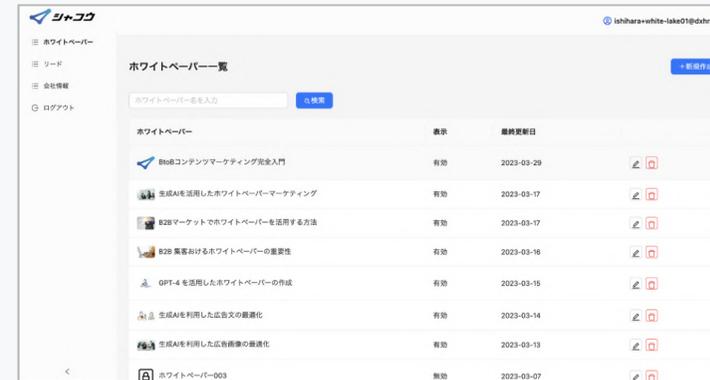
④ 開発不要。貴社サイトにWP DLページを結合



貴社webサイト

+

⑤ ホワイトペーパーは管理画面から入稿。3分でDLページを公開



⑥ CVR最大化を目的に作られたフォームでリード獲得数を最大化

開発工数ゼロで  
ホワイトペーパー  
DLページ  
を公開

# 資料ダウンロード顧客に90秒以内でコールを実施（インサイドセールス BPO）

顧客の熱量が最も高い**90秒以内**に**コール**を実施。商談獲得数を最大化

④資料ダウンロード顧客の情報はリアルタイムに検知

CVRの高い  
ホワイトペーパー用LP  
を高速作成

資料ダウンロード

名前	メールアドレス	電話番号	ホワイトペーパー	作成日	操作
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-27	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-27	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-28	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-28	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-28	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-27	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-27	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-28	削除 更新
佐藤太郎	xxxxxxxx@xxxxx.co.jp	09012345678	BtoBマーケティング	2023-07-28	削除 更新

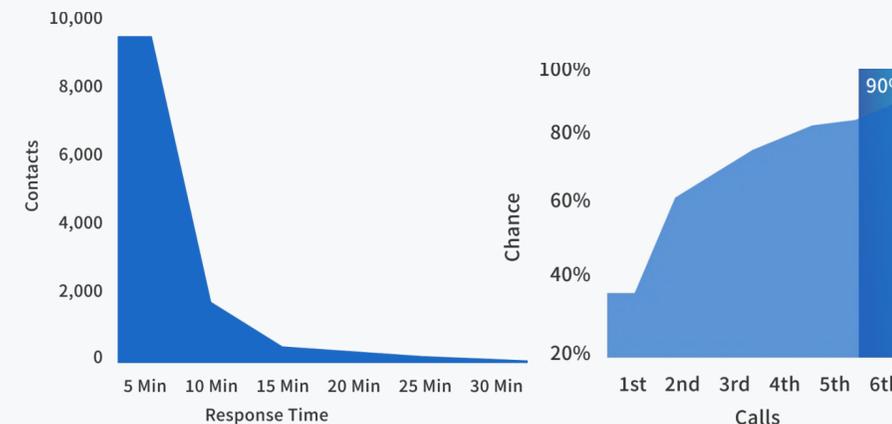
資料ダウンロード顧客の  
情報をリアルタイムに  
管理画面から確認

⑤資料ダウンロード顧客にリアルタイムで90秒コール



顧客の熱量が高まっている90秒以内にコールを実施  
背景ニーズを確認し、貴社にアポイントを供給。  
(通電しなかった顧客には6回までフォローコール)

インサイドセールスの定石を踏まえたオペレーション構築



問い合わせに対して、5分以内コール  
と10分以内コールで**コンタクト率が  
4倍**変わる。  
6回のコールで**コンタクト率が90%付近  
に**近づく。

引用：Fast Reply Time is Key to Sales in the Propane Industry

# 90秒ホワイトペーパーを実現するメンバー体制（マーケティング・クリエイティブ）

## BtoBコンサルティング部門（戦略設計/分析）

### 太田 翔葵

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。株式会社waculにて最年少の研究パートナーも務める。



## BtoBクリエイティブ部門（デザイン/UIUX）

### 小関 優人

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すると同時に、クリエイティブ部門長も務める。



## BtoBマーケティング部門（マーケ実務運用/制作）

### 木戸 堅斗

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。月間数千万円の広告運用経験を持つ。過去BtoB企業へのコンテンツ納品（SEO・ホワイトペーパー）は、1000本を超える。



## 株式会社wacul（東証グロース）の最年少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。

# 90秒ホワイトペーパーを実現するメンバー体制（インサイドセールス）

## BtoBセールス部門（インサイドセールス）

### 山下裕貴

広告代理店等で営業職・マーケティング支援業務に従事した後、2019年よりインサイドセールス構築支援を開始。2020年に**営業代行会社を創業し2021年に事業譲渡**を経験。累計6年間で、中小企業から東証プライム**上場企業を含め100社以上のインサイドセールス(BDR/SDR含む)の支援**を経験。上場SaaS企業の30名以上の大規模なインサイドセールス組織の構築や、新設法人のBDR部門立上げ（半年程度のご支援で月商800万円以上の売上を創出）等を経験。2023年よりWhiteLakeに参画し、インサイドセールスMGの業務を担当。



## セールス顧問

### 福山 敦士（元DORIRU 代表取締役）

香川オリーブガイナース球団 代表取締役社長  
新卒でサイバーエージェントに入社。27歳で独立し、株式会社レーザービーム代表取締役に就任。クラウドソーシングサービス、HRサービスを起ち上げ、28歳で東証一部上場企業の株式会社ショーケースに事業・株式をそれぞれ譲渡。同社取締役に就任。YouTube関連事業を起ち上げ、東証プライム上場の株式会社スカラの子会社へ譲渡。2020年、DORIRU（旧ギグセールス）をM&A、代表取締役に就任。3年で売上15倍、従業員数200名の採用（野球部採用）を実現後、ソニーの関連会社へ株式譲渡。2023年、プロ野球独立リーグ香川オリーブガイナース球団をM&A、代表取締役社長に就任。



## BPaaS Growth Company

BtoB業界で実績のあるプロによる、実行ある戦略で  
The Modelに基づいたマーケティングからセールス  
理論を遂行し、BtoB事業をグロースする

# 料金ラインナップ

ニーズを喚起する  
ホワイトペーパー制作



+

熱量の高い顧客にコール  
90秒以内コール



35万円～

インテントフォーム営業



30万円～/月

PMF検証期（シード～アーリー期）

- プレリード 3000件～へのフォーム営業  
サービスが顧客課題にFitするか検証
- ・ 定例MTGで顧客解像度を明確にしていく
  - ・ プレリード3000件/リード・アポ 3～10件

セグメントされた広告配信

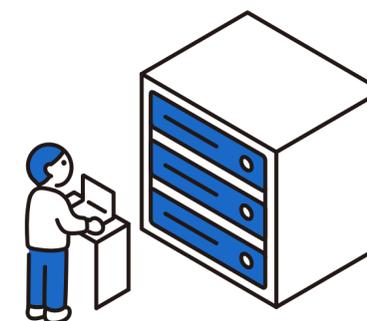


80万円～/月

グロース期（アーリー～シリーズA期）

- 広告予算に応じて、リード・アポを大量に  
獲得していき、グロース軌道に乗る
- ・ 定例MTGでKPI確認とPDCA
  - ・ 100リード・10アポイント

ハウスリスト・ナーチャリング



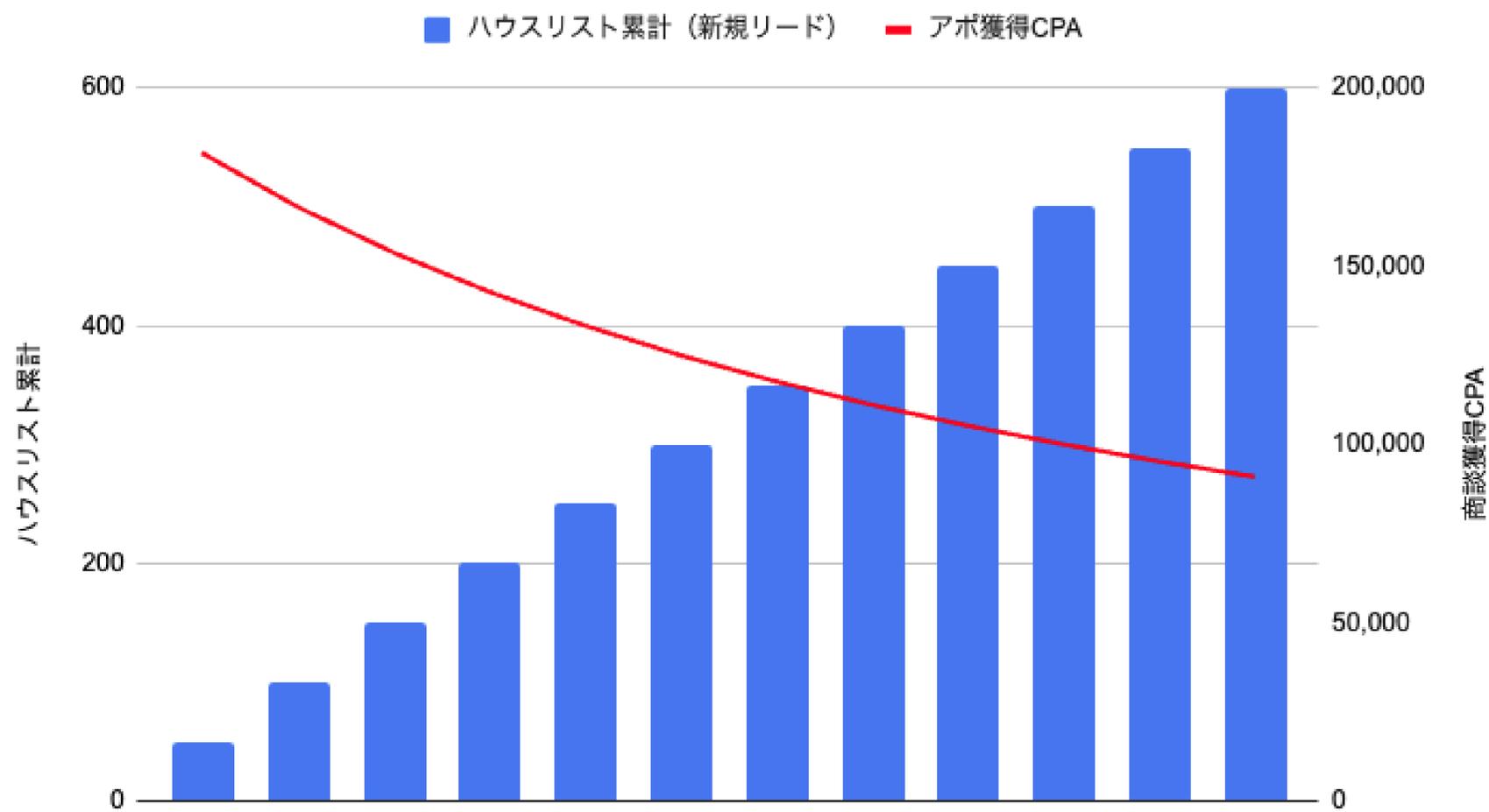
50万円～/月

ROAS効率化（ハウスリスト数千）

- ハウスリストに対してナーチャリングをし  
かけ、効率よくアポを獲得。
- ・ 定例MTGでKPI確認とPDCA
  - ・ ISでのアポ引き上げ率・アポ数

リード獲得が進むほど、貴社全体のマーケティングの商談獲得コストは減少

### ハウスリストの積み上げ累計と商談獲得CPA



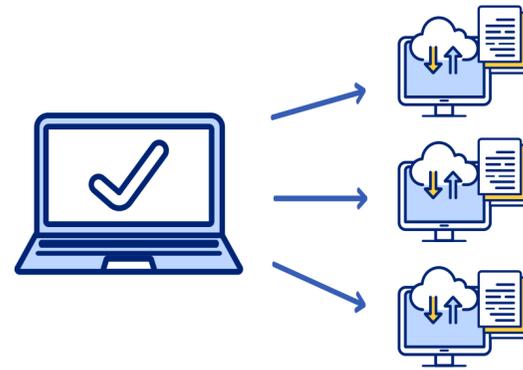
ハウスリストが増えていくため  
1年後にはアポ獲得CPAが半分以下となる  
(メルマガからの引き上げが可能となるため)

- 目の前のアポ獲得の**即効性**
  - 中長期のCPAを考えた**資産性**
- の両面を同時並行で進めることが可能。

## SPETIAL 01

### ホワイトペーパー比較メディア WhiteRaderに無料掲載で 配信面を拡張

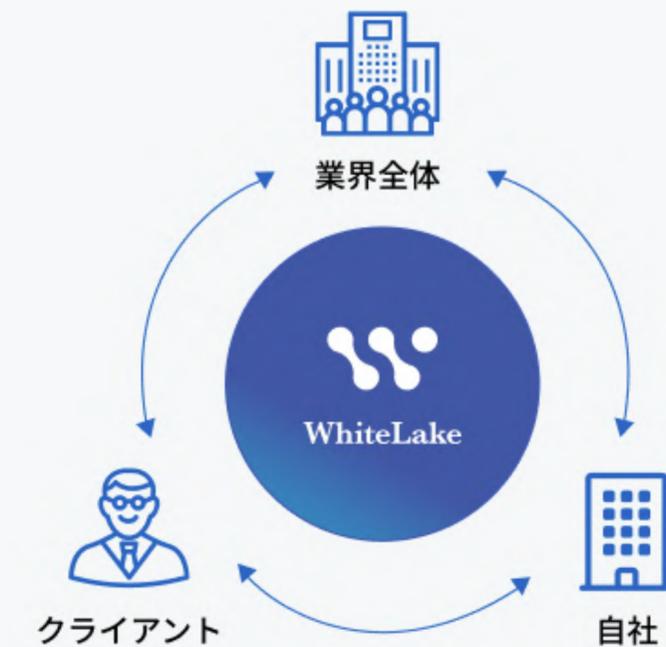
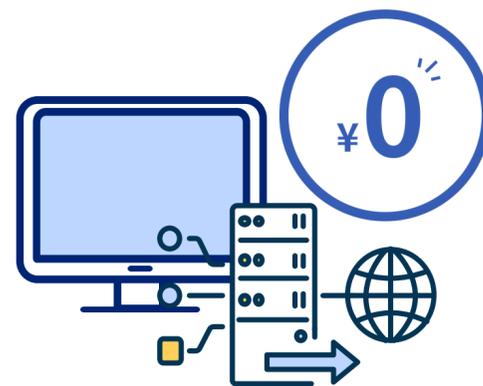
ホワイトペーパーの比較メディア「WhiteRader」にも自動連携 & 無料で掲載可能。  
BtoBメディアへの配信拡張で無料でリード獲得が可能に。



## SPETIAL 02

### 期間限定でWhite Lake システム構築費用10万円が無料

今なら初期費用がかからず導入できるので、  
低コストでホワイトペーパーマーケティングを開始することができます。



---

# 会社紹介



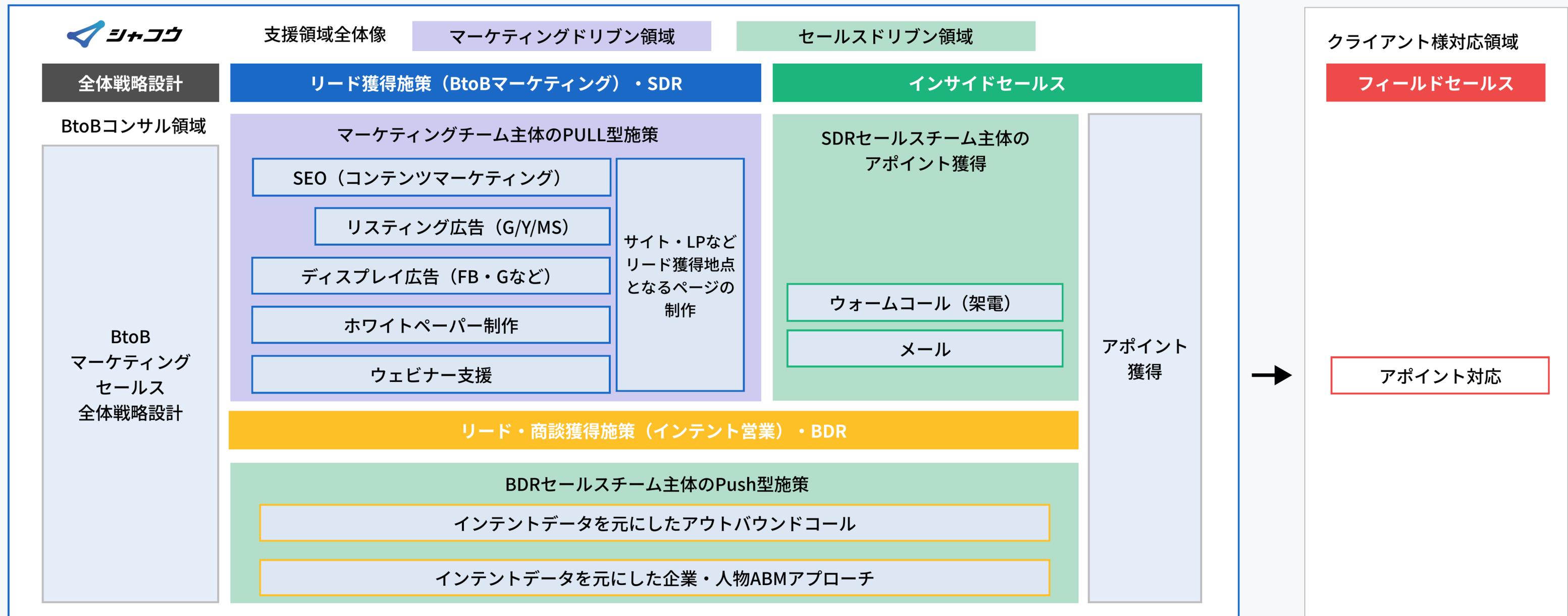
## BPaaS Growth Company

実行ある戦略で

The Modelに基づいたマーケティングからセールス理論を遂行し、BtoB事業をグロースする



The Modelにおけるマーケティングからインサイドセールス業務の全てをシャコウが代行



# 取引先一覧 (抜粋)

企業規模・業種・業界問わずBtoB企業の皆様と取引させていただいております

WACUL

SBI いきいき少短

KAGE  
MUSHA

Oasis

東邦ガス

レトリバ



Timers

adish

FUJIFILM  
Value from Innovation

Faber  
Company

Local Ad

株式会社 Japan Pride

toX



DXHR  
Delight x Experience by Humans and Robots

fullbalance

バズコネ  
BUZZ CONNECTION

## 戦略・マーケティング・セールス・クリエイティブの4本の柱がシャコウの強み

### 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 Marketing 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。SEOや広告などのマーケティング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。



### 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 Sales Studio

マーケティングで獲得したリードに対するアポ獲得（SDR）・アウトバウンドでのアポ獲得（BDR）の両面から貴社事業グロースに欠かせないセールス業務を代行。



# 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



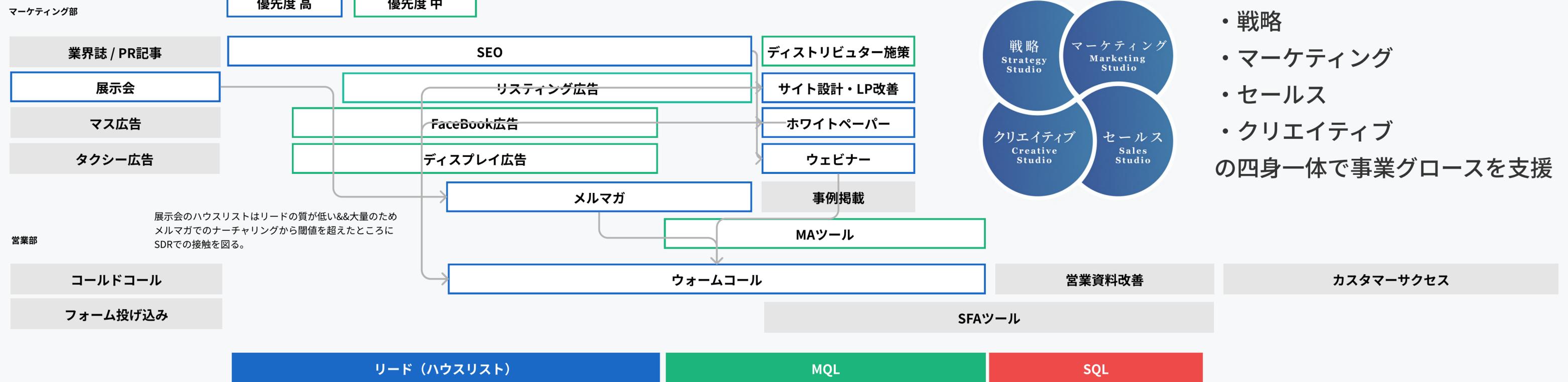
### ユーザーフェーズ



### 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

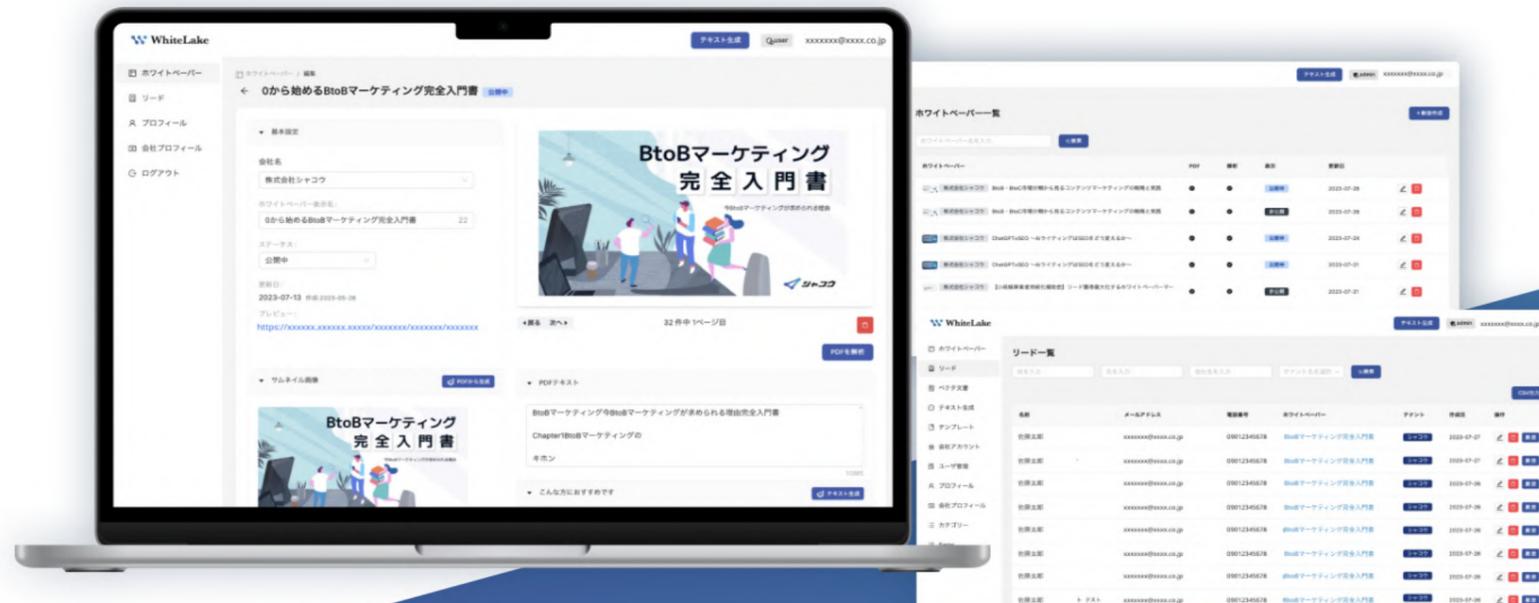


# シャコウと他社の違い

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	営業代行会社
BtoBに対する理解	◎	○	△	△	○
戦略設計能力	◎	◎	△	×	×
BtoBマーケ実行能力	◎	△	◎	×	×
BtoBセールス実行能力	○	×	×	×	◎
クリエイティブ力	○	△	△	◎	×

ホワイトペーパーマーケティングに特化

# ノーコードCMSで BtoBリード獲得を加速



01 | FAST

最短3営業日で  
ホワイトペーパー  
マーケティングを開始

ホワイトペーパーマーケティングにこれから取り組む場合でも大丈夫。最短3営業日でホワイトペーパーマーケティングをすぐに開始できます。



02 | EASY

エンジニア不要で  
マーケ部署だけで  
運営管理を実現

サイトに追加開発は不要です。エンジニアによる開発工数ゼロで貴社サイトにホワイトペーパーのダウンロードページを設置できます。マーケ部署だけで高速PDCAを実現。



03 | OUTSOURCE

ホワイトペーパーの  
制作から集客施策も  
丸投げ可能

ホワイトペーパーのターゲット設定・制作依頼も可能です。制作から集客まで弊社に丸投げで、貴社のBtoBマーケティングをアウトソース。

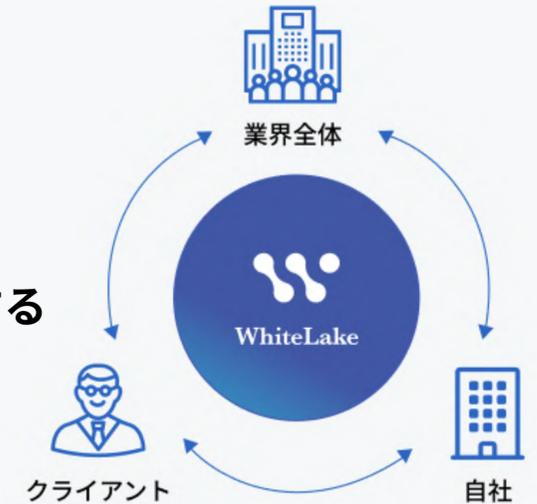


ホワイトペーパー・サービス資料に特化した

## 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

# BtoBサイト高速立ち上げパッケージ

最短3ヶ月でBtoBサイトの運用ができる！

## 最速で始める BtoBサイトパッケージ



特徴

01

最短3ヶ月でBtoBに必要な機能が全て揃った、BtoBサイト（WordPress）の立ち上げ可能

特徴

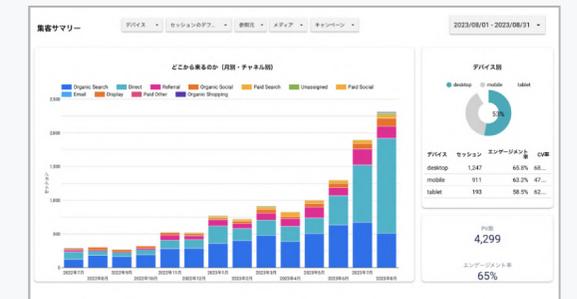
02

フロントデザイン・UIトナマナは貴社仕様にフルカスタマイズ可能

特徴

03

GA4・GTM・Looker（BIツール）の初期設定・KPIモニタリング設定も代行

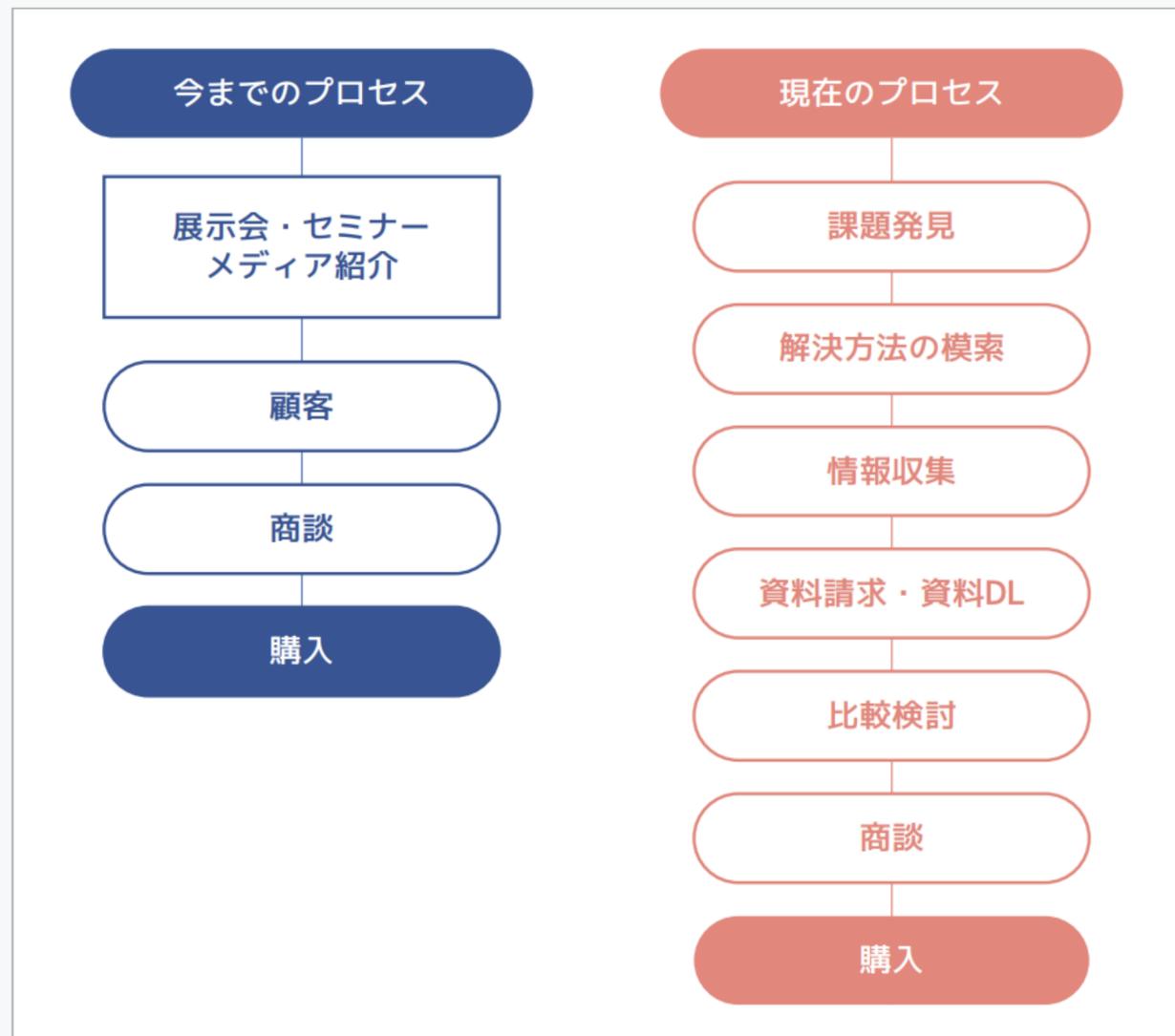


---

# BtoBリード・商談獲得におけるThe Model型 クイックウィン体制の構築

# The Model型とは

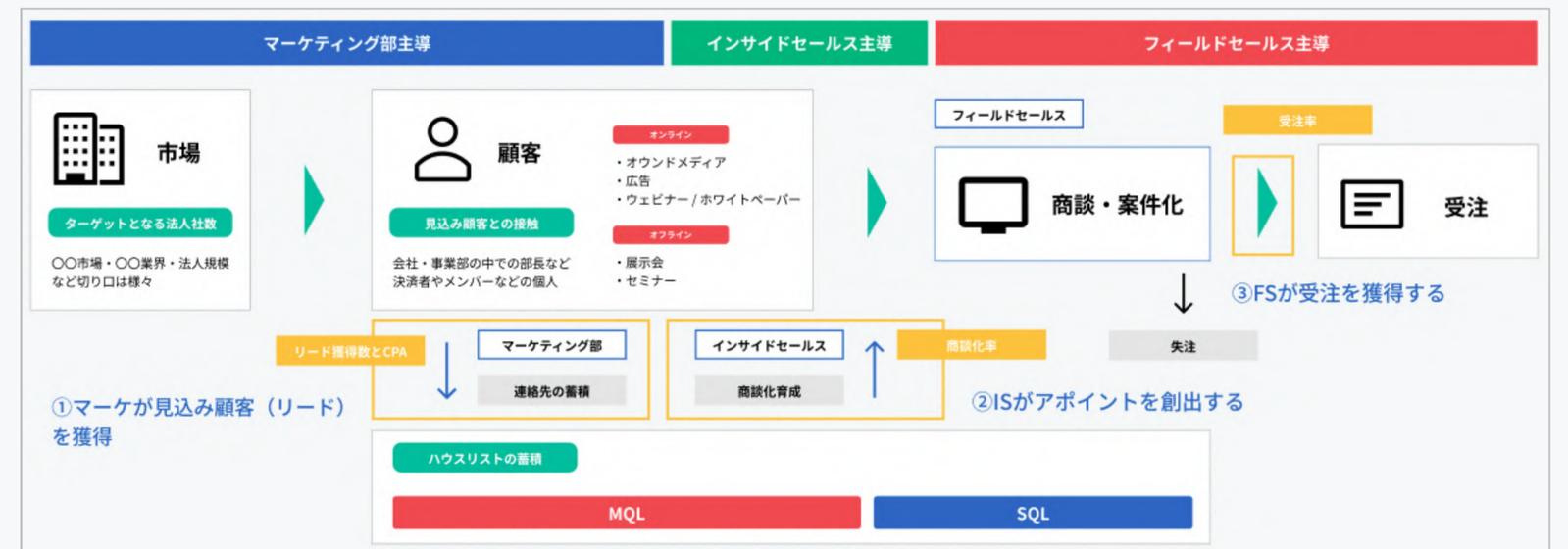
BtoB業界では、マーケティングとセールスを分業する**The Model型**の組織体制が主流に



従来型の営業手法



分業された営業手法  
The Model型



## BtoB営業は分業体制へとシフト

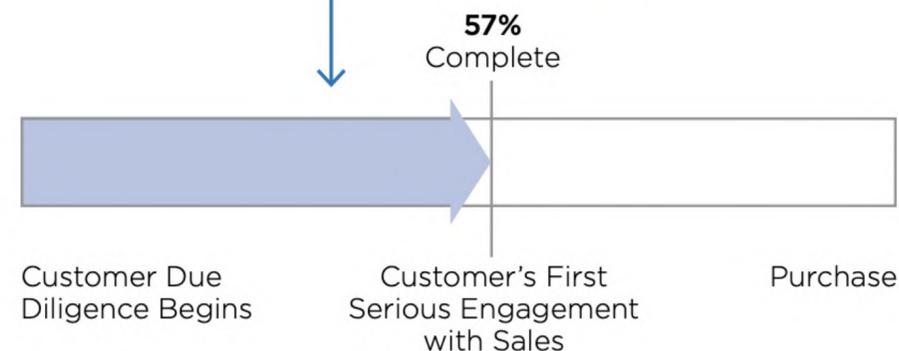
より効率的な受注を目指して、BtoB営業は、**マーケティング・インサイドセールス・フィールドセールスの分業体制**が一般的になった。能動的に情報を求める顧客との接点を持つことが非常に重要となった。

# 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

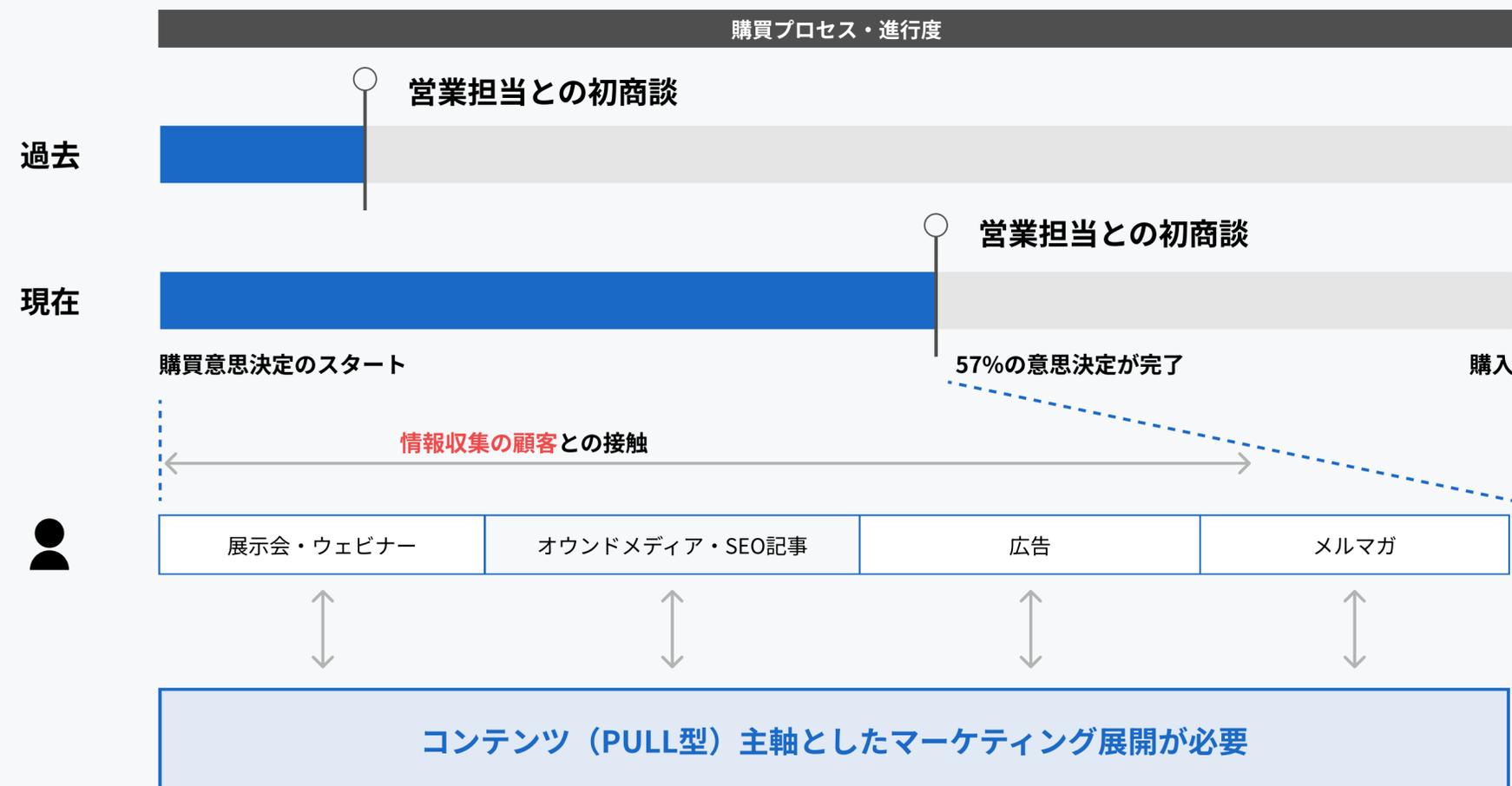
Figure 1: Degree of Progress Through the Purchase Process Before Engaging Sales  
Customer Average

Customers are choosing to delay commercial conversations with suppliers.



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

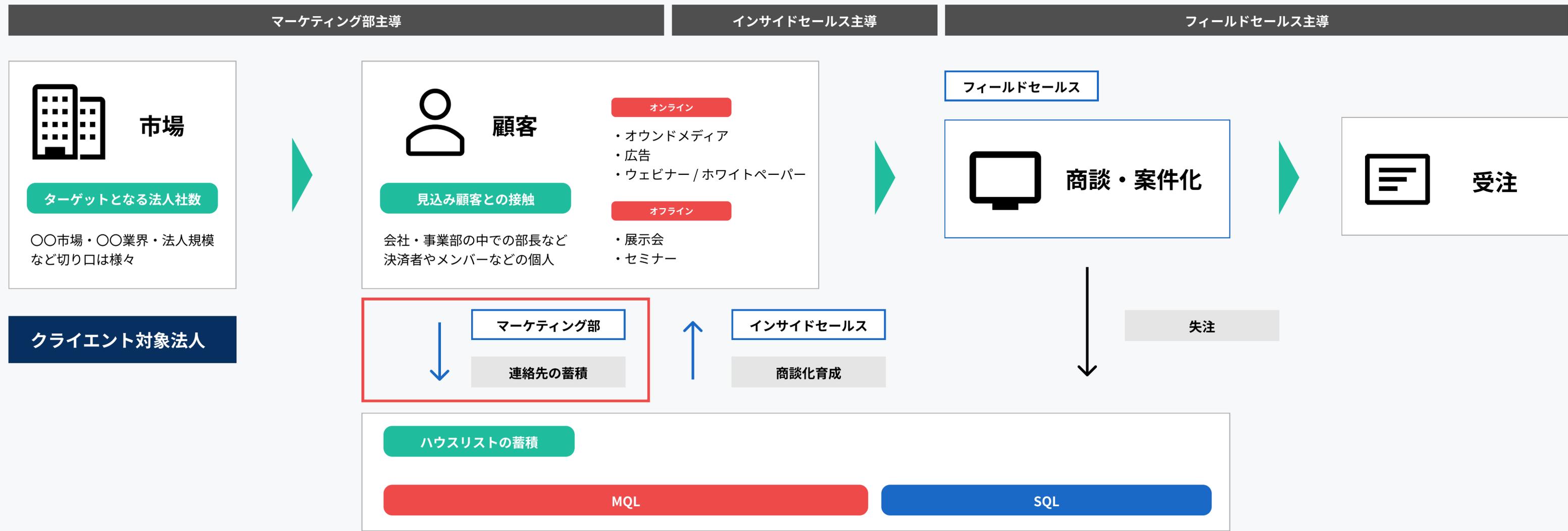
顧客は営業と初めて商談を行うまでに能動的な情報収集を行う。そのため意図的に商談を送らせている傾向にある。



情報収集中のユーザーとの接触をコンテンツで行うことで、潜在層へのリーチを可能にする

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

マーケティング部署でリードを獲得しないことには、IS・FSは動けない

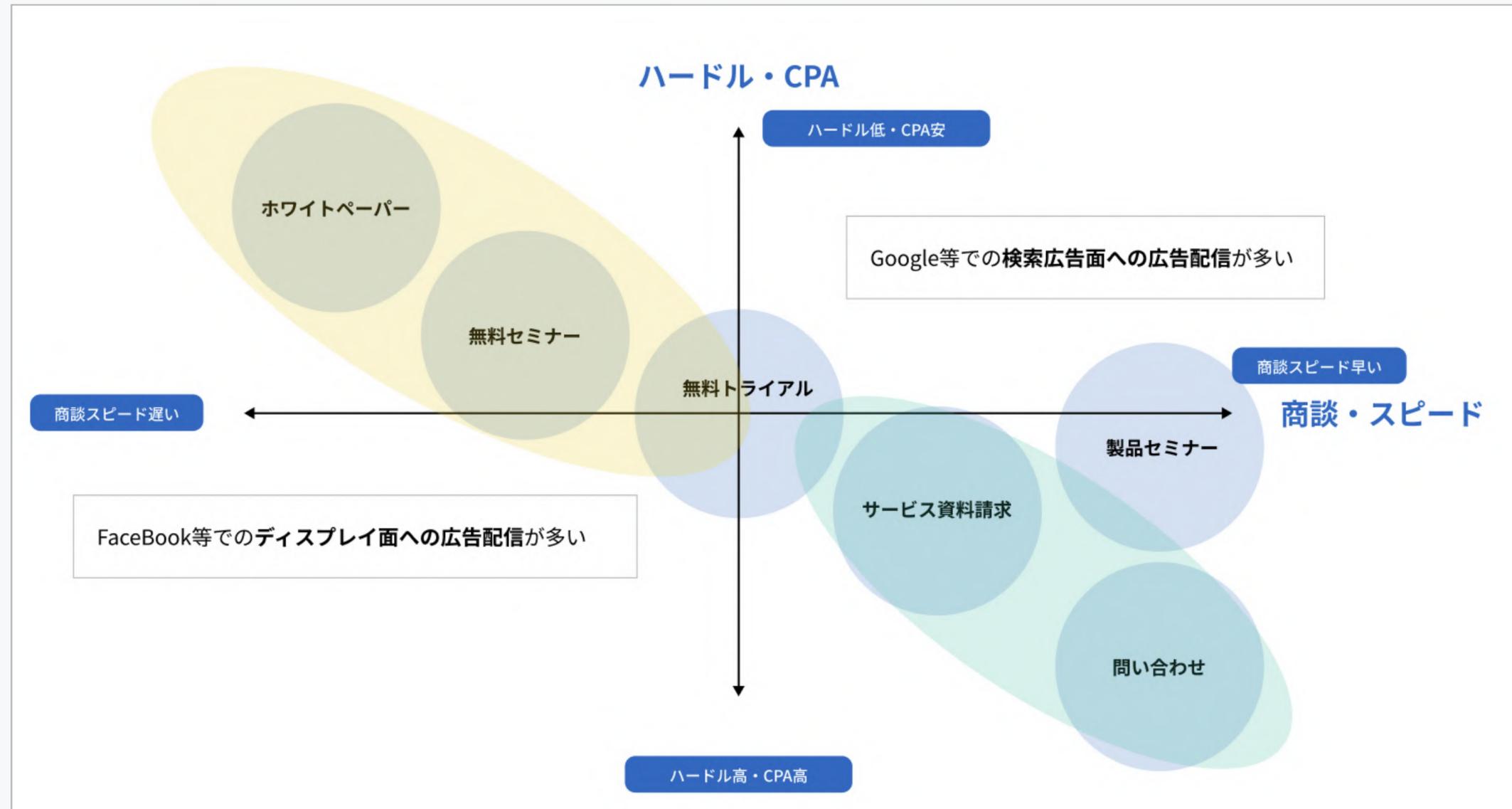


# 少人数組織でのクイックウィン体制

## クイックウィンはホワイトペーパー・ウェビナー × インサイドセールスでの商談化



## ホワイトペーパー・ウェビナー\* 広告\* ISで最小リソースで結果を出す



商材にもよるものの、サービス資料請求や問い合わせでの広告配信では、CPAが高どまることが多い。特にスモールスタートのミニマム予算でスタートする場合、1リード獲得に5~10万円かかることもあり得る。

そのため、リードCPAを安く抑えられるPull型コンテンツ（ウェビナーやホワイトペーパー）を中心に集客をかけていき、ハウスリストへの資産としつつ、ISで効率的にアポを作っていく流れが好ましい。

# コンテンツの種類によるCPAと受注率

## ホワイトペーパー・ウェビナーともにリード獲得と受注のデモグラで質をコントロール

### 課題解決型

平均CPA：5,000~15,000円  
(ホワイトペーパー)

課題解決型は、**潜在層に向けた訴求**であるため、ターゲットが広くダウンロード・申込される可能性が高くなる。そのため、CPAも安くなりやすい。



### 事例紹介型

平均CPA：15,000~25,000円  
(ホワイトペーパー)

事例紹介型は、**顕在層に向けた訴求**であるため、ダウンロード・申込のハードルは高くなるが、導入企業のブランド力によっては、多くのリードを獲得できる可能性がある。CPAは、高めだが商談化にはつながりやすい。



### サービス紹介・概要資料

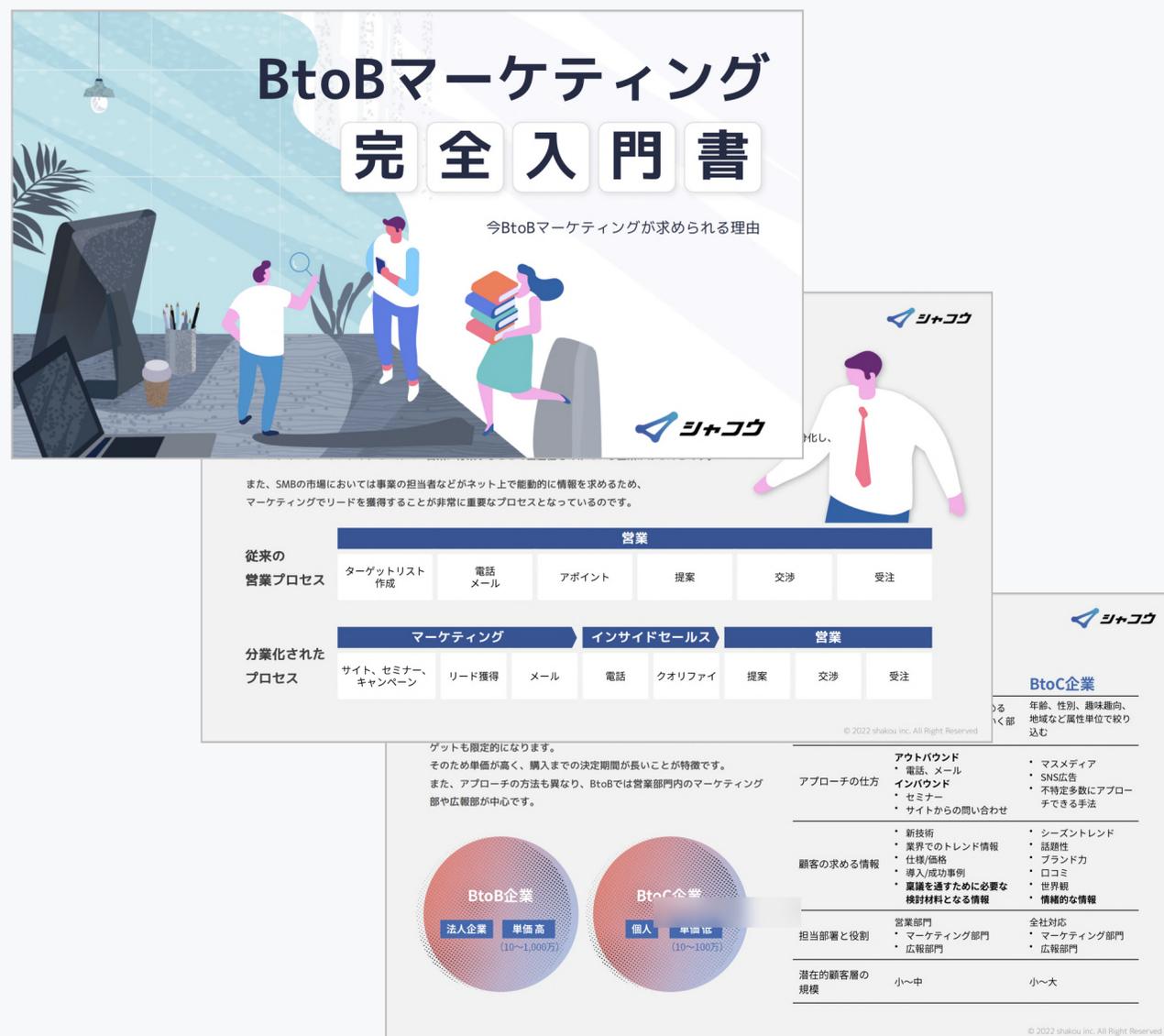
平均CPA：20,000~50,000円  
(ホワイトペーパー)

サービス資料・概要資料は、**比較検討層に向けた資料**であるため、ダウンロードのハードルはかなり高くなる。CPAは、高めだが商談化・受注にはつながりやすい。



# 1手目はホワイトペーパーを推奨

## ホワイトペーパーはマーケティング部署マターで進めやすい施策



**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

ターゲットも限定的になります。そのため単価が高く、購入までの決定期間が長いことが特徴です。また、アプローチの方法も異なり、BtoBでは営業部門内のマーケティング部や広報部が中心です。

**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
- マスメディア
- SNS広告
- 不特定多数にアプローチできる手法
- 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
- 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

© 2023 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。

# ホワイトペーパーは資産性が高い

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。

# 共催ウェビナーはリード獲得に大きな武器

施策難易度が高いものの共催ウェビナーが行えるとリード獲得はさらに進む

マーケの達人に聞く！  
コンテンツマーケティングのKPIは何に置くべきか？  
BtoBコンテンツマーケティングの  
**最適解**  
株式会社シャコウ 代表取締役社長 太田 翔葵 氏  
エキサイト株式会社 執行役員 大熊 勇樹  
2023.07.12 (水) 14:00-15:00 ONLINE

生成系AI時代のBtoBコンテンツマーケティング手法  
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**  
株式会社シャコウ 代表取締役 太田 翔葵  
株式会社ヘーシック マーケティンググループ 見山 悠妃  
株式会社デボノ 代表取締役 後藤 田 隼人  
エキサイト株式会社 セールスマネージャー 山縣 昇也  
2023.08.08 (火) 14:00-15:00 ONLINE  
第一部 戦略・KPI設計編 | シャコウ | debono | excite | basic | 第二部 生成系AI活用編

## ウェビナーのメリット

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

**リアルタイム性があり、人・会社への愛着**が湧く

資料だけでは伝わりきれない人柄や会社の魅力も伝えられるため、商談に進んだ際の受注率が上がりやすい。

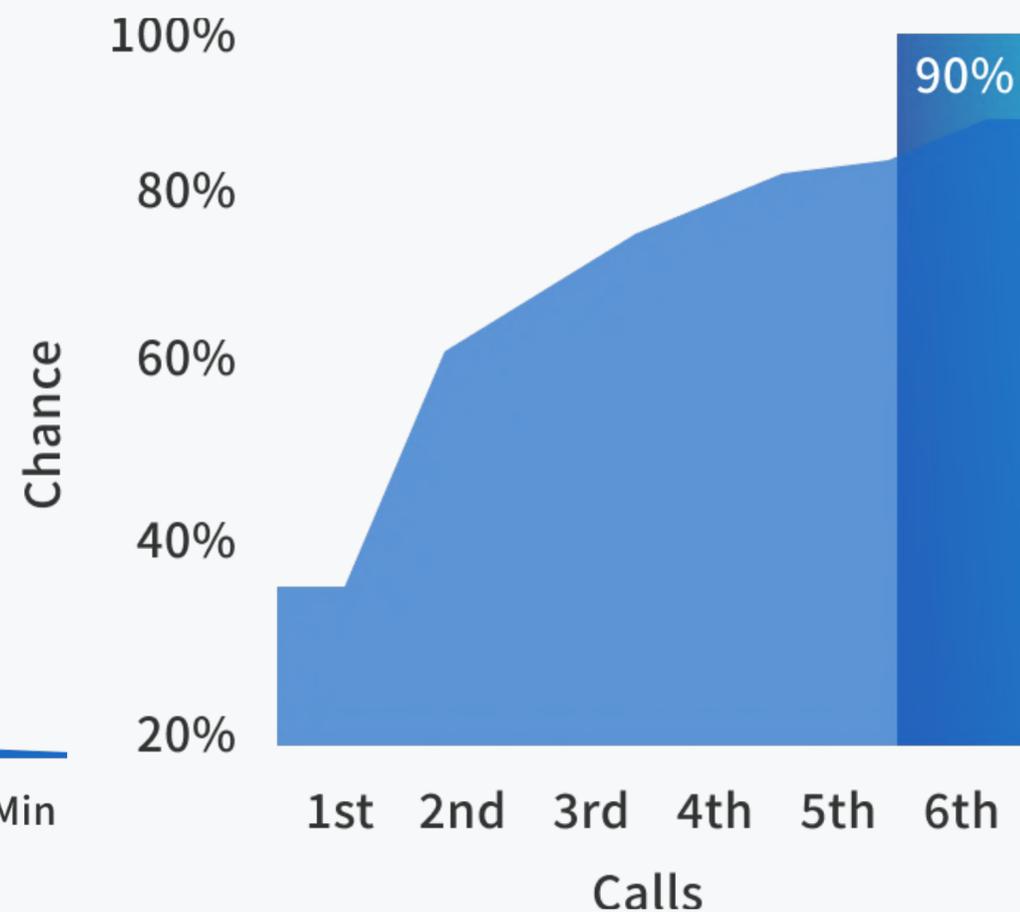
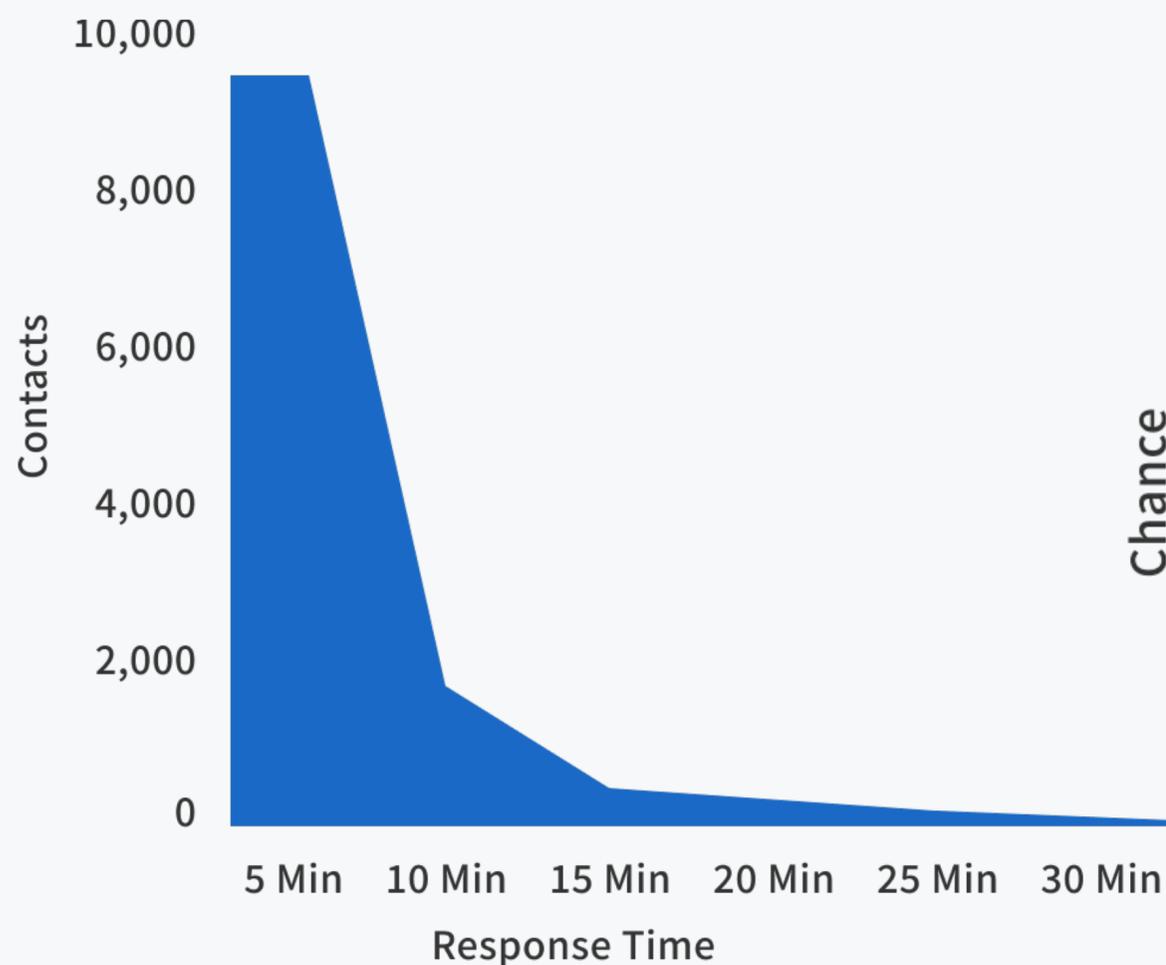
03

**共催先のハウスリストからリード**を獲得できる

自社と相性の良い共催先とウェビナーを開催できると、低コストで大量のリード獲得を行うことも可能。

# インサイドセールスに求められる架電体制

インサイドセールスは5分以内架電・フォローコールは6回を徹底する



## リード獲得後5分以内に架電する

ホワイトペーパーやサイトでのリード獲得後、5分以内に接触できているかが重要。ウェビナーの場合は当日からコールをスタート。5分か10分かで4倍も差が出る。

## フォローコールは6回はかける

不在により通電しないことは多々あるため、最低6回はフォローコールを行いたい。6回かけることで、コンタクト率は90%まで引き上がる。ISのオペレーションが重要。

引用：[Fast Reply Time is Key to Sales in the Propane Industry](#)



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