

セキュリティ業界向け BtoBマーケ・セールス 施策の定石

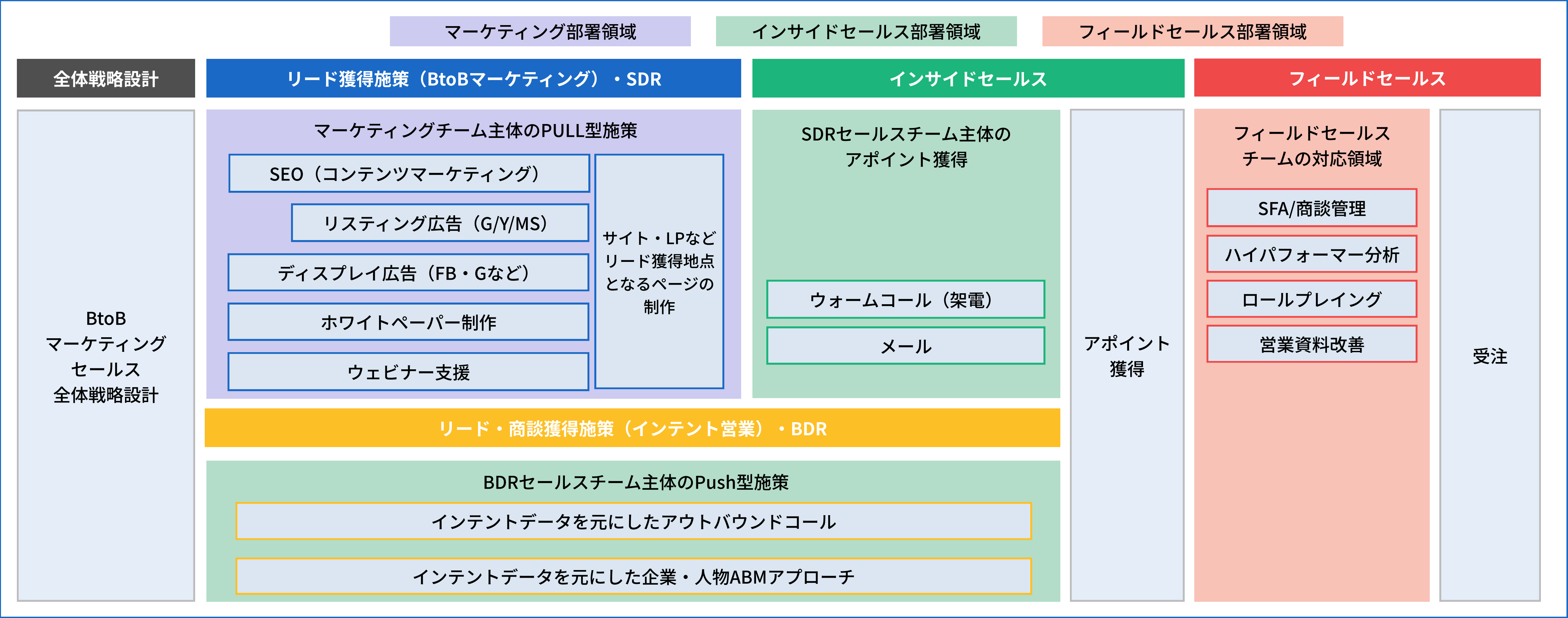
情報システム部門ターゲット企業向け
限られたリソースで成果を最大化するための
施策優先度と実行フレーム



セキュリティ商材での BtoBマーケ/セールス施策の優先度の決め方

BtoBマーケ/セールス施策の優先度の決め方

限られたリソースの中で最大限の効果を出すために、BtoBマーケ・セールス施策の優先度を決める必要がある



ターゲットイメージ

情報システム部門ターゲットは、市場に母数が少ないが、担当者ベースで情報収集ニーズは強い

ペルソナ例



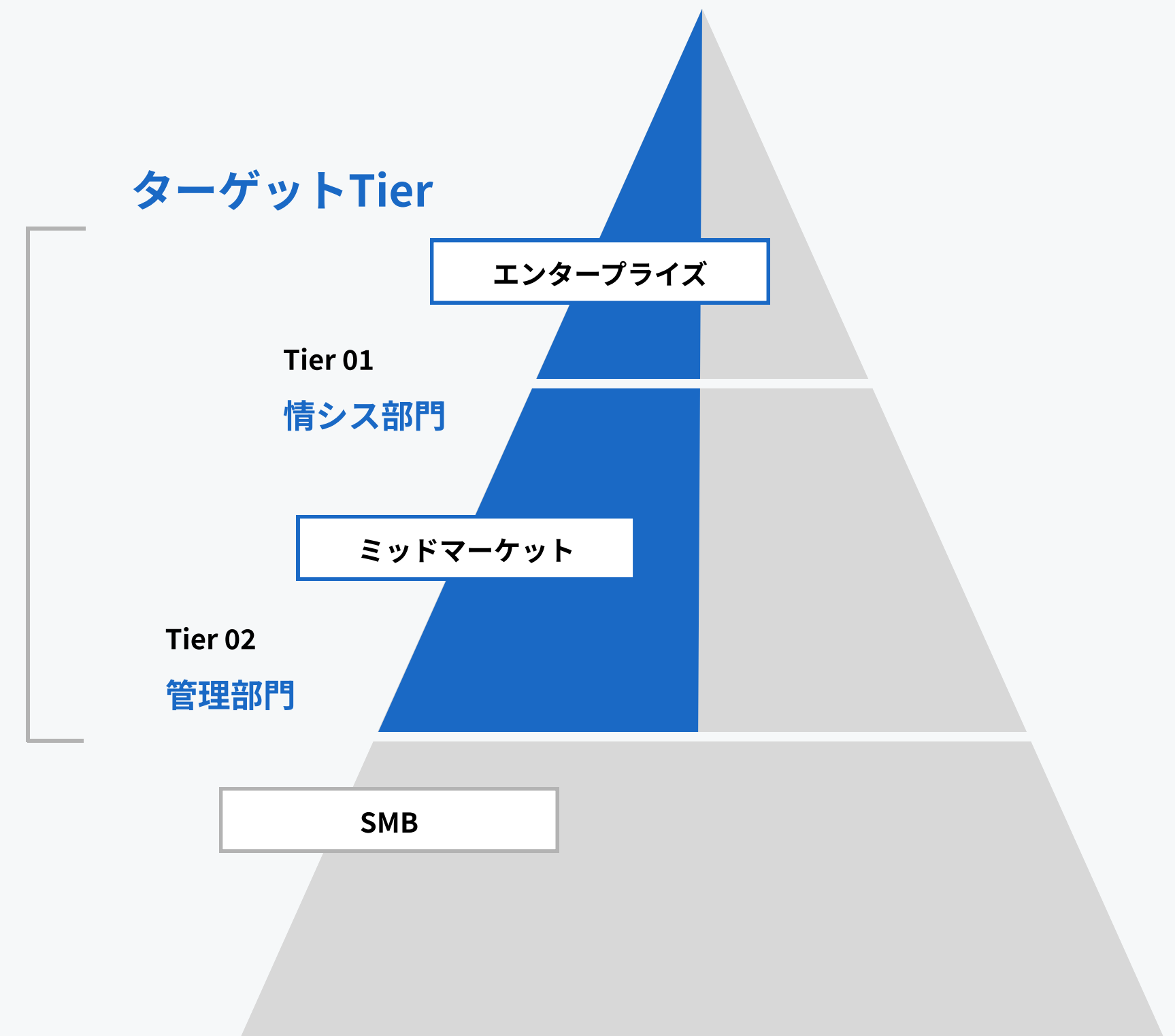
企業規模：ミッド～エンタープライズ
所属部署：情報システム部・管理部
生態：セキュリティリスクに対して常に備えておかねばならない部署のため、日々情報収集やキャッチアップに熱心

セキュリティ商材のターゲット特徴

商材のターゲットが主に情報システム部門になるため、市場に母数が少なく、ミッド～エンタープライズ企業が中心ターゲットとなる。

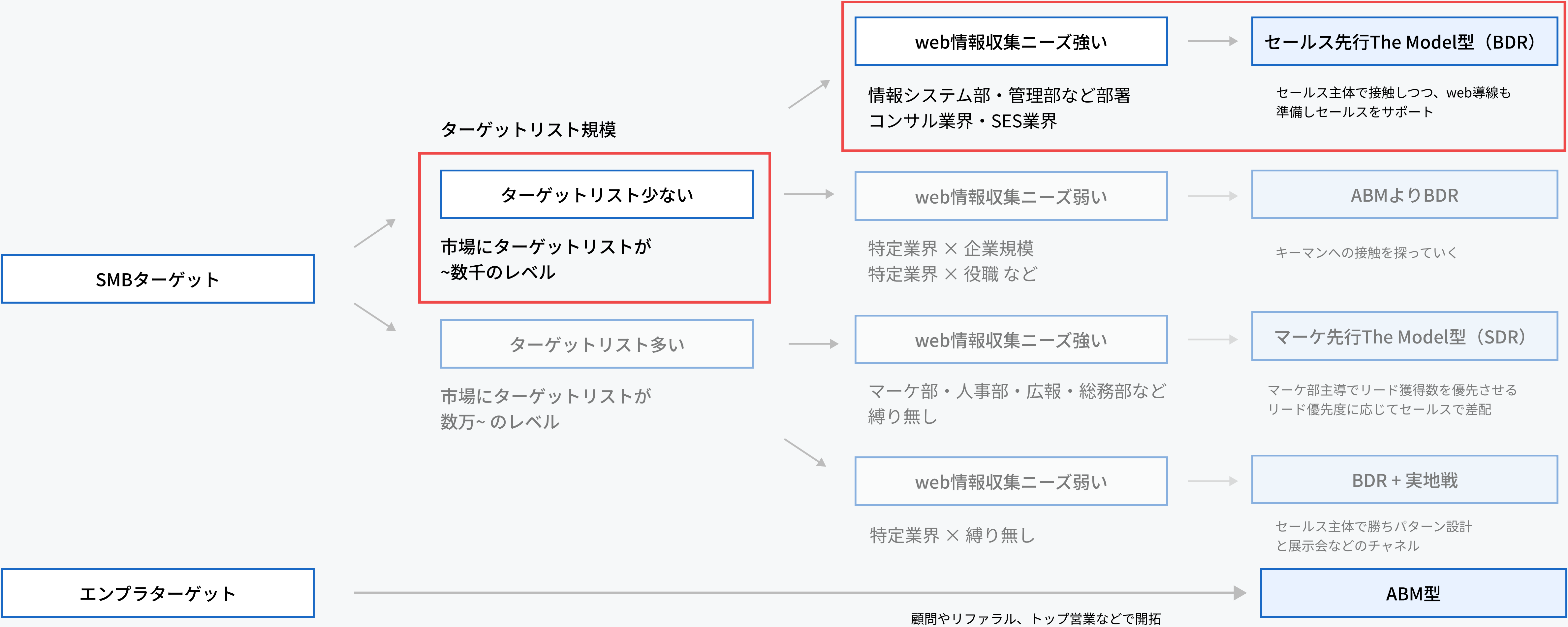
母数が少ないため、マーケティングを起点としたアプローチよりもセールス起点でフックしつつ、情報収集熱心な性質にあった施策を展開していく。

ターゲットTier



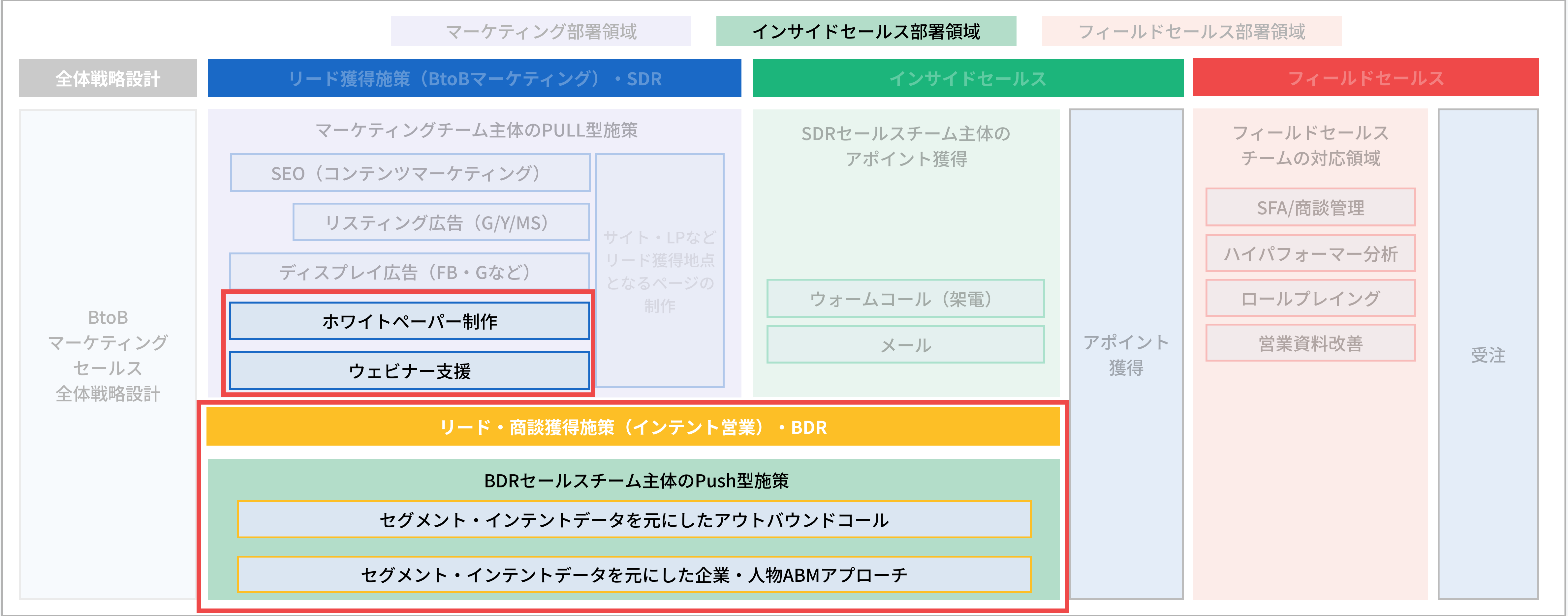
セキュリティ商材でのBtoBマーケティング/セールス施策の優先度の決め方

情報システム部門向けのBtoBの大枠施策では、セールス先行The Model型（BDR）が有効



優先度の高い施策

アウトバウンド施策でアプローチしつつ、情報収集ニーズに応えられるコンテンツを用意しておく



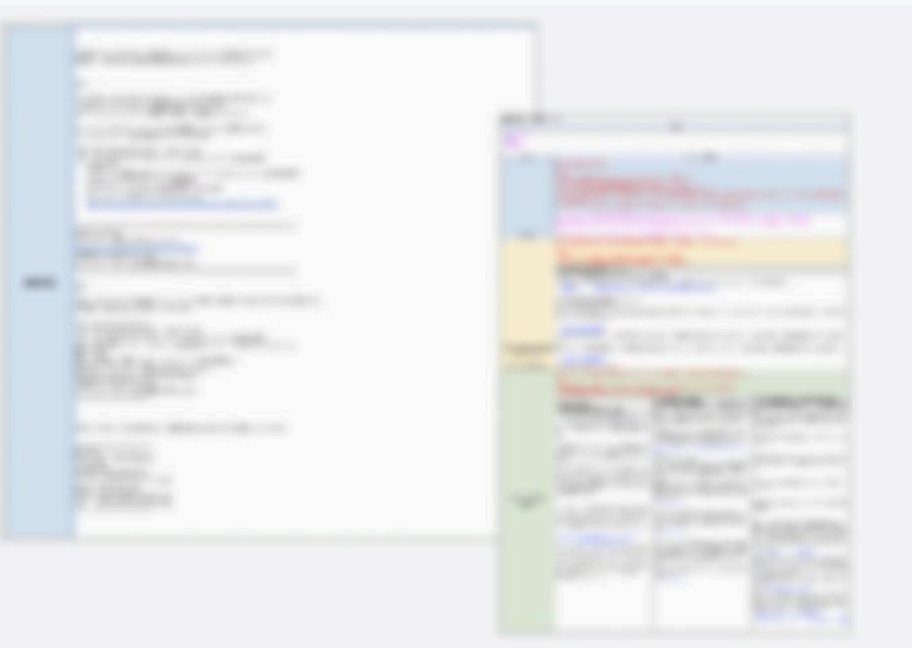
アウトバウンド施策の運用ポイント

BtoB インサイドセールス（BDR）攻略

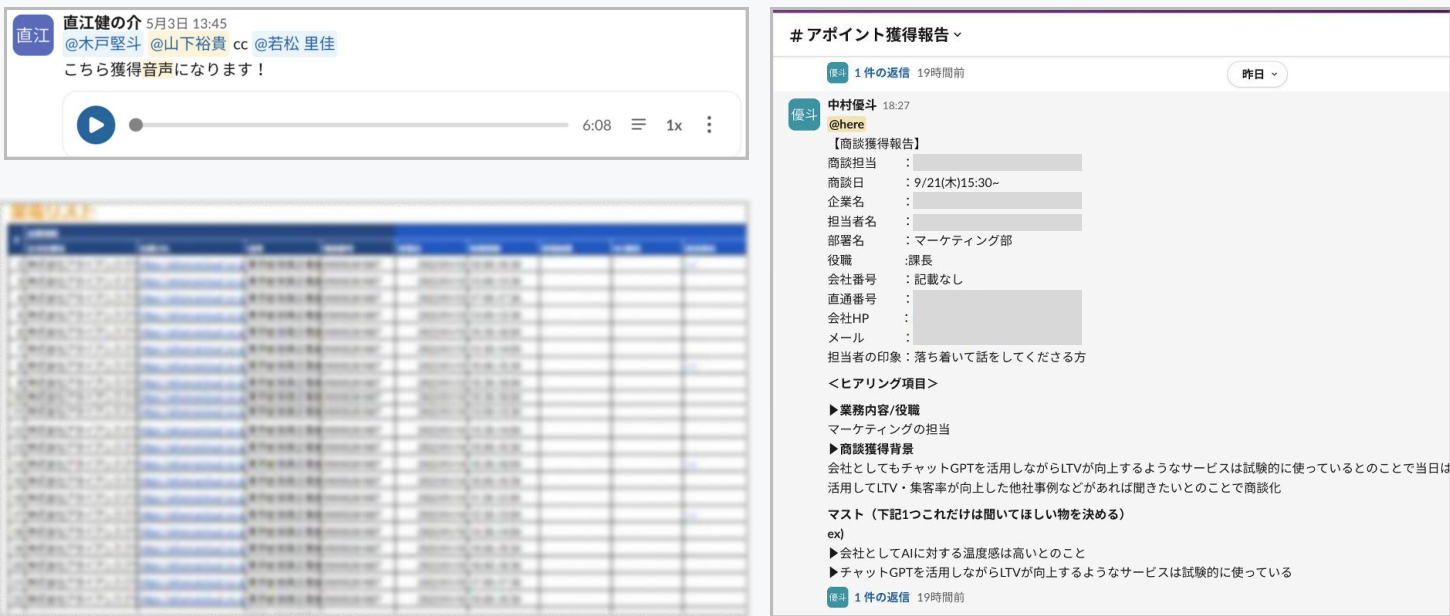
BDRは結果が素早く見えるため、週次単位で進捗を見ながら改善PDCAに載せていくことが重要

トーク訴求の磨き込みからコール進捗等を可視化しながらBDR施策を運用。週次でのインサイドセールスMTGとセグメント別のデータ分析で毎週ごとに施策改善のPDCAを回す

トークスクリプト・フォーム文面の磨き込み



架電進捗やトーク録音を開示・BANTヒアリングでのアポ獲得



トーク別・エリア別・業種別・企業規模別などでの勝ちパターンを発見する



リストのアップデート

会社名	業種	従業員数	所在地	担当	連絡先	備考
株式会社A	製造業	1000人以上	東京都	田中 太郎	03-XXXX-XXXX	
株式会社B	サービス業	500人以上	大阪府	佐藤 花子	06-XXXX-XXXX	
株式会社C	小売業	1000人以上	千葉県	鈴木 一郎	04-XXXX-XXXX	
株式会社D	金融業	500人以上	東京都	高橋 美咲	03-XXXX-XXXX	
株式会社E	製造業	1000人以上	神奈川県	山田 健一	04-XXXX-XXXX	

週次でのインサイドセールス定例MTG・改善



BtoB インサイドセールス（BDR） 攻略

BDRで専攻していく 場合に変数となる箇所が少ないため、ポイントごとに施策のレベルを上げることが重要

BDR施策の流れ

リスト作成



・リスト作成のポイント
法人リストツールなどで業種・業界や従業員規模、売上、資本金などセグメントでターゲットを絞り込む。また、リストが広い場合、インテントデータや採用データなどでの絞り込みも有効。

コール実施



受付突破



・コール実施と受付突破のポイント
一定の企業規模以上では、受付にまず繋がるため受付突破ができるかが鍵。バイネームや部署情報での転換をしてもらえるようにコール。また先に資料などを送っておくのも有効。

キーマン接続



アポ獲得



・キーマン接続からアポ獲得のポイント
キーマン接続後にアポが獲得できるかは、どこまでニーズ喚起ができるかによる。訴求軸とトークスクリプトの磨き込みやアポ失注時の別ハードル（ウェビナーやホワイトペーパー）があると尚良い。

BtoB インサイドセールス（BDR） 攻略

目的にあったリスト作成方法を選ぶ必要がある。セグメントリストごとに合わせたトーク訴求を作成する

リスト作成の方法

リストごとにトーク訴求を用意する

業種業界や従業員数などからターゲティング

業種	SaaS	人材	コンサルティング	制作会社
企業規模	従業員数10人未満	従業員10~50人	従業員50~100人	従業員100人~
部署	マーケティング部	営業部	DX推進部	
役職	経営者	役員	事業部長	マーケティング担当者
年間LTV	100万円	300万円	1000万円	3000万円
課題・ニーズ	新規リード獲得数が 足りていない	リードは取れているが 商談に繋がらない	ハウスリストへの フォローができていない	BtoBマーケを始めたいが 人材が足りない

営業リストを作成する上で一般的な情報。サービスのターゲット業界や従業員規模数などが決まっている場合は、リスト作成が容易。

web情報やインテントデータなどからターゲット



web情報やインテントデータを活用してリストを作成。静的データでは取得できないリスト作りが可能。

複数の手法を組み合わせることで精度の高いリストを作る必要

リストセグメントA



×

リストセグメントA



リストセグメントB



×

リストセグメントB



リストセグメントC



×

リストセグメントC



BtoB インサイドセールス（BDR） 攻略

複数のアウトバウンド施策を組み合わせることでキーマン接続率を上げる

アウトバウンドコール

アウトバウンドコールに関して

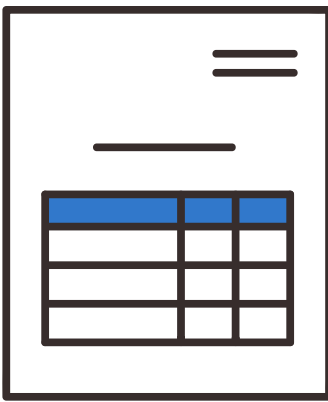
BDRでの王道手法。タイミングや受付の人ごとの特徴、入り口のトークでの温度感・声色など属人的な要素が多いものの、まずはキーマンに接続できることを優先してPDCAを回していく。



フォーム営業

フォーム営業・問い合わせ営業に関して

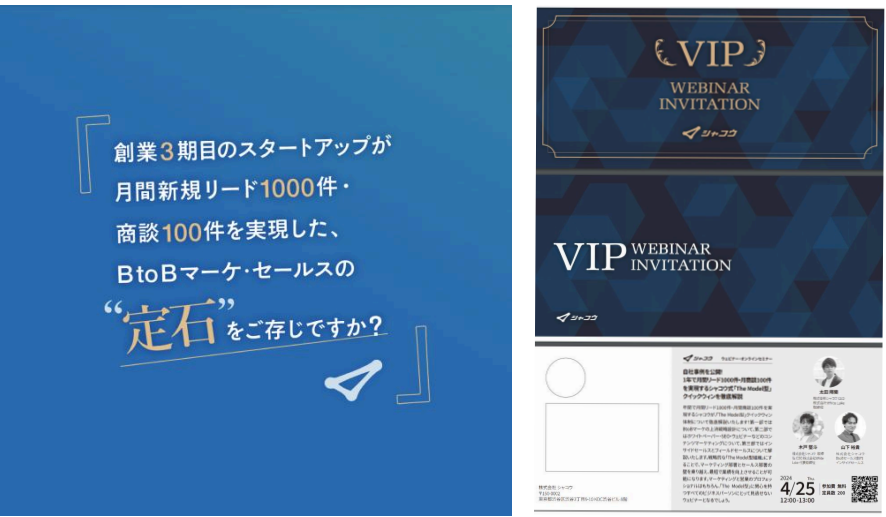
特に、電話に出づらい業種や業界（SaaS業界のメーカー）などは、フォーム営業でのアプローチが有効。情報収集観点で内容に目を通していているケースも多いため、訴求を磨いていく。



郵送DM

郵送DM・手紙DMに関して

役職者やターゲット部署が決まっている場合は、手紙DMや郵送DMも有効。届いた際に開封してもらえるデザインや内容にしておくことが重要。



複数のアプローチを用いることでキーマン接続率を上げる

BtoB インサイドセールス（BDR） 攻略

目的にあったリスト作成方法を選ぶ必要がある。セグメントリストごとに合わせたトーク訴求を作成する

歩留まりを可視化し、改善ポイントを把握できる運用にする

多面的にデータを分析する

日時単位でコールの進捗を細かく追う体制を確立
(定量分析)

項目	合計コール数	2024/04/24	2024/04/25	2024/04/26	2024/05/01	2024/05/02	2024/05/07	2024/05/08	2024/05/09	2024/05/10
コール数	1,872	6	14	12	10	15	22	48	54	67
通電せず (親アナ・留守)	278	0	4	0	4	7	1	10	5	15
受付止まり・担当不在	839	2	6	6	5	5	4	18	27	21
受付止まり・営業NG	246	0	0	2	0	0	1	3	0	4
受付止まり・HP問合せ希望	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0
受付止まり・その他	4	0	0	0	0	0	1	0	1	0
受付止まり・資料送付	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
担当不在・5コール終了	66	0	1	0	0	0	2	0	1	2
キーマン接続_NG	182	0	1	2	0	0	6	5	11	6
キーマン接続_再コール	58	1	0	0	0	1	0	2	2	3
キーマン接続_資料送付	38	1	1	1	0	0	1	3	2	7
キーマン接続_リード獲得	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
リード獲得合計	63	1	1	1	1	0	1	3	2	7
アポイント	54	1	0	0	1	2	5	4	3	2
キーマン接続数	318	4	3	4	1	3	13	17	20	25
キーマン接続率	16.99%	66.67%	21.43%	33.33%	10.00%	20.00%	59.09%	35.42%	37.04%	37.31%
キーマン接続後アポ率	16.98%	25.00%	0.00%	0.00%	100.00%	66.67%	38.46%	23.53%	15.00%	8.00%
リード獲得率	3.37%	16.67%	7.14%	8.33%	0.00%	0.00%	4.55%	6.25%	3.70%	10.45%
コールアポ率	2.88%	16.67%	0.00%	0.00%	10.00%	13.33%	22.73%	8.33%	5.56%	2.99%

アポ失注時の理由もできる限りアンケートを取る
(定性分析)

アポ失注

失注理由A (55%)

失注理由B (25%)

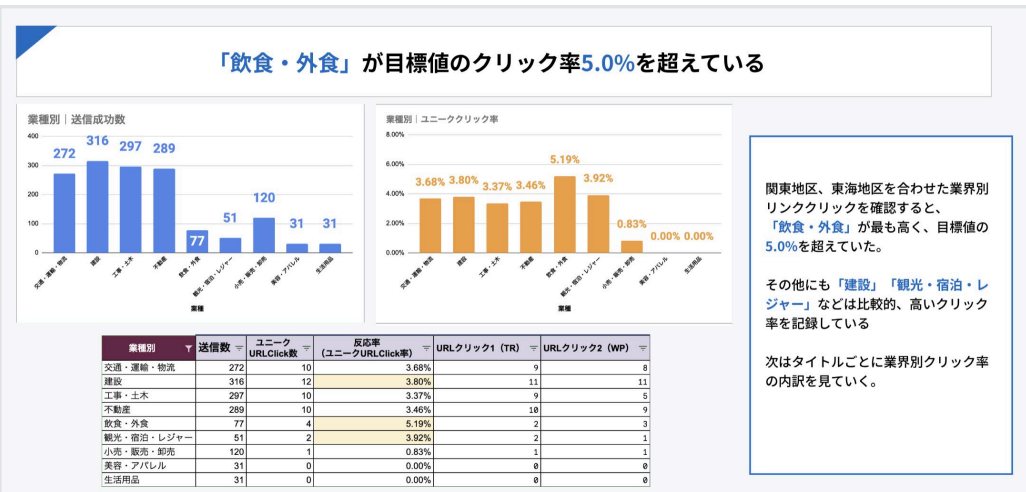
失注理由C (15%)

失注理由D (5%)

通電におけるデータ分析

時間帯	発信数	通電	アポ取得	KM通電率	アポ率(コール)	アポ率(KM接続)
8時台	23	6	0	26%	0%	0%
9時台	281	97	20	35%	7%	21%
10時台	307	115	28	37%	9%	24%
11時台	369	139	28	38%	8%	20%
12時台	210	34	8	16%	4%	24%
13時台	346	120	23	35%	7%	19%
14時台	363	117	17	32%	5%	15%
15時台	331	95	21	29%	6%	22%
16時台	263	74	16	28%	6%	22%
17時台	269	42	8	16%	3%	19%
18時台	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
19時台	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
20時台	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

業種・業界ごとの反応データ

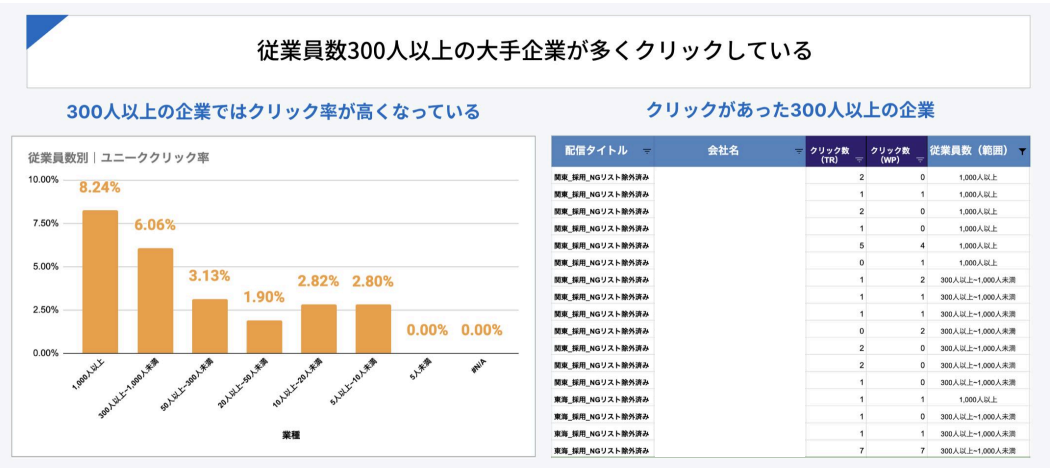


定量的にコール進捗を可視化しておくことで、通電に問題があるのか、キーマン接続時に問題があるのかなど問題の可視化が可能。

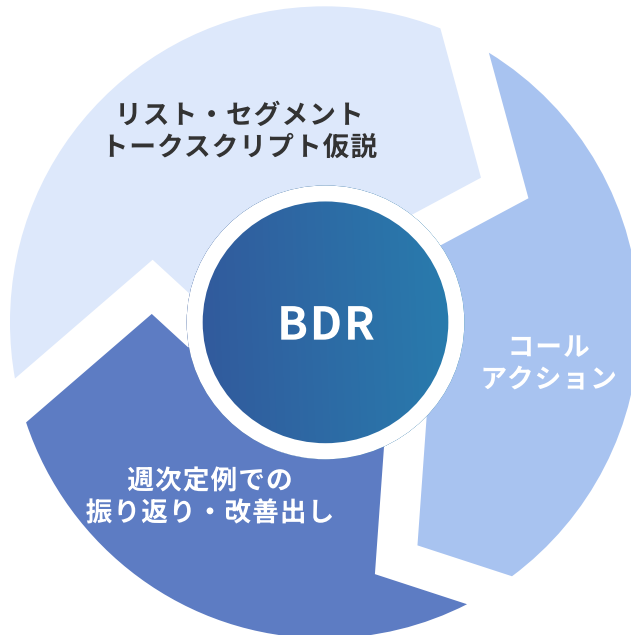
アポ失注時の理由もアンケートをとり、分類しておくことで、トーク改善やサービス改善の運用も回っていく。

定量面・定性面両面での改善が図れる体制を構築する

従業員数別の反応データ



データから仮説を作り検証する



セールス先行The Model型（BDR）

アポ失注に備えて、別ハードルでのリード獲得地点があると、リード情報の取得が進む

BLOG

ウェビナー・オンラインセミナー

3社のBtoB事業経営者が語る

SaaSとBPOで実現する

ビジネスプロセスの構築

BPaaS最新事例

2023.12.21

12:00-13:00

ONLINE

B to Bマーケティング

【イベント終了】3社のBtoB事業経営者が語るSaaSとBPOで実現するビジネスプロセスの構築『BPaaS』最新事例

日時 2023-01-26 14:00

会場 オンラインセミナー（Zoom）

顧客理解から始めるホワイトペーパー・動画・サイト改善のベストプラクティス

顧客理解から始めるホワイトペーパー・動画・サイト改善のベストプラクティス

2023.12.07

13:00

ONLINE

B to Bマーケティング

【イベント終了】BtoBマーケティング×クリエイティブで顧客を掴む！顧客理解から始めるホワイトペーパー・動画・サイト改善のベストプラクティス

日時 2023-12-07 13:00

会場 オンラインセミナー（Zoom）

クリスマス特別プレゼントウェビナー！

少人数組織でも取り組める、2024年結果を出すためのコンテンツマーケティング×ナーチャリング施策とは？

2023.12.20

12:00

ONLINE

B to Bマーケティング

【イベント終了】クリスマス特別プレゼントウェビナー！少人数組織でも取り組める、2024年結果を出すためのコンテンツマーケティング×ナーチャリング施策とは？

日時 2023-12-20 12:00

会場 オンラインセミナー（Zoom）

顧客の心を掴む、ウェビナーのチカラ。

Webinar Marketing Conference

最短で成果を出した10社が語るウェビナー成功事例

2023.11.29

10:00-14:30

ONLINE

B to Bマーケティング

【イベント終了】Webinar Marketing Conference 2023 Autumn「顧客の心を掴む、ウェビナーのチカラ」

日時 2023-11-29 10:00

会場 オンラインセミナー（Zoom）

最短で成果を出した10社が語るウェビナー成功事例

2023.11.29

10:00-14:30

ONLINE

excite Timers Shuumatsu WORKER debono opt ミイダス PLAN-B CloudCIRCUS RELO CLUB シャコウ 100%Study

B to Bマーケティング

【イベント終了】BtoBマーケティング×クリエイティブで顧客を掴む！顧客理解から始めるホワイトペーパー・動画・サイト改善のベストプラクティス

TOP > ホワイトペーパー一覧

株式会社シャコウのサービス資料

データ活用により効率的なアウトハンドセールスを実現する

インテントセールス代行（BDR）サービスご紹介資料

シャコウ WhiteLake

自社や競合に興味関心（インテント）のある企業を狙い撃つ？最新営業手法「インテント営業」とは

0円からリード獲得が可能なBtoBメディア

White Radar 媒体ご紹介資料

シャコウ WhiteLake

完全無料(0円)のBtoB特化型メディア「WhiteRadar」の掲載企業様募集集中！

ホワイトペーパーランキング

1顧客理解から始めるホワイトペーパー・動画・サイト改善のベストプラクティス

顧客理解から始めるホワイトペーパー・動画・サイト改善のベストプラクティス

2クリスマス特別プレゼントウェビナー！少人数組織でも取り組める、2024年結果を...

クリスマス特別プレゼントウェビナー！少人数組織でも取り組める、2024年結果を...

3【～12/29まで】ホワイトペーパー制作_サービス資料

【～12/29まで】ホワイトペーパー制作_サービス資料

【商談化率5倍】90秒ホワイトペーパー～「ホワイトペーパーでリード獲得」×「90...

【商談化率5倍】90秒ホワイトペーパー～「ホワイトペーパーでリード獲得」×「90...

ホワイトペーパー一覧

23件

BtoB・BtoC市場分類から見るコンテンツマーケティング戦略設計と実践

シャコウ

株式会社シャコウ

BtoB・BtoC市場分類から見るコンテンツマーケティングの戦略と実践

BtoBコンテンツ入門書～なぜ必要なのか～

シャコウ

株式会社シャコウ

BtoBコンテンツ入門書～なぜ必要なのか～

BtoBマーケティング完全入門書

シャコウ

こんな方におすすめです！

この資料は、BtoBマーケティングに興味があるビジネスパーソンやマーケティング担当者、またBtoB企業の経営者や役員など、BtoBビジネスに関わる人々を対象としています。初心者から中級者まで幅広い層に役立つ情報が含まれています。

資料の主な内容

この資料は、BtoBマーケティングについての入門書であり、初心者から中級者まで幅広い層に役立つ情報が含まれています。BtoBとBtoCの違いや、マーケティングとセールスの違い、そしてBtoB企業がマーケティングで重視すべきポイントについて詳しく解説されています。また、顧客の購買行動の変化についても触れられており、マーケティング担当者が企業のビジネス目標に合わせた戦略を立てる上での参考になります。

無料 30秒で今すぐダウンロード

姓 例) 田中

名 例) 太郎

会社名 例) 株式会社シャコウ

役職名 例) マーケティング部 部長

メールアドレス 例) info@example.com

携帯電話番号 例) 0312345678

個人情報保護方針について <https://shakou-inc.co.jp/privacy-policy/>

☐ 上記に同意する

資料をダウンロードする

シャコウ

© 2024 shakou inc. All Right Reserved

セールス先行The Model型（BDR）

アポ失注アンケートを取りサービス改善に活かすとともに生データからホワイトペーパーの制作などに展開

下記のようなアンケートコールを実施・セキュリティ面の課題感や製品の認知度を調査

アンケートコールから調査型ホワイトペーパーを作成

アポ失注アンケートの分類例



トークスクリプト改善・サービス改善でPDCA

構成案

完成版



アンケートコールを実施することで、顧客の生のデータを収集することが可能。生データの中に顧客のインサイトが詰まっているため、マーケティング側へ応用。質の高いホワイトペーパーを作ることで、アポ失注時のリード獲得が進み、結果としてリード・アポ率の向上につながる。

セキュリティ業界 支援実績例

インサイドセールスの定石運用と勝ちパターンを見つけることで、アポ率1%未満から2%にアポ率大幅改善

企業名	業種・業界	従業員規模	サービス内容
東証グロース上場企業 様	IT	～ 100名	セキュリティ

ご支援 体制図

週次MTGで進捗を細かく振り返りつつ、ISで獲得したアポの営業からのFBをもらい継続改善。商材勉強会も定期開催し、トーク改善に活かす。

マーケ担当者様

FS担当者様

クライアント様PJ責任者様

Before（施策導入前の状況）

アウトバウンドコールでのアポ獲得数が
ほぼなく、型化もできていなかった

施策実施前の具体的な課題

- アポ件数が足りていない
- インサイドセールスの定石がわからず
どこから着手すべきか分からない
- 運用の具体的なイメージが持てない

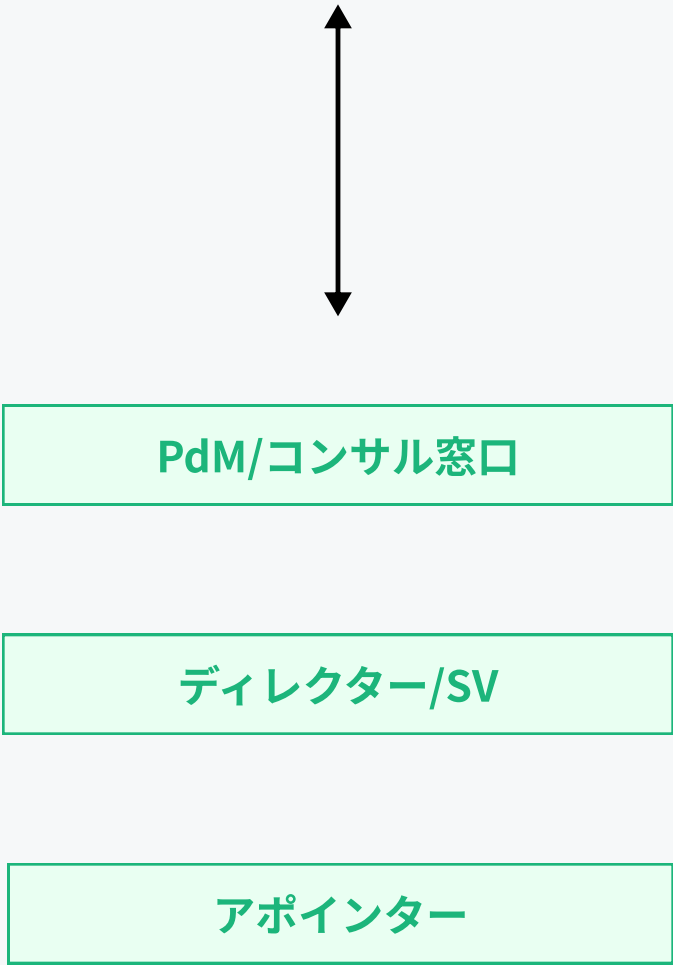


After（施策導入後の状況）

セグメント × 刺さるトークスクリプトの
改善を継続しISの勝ちパターンを確立

施策実施後の具体的な状況

- インサイドセールスの定石に則った運用で継続改善が回る体制を構築
- セグメントとトークスクリプトを科学的にいち早くアポが取れる体制に
- 週次定例で細かく振り返りを行うことで
クイックに施策改善を行える
- アポ失注時にアンケートも設計し、
サービス改善にも活かす



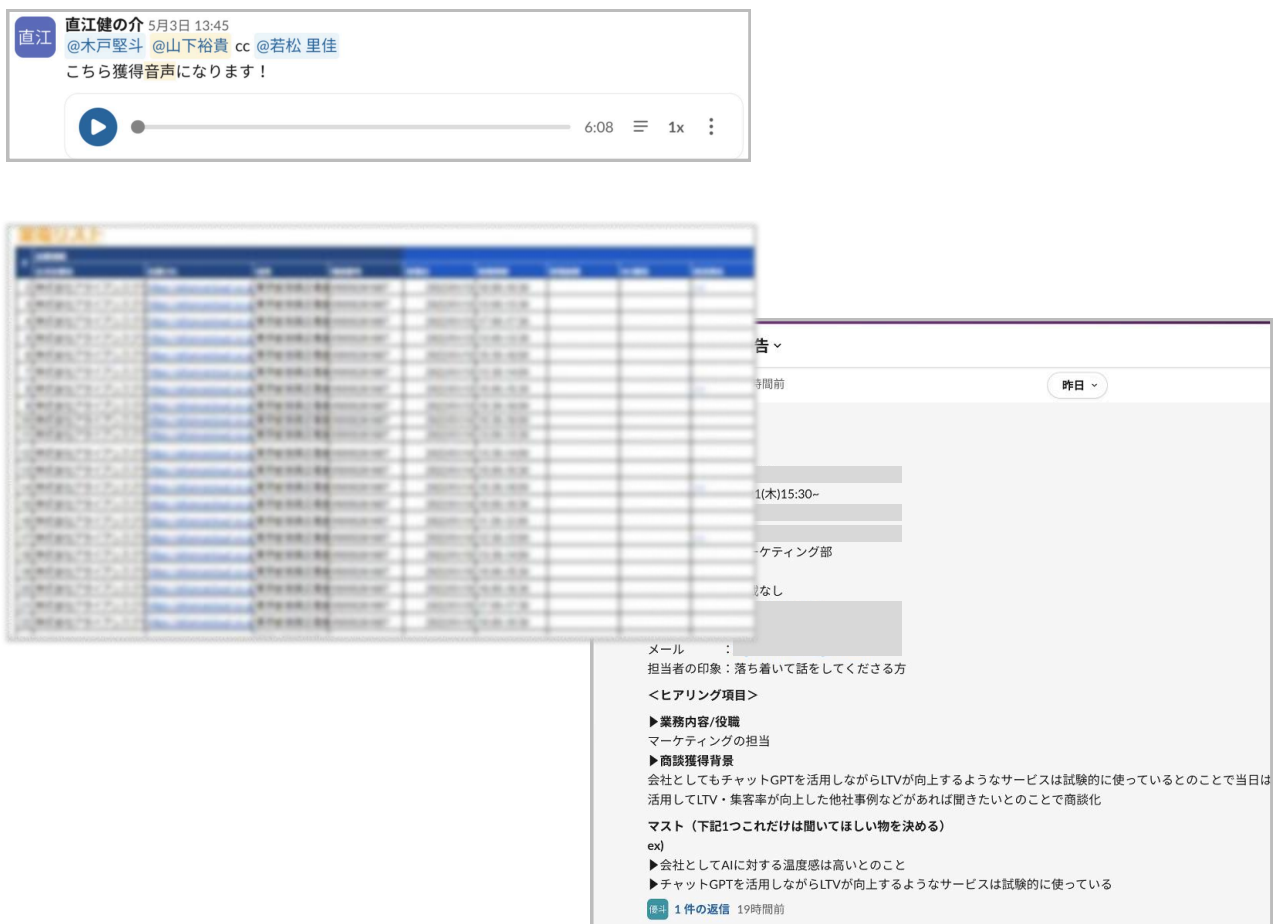
週次単位でPDCA改善を行うことで、勝ちパターンを見つけることでスピーディーなアポ率改善を実現

データを元に週次でのインサイドセールスMTGで方針を決定し、毎週ごとにPDCA改善を行い、勝ちパターンを探っていく

セグメントと刺さるトークスクリプトの作成



トーク録音を開示・BANTヒアリングでのアポ獲得



定量・定性の両面からデータを収集し、分析

項目	合計コール数	水	木	金	水	木	火	水	木	金
コール数										
通電せず (現アナ・留守)										
受付止まり 担当不在										
受付止まり 営業NG										
受付止まり HP問合せ希望										
受付止まり その他										
受付止まり 資料送付										
担当不在 5コール終了										
キーマン接続 NG										
キーマン接続 再コール										
キーマン接続 資料送付										
キーマン接続 リード獲得										
リード獲得合計										
アポイント										
キーマン接続数										
キーマン接続率										
キーマン接続後アポ率										
リード獲得率										
コールアポ率										

定例MTG

東証グロース上場企業 様 導入事例

アポ失注アンケートを取りサービス改善に活かすとともに生データからホワイトペーパーを制作

下記のようなアンケートコールを実施・セキュリティ面の課題感や製品の認知度を調査

アンケートコールから調査型ホワイトペーパーを作成

アポ失注アンケートの分類例



トークスクリプト改善・サービス改善でPDCA

構成案

完成版



アンケートコールを実施することで、顧客の生のデータを収集することが可能。生データの中に顧客のインサイトが詰まっているため、マーケティング側へ応用。質の高いホワイトペーパーをすることで、アポ失注時のリード獲得が進み、結果としてリード・アポ率の向上につながる。

他セキュリティ企業 数値改善例

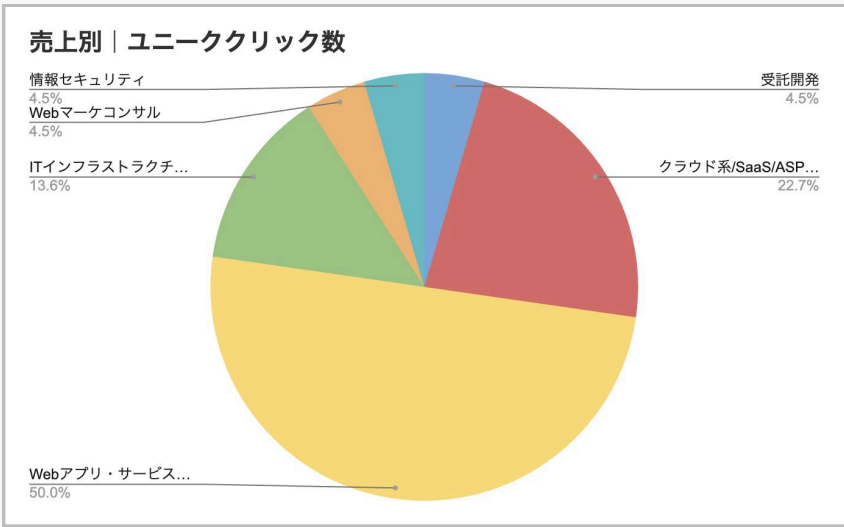
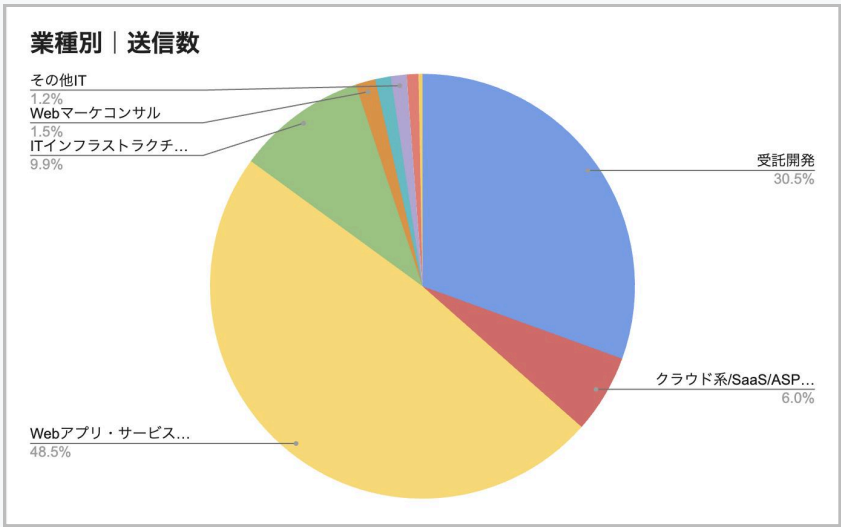
インサイドセールス導入支援で**定量データの取得・アポ率が2倍に改善を実現**

企業名	業種・業界	従業員規模	サービス内容
セキュリティ企業 様	IT	～ 500名	セキュリティ/デバック

定量的な**セグメント別の反応率測定データ**の取得で**ニーズ**を特定

セグメント別反応率測定データ

業種別	送信数	ユニークURLClick数	反応率 (ユニークURLClick率)	URLクリック1 (TR)	URLクリック2 (WP)	URLクリック3 (LP)
受託開発	102	1	0.98%	1	1	1
クラウド系/SaaS/ASPサービス	20	5	25.00%	4	4	4
Webアプリ・サービス運営	162	11	6.79%	7	5	5
ITインフラストラクチャー	33	3	9.09%	2	0	0
Webマークコンサル	5	1	20.00%	1	0	0
情報セキュリティ	4	1	25.00%	0	1	1
その他IT	4	0	0.00%	0	0	0



・施策前の状況

どのような企業に対して、
どのような訴求が刺さるのかが
全くわかっていなかった

・施策後の状況

定量的なセグメント別の
反応率測定データの取得。

・施策前の状況

4社ほどのテレアポ代行に
依頼するも**アポ率0.6%**と低迷

・施策後の状況

ターゲット・トークの見直し、
専門人材のアサインによって
アポ率1.2%を実現

トーク改善や領域専門人材のアサインにより、**アポ率1.2%**を達成

コール結果

コール数	2,972
アポイント	37
アポ見込み	228
不在	1,229
コンタクトのみ	33
なりっぱなし	134
受付NG	981
キーマンNG	215
資料送付 (受)	13
資料送付 (キ)	70
問い合わせ投げ込み	32
コールアポ率	1.2%
キーマン接触数	583
キーマン接触率	20%

会社概要



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



「BtoBの暗黙知をゼロ」にするをミッションに社内外でBtoBマーケ領域で精力的に活動

BtoB Marketing Consultant



BtoBコンサルタント
(戦略設計/マーケティング)

太田 翔葵
Shoki Ota

経歴（現在）

株式会社シャコウ 代表取締役社長
株式会社White Lake 取締役
株式会社wacul（東証グロース） 研究パートナー
株式会社AdAI 顧問
エキサイト株式会社（東証スタンダード） 顧問
（fangrowth事業部）

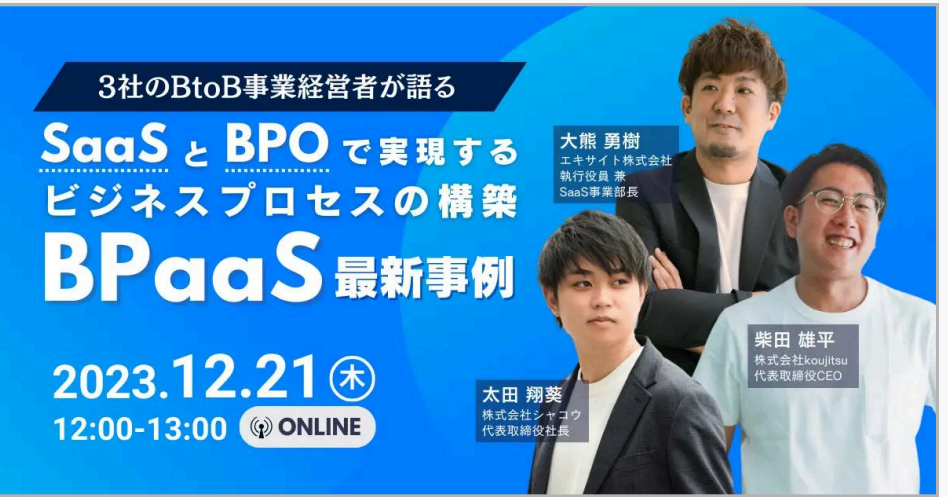
経歴概要

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。2024年2月に株式会社シャコウ創業し、BPaaS Growth Company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。上場企業のパートナーや顧問などを多数兼任。

上場企業含むBtoB領域の企業でパートナー・顧問・アンバサダーを兼任。講演実績も多数。

顧問・パートナー・アンバサダー

登壇活動



BtoBマーケティングの民主化を実現する活動

BtoBマーケティング・セールス領域で述べ10000人以上にBtoBマーケ・セールスの最前線に関して講演



Sales/Marketing Summit 2025
イマ、知りたいことを
その場で解決していく2日間

開催日 2025.02.26(水)-27(木) 場所 オンライン

主催 GrowthX, C/N/C, DIGITALIFT, EXPLAZA, PLAINER, SALESROBOTICS, URUTED, 配信メール, be!foc, SALESFORCE, blastmail, eXcite

Sales/Marketing Summit 2025
イマ、知りたいことをその場で解決する2日間

33社登壇
自社カンファレンス

集客数
1260人



マーケティングの力で
事業をグロースさせる
圧倒的な
成果事例を
自社の施策に
落とし込む
2日間

day1 2024.10.29(火) 10:00-16:00
day2 2024.10.30(水) 10:00-16:00

主催 GrowthX, C/N/C, DIGITALIFT, EXPLAZA, PLAINER, SALESROBOTICS, URUTED, 配信メール, be!foc, SALESFORCE, blastmail, eXcite

マーケティングの力で事業をグロースさせる圧倒的な成果事例を自社の施策に落とし込む2日間

28社登壇
自社カンファレンス

集客数
1100人



2024年上半期を振り返る！
本当にあった！BtoBマーケティング。
BtoB企業17社の
神事例と
しくじり体験談

7.18(土) 10:00-16:50

主催 ジャコフ
モデレーター 太田翔葵

2024年上半期を振り返る！本当にあった！BtoBマーケティング17社の神事例としくじり体験談

28社登壇
自社カンファレンス

集客数
750人



ONLINE SEMINAR
LTVを高めるための
サービス起点の
事業戦略

2024.01.18(木) 11:00-12:00

主催 GrowthX, ジャコフ, RICHKA, PLAN-B

2024年上半期を振り返る BtoBマーケ17社の神事例・しくじり体験談

4社共催ウェビナー 集客数 **100人**



オンライン開催 | 参加無料
KPIを達成するBtoB組織の秘訣とは？
売上最大化のための
BtoB組織の
作り方と人材活用戦略

2024.4.23(木) 12:00 - 13:00

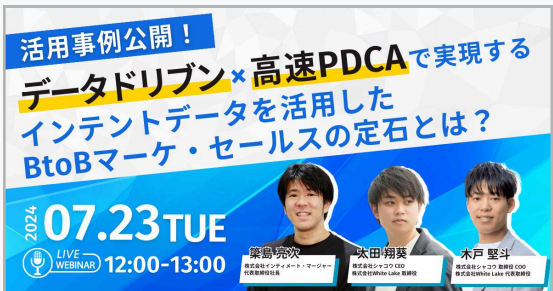
売上最大化のためのBtoB組織の作り方と人材活用戦略

4社共催ウェビナー 集客数 **80人**



BtoBSales Marketing x AI
「集客」と「受注」を最大化するAI活用のリアル

2024/07/30-31(TUE&WED)10:00-15:00



活用事例公開！
データドリブン×高速PDCAで実現する
インテントデータを活用した
BtoBマーケ・セールスの定石とは？

07.23TUE 12:00-13:00



The Model 型 インサイドセールス組織
の立ち上げ方
少人数組織で最大の成果を出す「仕組み」とは？

7.11(木) 12:00-13:00



BtoBビジネス拡大の鍵
リード獲得から営業までの
プロセスに迫る！

2024.6/5(金) 12:00-13:00 ONLINE SEMINAR



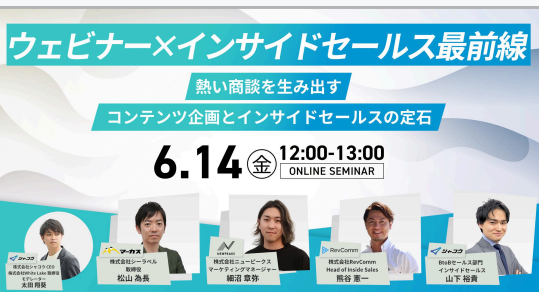
クリスマス特別プレゼントウェビナー！
少人数組織でも取り組める、2024年結果を出すための
コンテンツマーケ×ナーチャリング施策
とは？

12/20(金) 12:00-13:00



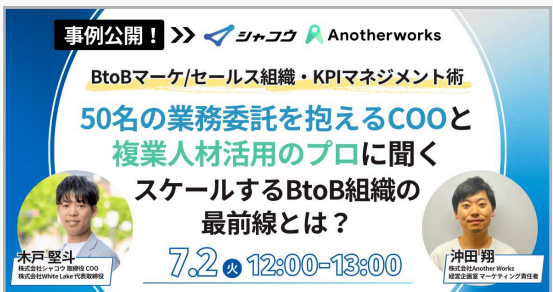
Conference Presented by SHARKO
リード獲得各領域のプロ8社が語る
商談を最大化する
BtoBリード獲得

04.11(木) 10:00-13:50



ウェビナー×インサイドセールス最前線
熱い商談を生み出す
コンテンツ企画とインサイドセールスの定石

6.14(金) 12:00-13:00 ONLINE SEMINAR



事例公開！>> ジャコフ Anotherworks
BtoBマーケ/セールス組織・KPIマネジメント術
50名の業務委託を抱えるCOOと
複業人材活用プロに聞く
スケールするBtoB組織の
最前線とは？

7.2(金) 12:00-13:00



BtoB経営ウェビナー
2024
受注にこだわる
マーケティング
・セールス施策
一挙大公開！

開催日時 2024.2/7(水) 12:00-13:00



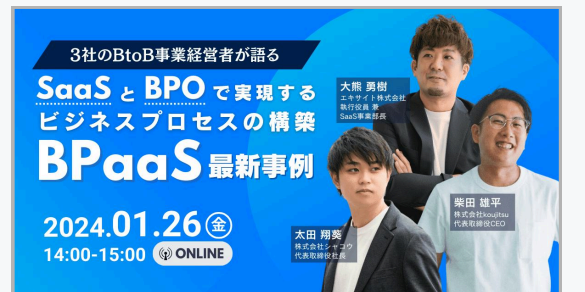
1人マーケターでも生産性爆上がり
事業拡大期のマーケ組織が陥る
リソース不足を解決する
BtoBマーケ施策TIPS

2024.03.29(金) 10:00-13:00 ONLINE



顧客の心を掴む、
ウェビナーのチカラ。
Webinar Marketing Conference
最長で成果を出した10社が語るウェビナー成功事例

2023.11.29(土) 10:00-16:30 ONLINE



3社のBtoB事業経営者が語る
SaaSとBPOで実現する
ビジネスプロセスの構築
BPaaS最新事例

2024.01.26(金) 14:00-15:00 ONLINE



SEO×ノウハウ×メルマガ×ウェビナー
ビジネス成長に必須！
BtoBマーケティングの
新戦略を学ぶ

2024.6/6(木) 12:00-13:00 seminar

ビジネス成長に必須！BtoBマーケティングの新戦略を学ぶ

4社共催ウェビナー 集客数 **150人**

BtoBマーケティングの民主化を実現する活動

BtoBマーケターに必要とされる上流戦略設計の考え方からマーケ/セールス施策の各論の定石を網羅的に解説

BtoBマーケ研究所 - by 株式会社シャコウ

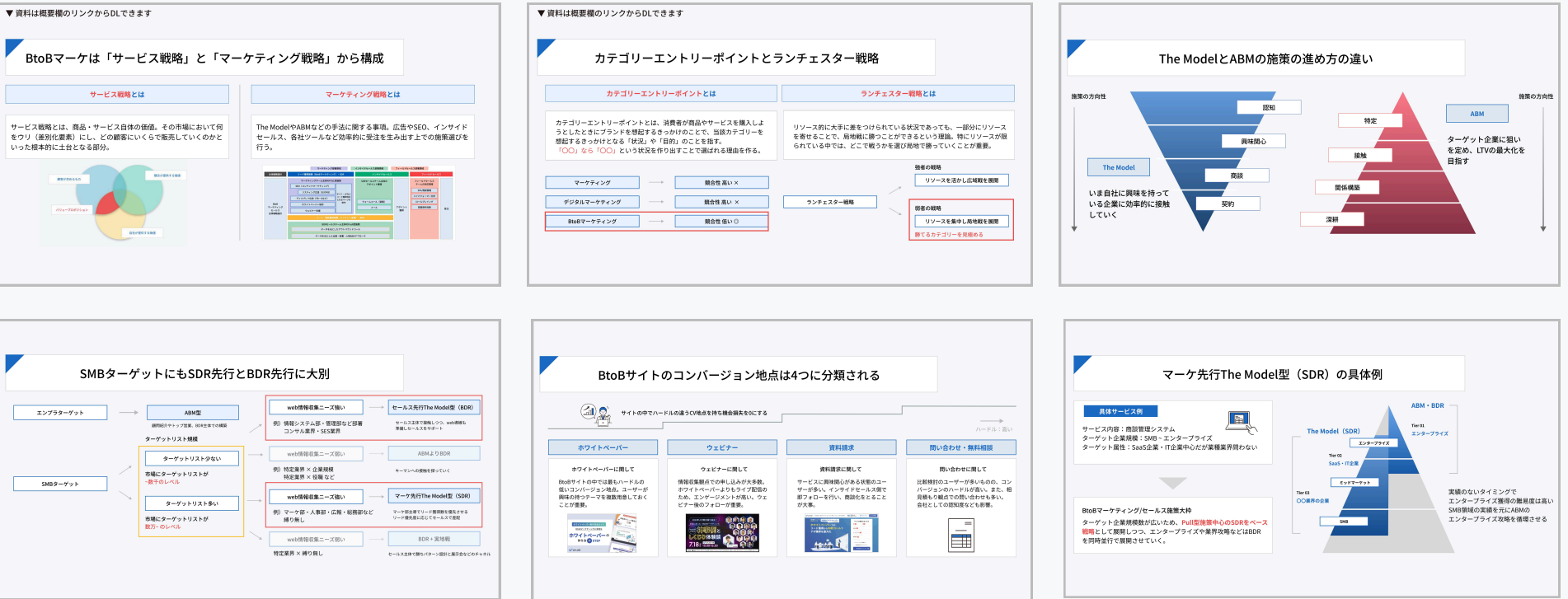


▶ Youtubeで視聴する

■「ゼロから始めるBtoBマーケティング」シリーズ



■解説資料例（資料は全て無料でダウンロード可能）



BtoBマーケティング/セールスのプロフェッショナル

Consulting



BtoBコンサルティング部門
(戦略設計/分析)

太田 翔葵
Shoki Ota

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、BtoBtoC事業の立ち上げを行う。2024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BtoB SaaSの開発・運営を行う株式会社White Lakeを設立。

Marketing



BtoBマーケティング部門
(マーケ実務運用/制作)

木戸 堅斗
Kento Kido

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、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。**



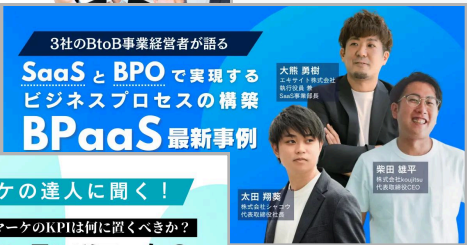
顧問・研究パートナー企業

FanGrowth
excite

WACUL

AdAI

BtoB領域での登壇活動



Creative



BtoBクリエイティブ部門
(デザイン/UIUX)

小関 優人
Yuto Koseki

リクルートやスタートアップで複数の新規事業開発に従事。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**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。2024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。

Advisor



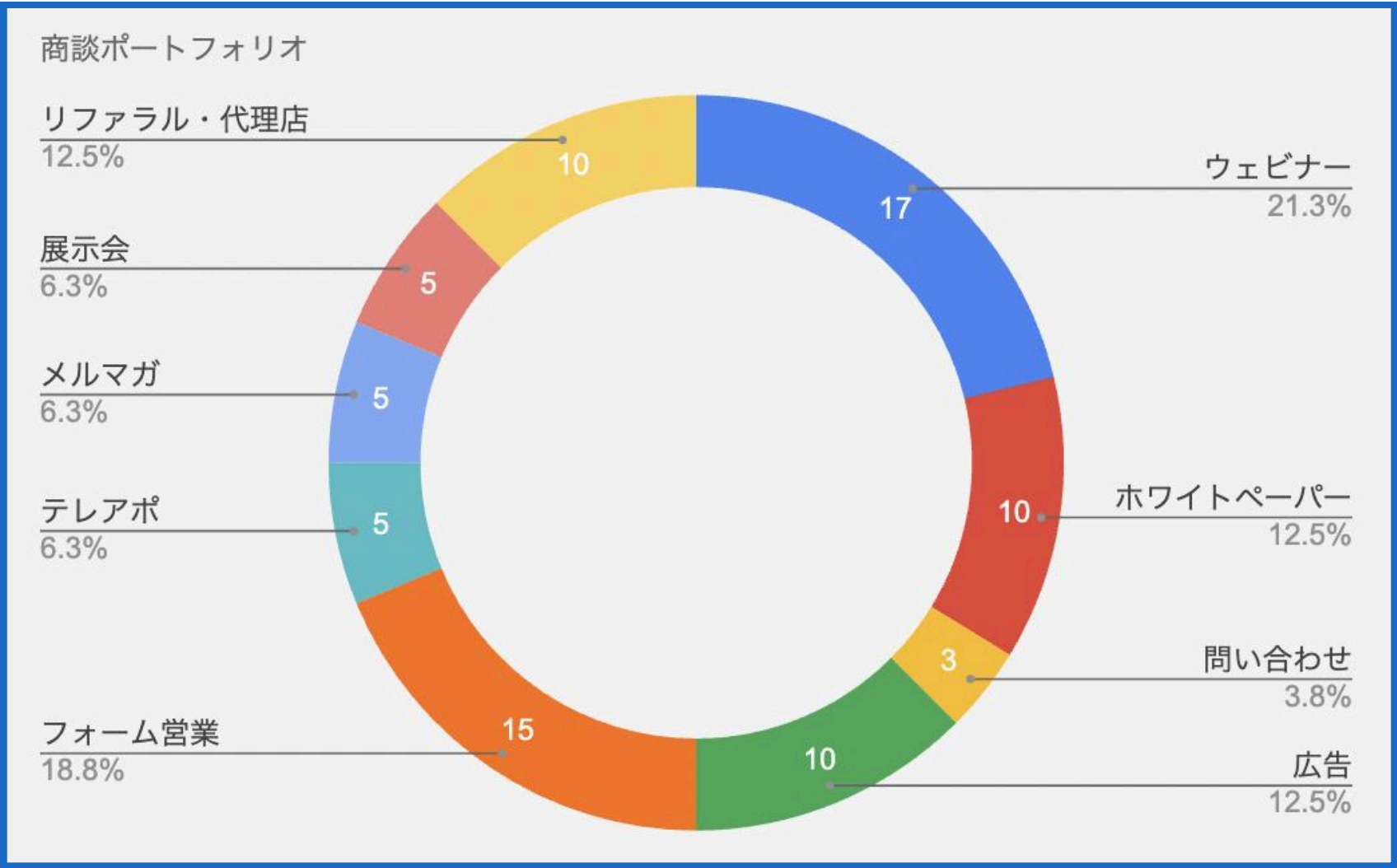
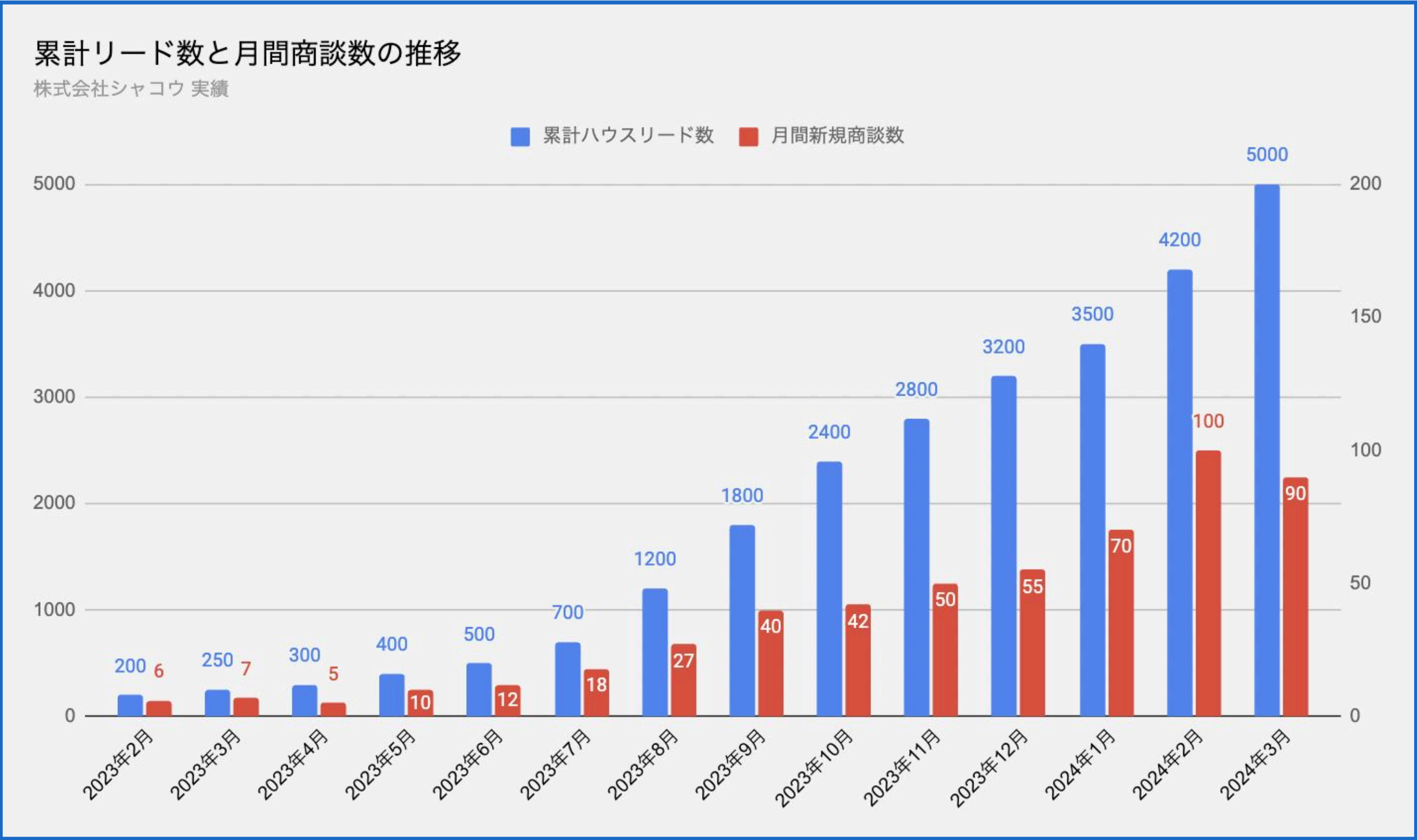
顧問

福山 敦士
Atsushi Fukuyama

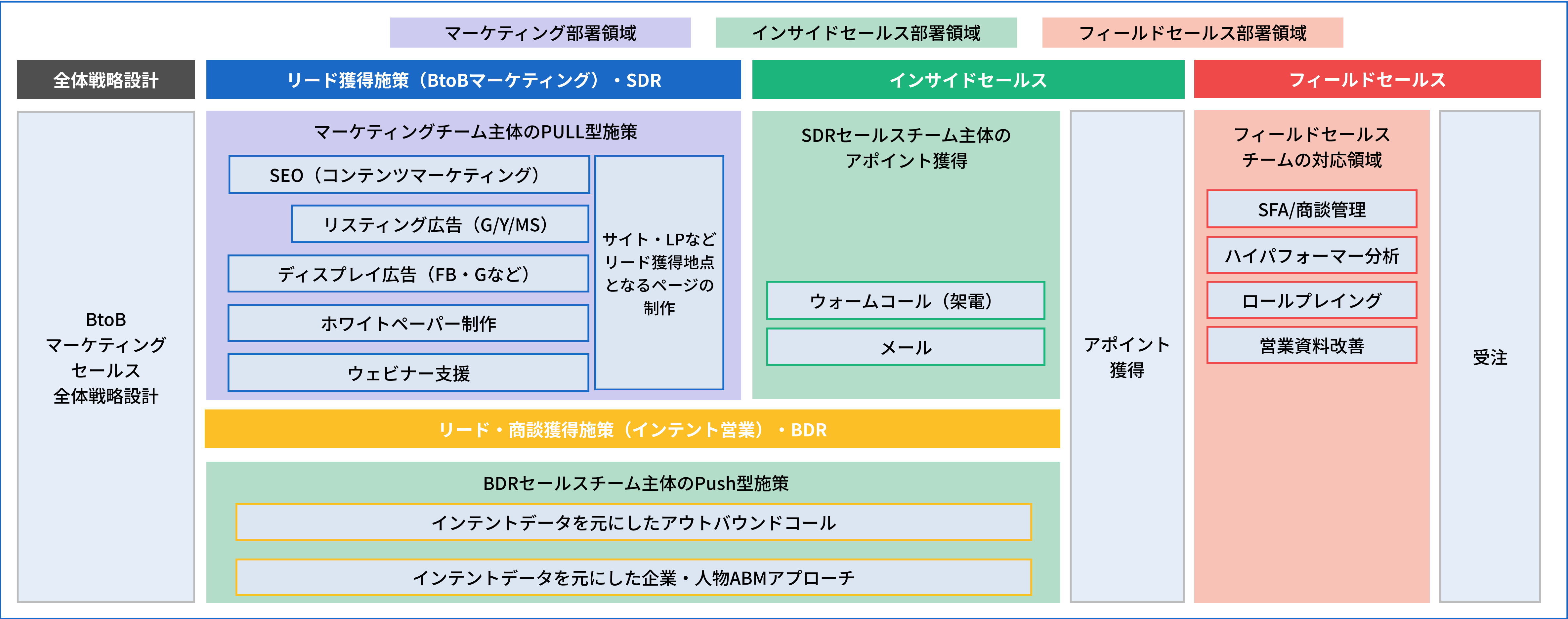
新卒でサイバーエージェントに入社。27歳で独立し、レーザービーム代表取締役役に就任。28歳で東証一部上場企業の株式会社ショーケースに事業・株式をそれぞれ譲渡。2020年、DORIRU（旧ギグセールス）をM&A、代表取締役に就任。3年で売上15倍、従業員数200名の採用を実現後、ソニーの関連会社へ株式譲渡。2023年、香川オリーブガイナース球団をM&A、代表取締役社長に就任。



1年間で月間1000リード・100商談を生み出すシャコウ式メソッドで体系的にご支援可能



The Model型におけるマーケティング・インサイドセールス・フィールドセールス領域を網羅



コンサル・マーケ・クリエイティブ・セールスの4部門で構成

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

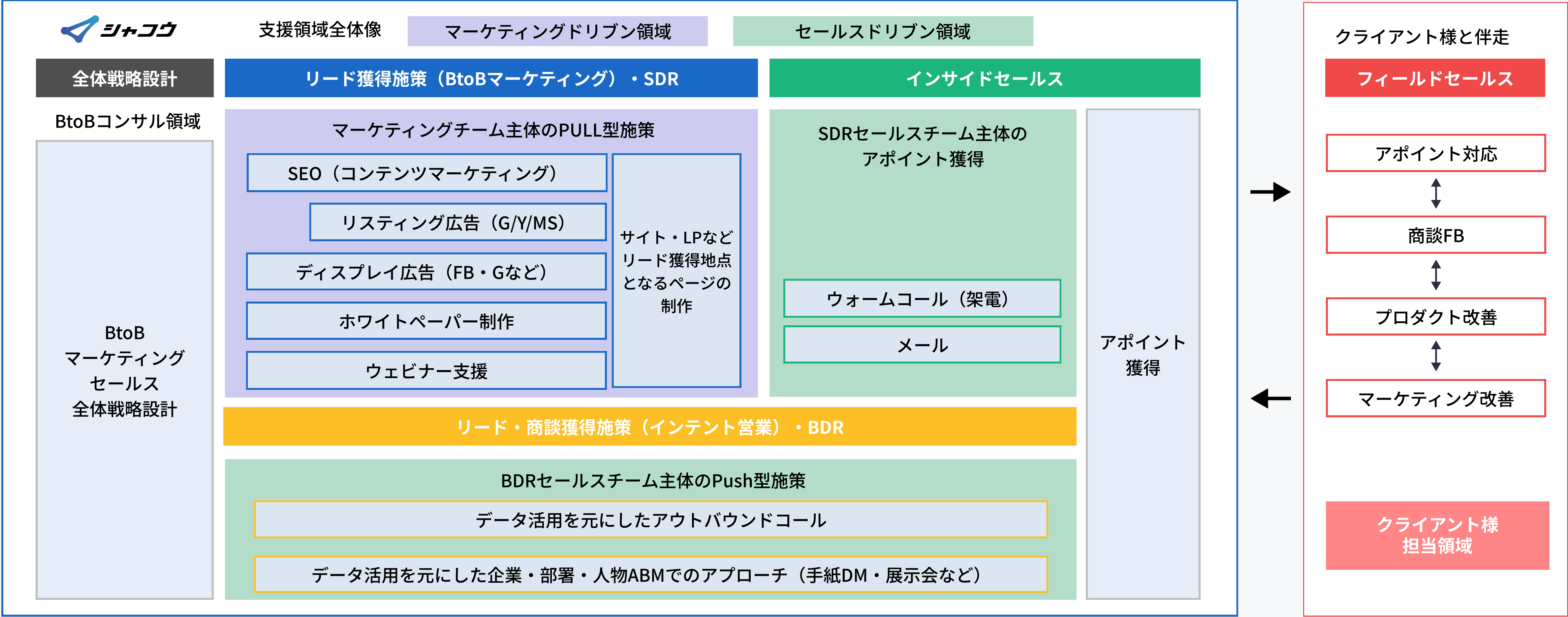
マーケティングで獲得したリードに対するアポ獲得（SDR）・アウトバウンドでのアポ獲得（BDR）の両面から貴社事業グロースに欠かせないセールス業務を代行。



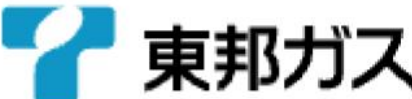
他社との違い

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	○	△	△	◎	×

戦略設計から実務までの**事業推進の全て**をシャコウで対応。商談対応とサービス改善のみに集中できる体制を構築



BtoBマーケティング・セールス支援 導入企業様の例

サービス紹介（単品施策）

BtoBマーケ定石診断・戦略策定支援サービス

 BtoBマーケティング・セールス活動に 漠然とした不安 がある方へ

最短1ヶ月 でBtoB戦略を見える化し、経営と現場の橋渡しを実現

BtoBマーケ定石診断・戦略策定支援

株式会社シャコウは、創業以来BtoB企業のマーケティング・セールス支援を行い、月100件以上の打ち合わせを実施。その中で **「課題が不明」** **「施策の正否が分からない」** といった上流の悩みが多く寄せられました。しかし、コンサルは高額、マーケ支援会社では上流評価が難しいという声を受け、新サービスをリリースしました。

- 

スピーディな分析から実行への橋渡し
最短1ヶ月で戦略方針を策定
- 

BtoBマーケの健康診断
定石通りの運用か診断
- 

BtoBマーケの上流から下流まで
BtoBに精通したプロが診断
- 

1000リード/100商談を実現する
シャコウ式 実践メソッド

無料で資料を請求する

Point. **03** サービス戦略 × マーケティング戦略/方針 × 施策戦術を踏まえたPDCAで納得感のあるマーケティングを

市場選定・マーケ方針設計・施策実行の3STEPを正しく進めることが重要です



Point. **04** BtoBマーケティングの民主化をミッションに戦略×実務の両面でBtoB企業を支援するシャコウだからできる支援を



太田翔葵
株式会社シャコウ 代表取締役社長
株式会社WACUL 研究パートナー
株式会社AdAI 顧問

パートナー活動
WACUL **AdAI**

経歴概要
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。
2024年2月に株式会社シャコウ創業し、BPaaS Growth Companyとして中小企業からエンタープライズまで幅広く支援。株式会社WACULで研究パートナーを兼任。ウェビナーBPOを行うAdAIに出資など、BtoBマーケティング領域を中心に多方面で活動。2024年度以降は、BtoBメーカー向けの国内最大規模のwebカンファレンスも定期開催。

Youtubeチャンネル



カンファレンス・ウェビナー



メソッド例



ホワイトペーパー制作支援

[制作例](#)[制作の4つのポイント](#)[導入事例](#)[全11の制作プロセス](#)[料金プラン](#)[導入の流れ](#)

月間1000リード・100商談を生み出す 有効商談を創出する ホワイトペーパー制作支援

コンテンツマーケティングを主軸に月間1000リード・100商談を生み出すシャコウ社でメソッド化されたホワイトペーパーの制作支援です。
商談化を生み出すホワイトペーパー制作を企画・原稿・ラフ作成・デザインまで丸投げ可能です。



スピーディな資料作成
最短2週間で納品可能



広告・フォーム営業・テレアポによる
リード集客支援



ホワイトペーパーダウンロード後
90秒以内コールで即商談化



コンテンツマーケティングでの成果実績
1000リード・100商談創出

無料で資料を請求する

ホワイトペーパー制作完全ガイド

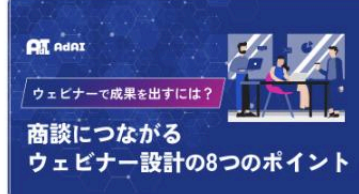
BtoBマーケティングに有効な

ホワイトペーパーの 作り方

11 STEP



ホワイトペーパー制作完全ガイド BtoBマーケティングに有効なホワイトペーパーの作り方



商談につながるウェビナー設計の8つのポイント





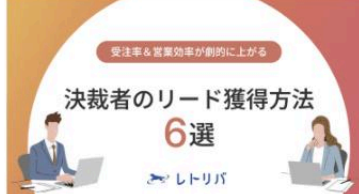
インサイドセールスの運用形態を比較！





失敗しない！EC構築業者の4つの選び方





決裁者のリード獲得方法6選





脱Excelで顧客管理を効率化する方法



© 2024 shakou inc. All Right Reserved

SEO・オウンドメディア運用支援

Organicからの集客とCVを最大化し 有効商談を創出する SEO・オウンドメディア支援

コンテンツマーケティングを主軸に月間1000リード・100商談を生み出すシャコウ社でメソッド化されたコンテンツSEO・オウンドメディアの運用支援です。
BtoB企業に特化した戦略設計・コンテンツ制作支援で有効商談を最大化いたします。

✓ 緻密な戦略設計
獲得すべきKW戦略から実施

✓ コンテンツSEO以外にも対応
内部/外部SEOまで網羅的に

✓ SEOアルゴリズムに準拠
高品質なコンテンツ制作

✓ CV生み出す設計
CRO対策でCV数を最大化

無料で資料を請求する

上流戦略設計（ペルソナ/カスタマージャーニー・競合調査・KWリストを作成）

ペルソナの作成

ペルソナC1: 老舗スキーカスノブでしよ

名前	山田 太郎
年齢	45歳
性別	男性
職業	会社員
年収	800万円
住居	東京都
家族構成	妻・子供2人
趣味	スキー、ゴルフ
得意分野	スキー
苦手分野	ゴルフ
価値観	家族を大切にする、安定志向
生活スタイル	週末はスキーを楽しむ、平日は通勤・通学
悩み	スキーの技術向上、家族との時間確保
目標	スキーの技術向上、家族との時間確保

貴社が狙うべきユーザー属性を明らかにします。

カスタマージャーニーマップの作成

フェーズ	認知	興味	検討	購入	購入後
認知	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン
興味	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン
検討	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン
購入	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン
購入後	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン	検索エンジン

カスタマージャーニーマップ
顧客フェーズごとの検索KWを明らかにします。

競合調査も実施し、KWリストを作成

キーワード	検索ボリューム	ペルソナ	ブルー	競合の順位	ホワイトペーパー
BtoBマーケティング	10000	高	競合	1	0から始めるBtoBマーケティング
ホワイトペーパーとは	5000	中	競合	2	ホワイトペーパーの活用方法
BtoB マーケティング	2000	低	競合	3	ホワイトペーパーの活用方法
BtoB マーケティング	2000	低	競合	4	ホワイトペーパーの活用方法
コンテンツマーケティング	10000	高	競合	1	コンテンツマーケティングの活用方法
SEOとは	10000	高	競合	1	SEOの活用方法
リスティング広告とは	10000	高	競合	1	リスティング広告の活用方法
リスティング広告とは	1000	中	競合	2	リスティング広告の活用方法
CPC/CPI	1000	中	競合	2	リスティング広告の活用方法
ホワイトペーパーの作り方	1000	中	競合	2	ホワイトペーパーの作り方
ホワイトペーパーの活用	1000	中	競合	2	ホワイトペーパーの活用方法

KWリストを作成
ペルソナ・CMJ・競合調査から優先度をつけたKWリストを作成。

Googleアルゴリズムを理解した高品質なコンテンツを制作

Googleアルゴリズムに根ざした運用



品質評価ガイドラインに基づくコンテンツ制作



コンテンツ制作
プロのディレクター・ライターがユーザーの検索意図を満たすコンテンツを制作。

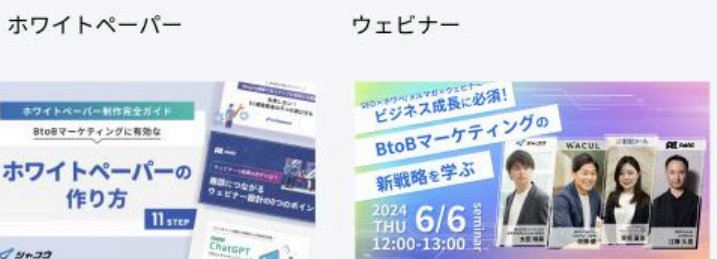
データ分析とCROでトラフィック・CVを最大化

運用データからスクリプト・訴求を改善していくPDCAを実行



データ分析と高速PDCAを実現
Google Analytics・サーチコンソールと順位計測をもとに計測体制を構築。定例でのMTGで状態チェック・改善施策を出し、アクションプランを作成。高速で改善を重ねる。

CV数を加速させるコンテンツ制作も可能



コンテンツ制作
CVを加速させるコンテンツ制作・推進も同時に可能



BtoB向けウェビナーの勝ちパターンとはよくあるお悩み7つのポイント運用プラン

月間1000リード・100商談を実現する

有効商談を創出するウェビナー実務支援

ウェビナー企画・運用支援

ウェビナーの企画・共催マッチングから集客支援・商談化支援までウェビナープロセスの全てを外注する一気通貫サービス。月間1000リード以上の集客実績をもとに、商談に繋がるBtoBリードを大量獲得いたします。

有効リード
CPA3,000円以下

ウェビナー開催後の
インサイドセールス支援

広告・アウトバウンドコールによる
集客支援

成果実績
1000リード・100商談創出

無料で資料を請求する

BtoB向けウェビナーの勝ちパターンとは

月間ウェビナー回数5~7回、集客1000人以上を集めるシャコウ社のウェビナーメソッドを元にしたウェビナー支援サービス

企画から共催先マッチング・集客（広告/アウトバウンドコール）・動画配信実務、アーカイブまで一気通貫で御社のウェビナーを成功させるお手伝いをします。ウェビナー施策に興味はあるがリソースがない・初めてで不安といった方に特におすすめのサービスです。



有効リード・商談獲得に繋がるウェビナーの勝ちパターンに沿って、ウェビナーの企画から集客・商談化支援までを実施

Chapter 2 商談につながるウェビナー設計の8つのポイント

ウェビナーから商談につなげるには、テーマをはじめ、適切な設計が必要です。ここでは、商談獲得のためのウェビナー設計のポイントを紹介します。

2-1 商談の目的を明確にする

2-2 ターゲット設計を行う

2-3 ウェビナーでの目標を設定する

2-4 ターゲットの課題解決につながるテーマを設定する

2-5 1つのテーマに絞って発信し情報を盛り込む

2-6 弊害問題を事前に分析を行う

2-7 アーカイブ配信や記事コンテンツ化を行う

2-8 インサイドセールスと連携してフォロー体制を整える

Chapter 2 商談につながるウェビナー設計の8つのポイント

2-1 開催の目的を明確にする

ウェビナー開催の目的は、一般的に「認知拡大」「リード獲得」「クロージング」の3つがあります。例えば認知拡大の場合は、参加者を「認知」の状態から「興味・関心」へとステップアップさせるのが目的です。まずは開催の目的を明確にすることで、ウェビナー参加者のターゲット設計やテーマ決定が可能になります。

認知拡大のためのウェビナー開催
参加者を「認知」から「興味・関心」の段階へステップアップさせるのが目的

リード獲得のためのウェビナー開催
「興味・関心」から「比較・検討」の段階へ移行させ、潜在顧客を顕在顧客化させるのが目的

クロージングのためのウェビナー開催
「比較・検討」から「商談」につなげ、購入へと到達させるのが目的

過去の集客実績

ビジネス成長に必須！
BtoBマーケティングの
新戦略を学ぶ
2024 6/6
THU
12:00-13:00

ビジネス成長に必須！BtoBマーケティングの新戦略を学ぶ

4社共催ウェビナー
集客数 150人

リード獲得各領域のプロ8社が語る
商談を最大化する
BtoBリード獲得
04.11
Thursday
10:00-13:50

リード獲得各領域のプロ8社が語る商談を最大化するBtoBリード獲得

自社カンファレンス
集客数 500人

自社事例公開！
シャコウ式「The Model」
1年で月間リード1000件・月商談100件を実現
05.23
12:00-13:00

1年で月間リード1000件・月商談100件を実現

自社ハウスウェビナー
集客数 50人

© 2024 shakou inc. All Right Reserved

定額制インサイドセールス支援



BtoB向けウェビナーの勝ちパターンとは よくあるお悩み 7つのポイント 運用プラン

有効商談獲得にコミットする SDR・BDRの両面に対応 インサイドセールス支援

月間1000リード・100商談を生み出すシャコウ社でメソッド化されたインサイドセールスの実務実行支援サービスです。戦略的なリスト作成からインサイドセールスの定石に基づいた運用・数値の見える化を実現するオペレーションで有効商談獲得にコミットします。



BtoB特化のインサイドセールス
SDR・BDR両面に対応



専任コンサルタントが支援
戦略的なリスト作成



勝ちパターンに沿った運用
インサイドセールスの定石



盤石な体制構築
数値の見える化で高速PDCA

リスト作成・使用可能ツール（有料利用ツール含む）

SalesMarker

インテントデータ
顧客の興味・関心を把握するための行動データ。Web上の行動解析の中で意志を持つ行動データのこと

SelectDMP

SalesNow

法人データベース
500万社の企業データからリストを絞り込み。

クローリング・手動作成

各種プラットフォーム
クライアント様の要望に応じて、適切なソースもとからカスタマイズしたリスト作成を行う。

運用・オペレーション

インサイドセールスの定石に根ざした運用

トークスクリプト・フォーム文面の作成
リストに対して刺さる訴求文言のPDCA改善。トークスクリプトの磨き込みを行います。またインサイドセールスの定石（最適なアクションタイミングやフォロー回数など）に基づいた運用を行います。

リアルタイム・日時・週次での進捗の見える化

透明性の高い運用
リアルタイム・日次・週次での進捗の見える化で安心して業務を委託いただけます。

データ分析とPDCA

運用データからスクリプト・訴求を改善していくPDCAを実行

録音データの共有

レポート

週次定例での改善MTG

データ分析と高速PDCAを実現
アポ獲得・失注分析を通して、リストと訴求軸の分析をスプリントで行いながら継続改善を行います。週次での定例MTGで継続改善の体制を整えます。

アポ獲得を加速させるコンテンツ制作も可能

手紙・パンフレットなどの販促物

ウェビナー・ホワイトペーパーなどの企画推進

コンテンツ制作
アポ獲得を加速させるコンテンツ制作・推進も同時に可能



© 2024 shakou inc. All Right Reserved

BtoBマーケに必要な機能が詰まったオウンドメディアを高速立ち上げ！

BtoBマーケの定石に基づく
高速サイトパッケージ

月間1000リード・100商談を実現しているシャコウだからできる、
BtoBマーケの定石をおさえたBtoBサイトパッケージをご用意しました。



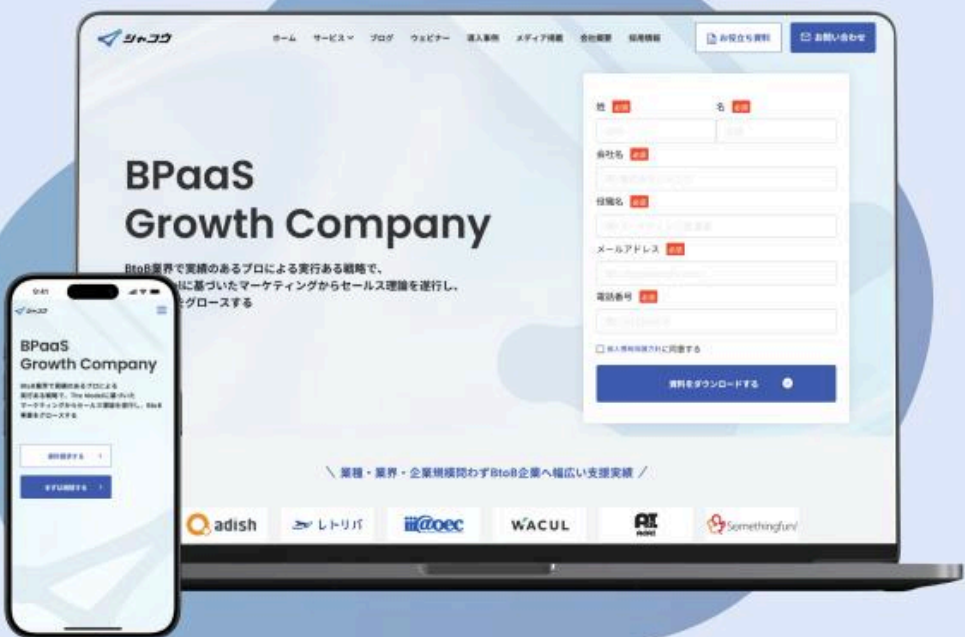
無料で資料を請求する

Point.01

シャコウの高速BtoBサイトパッケージとは

BtoBマーケの定石を押さえた
サイトを最短2ヶ月で構築

サービス、記事、導入事例、ウェビナーページなど、BtoB
マーケティングに必要な機能を詰め込みました。パッケージ
だから管理・運用も楽にお使いいただけます。



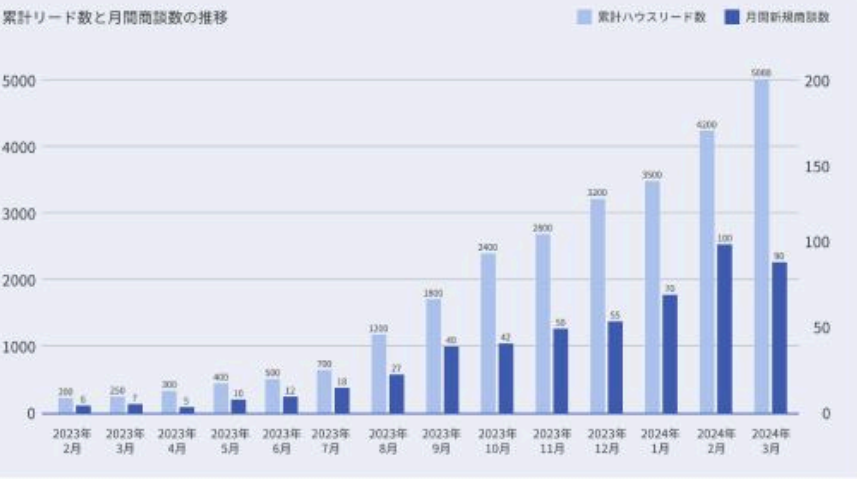
Point.02

月間1000リード・100商談を実現しているノウハウを
BtoBサイトに詰め込みました

制作だけでなく、マーケの戦略から実行まで
一気通貫の支援をしているからできるサイト制作

シャコウならBtoBグルースに必要な施策をすべて提供！			
全体戦略設計	リード獲得施策 (BtoBマーケティング)・SDR	インサイドセールス	フィールドセールス
BtoBマーケティング セールス全体戦略設計	マーケティングチーム主体のPULL型施策 SEO (コンテンツマーケティング)	SDRセールスチーム主体のPUSH型施策 アポイント獲得	フィールドセールス チームの対応範囲
	リスティング広告 (G/MS)	ウェビナー (企画)	付随効果施策
	ディスプレイ広告 (FB・G&D)	メール・メルマガ運用	ハイパフォーマンス
	ホワイトペーパー制作	BtoB LP制作	営業資料作成
BtoBマーケティング セールス全体戦略設計	ウェビナー実施		
リード・商談獲得施策 (インテント実装)・BDR			
BDRセールスチーム主体のPUSH型施策			
インテント・ニーズデータも紐付いたアウトバウンドコール			
インテント・ニーズデータを紐付けたアポイント獲得			

1000リード・100商談を実現するシャコウ社の
サイト運営メソッドをまさに必要機能だけを厳選





ご不明点・ご要望等あればお気軽にお申し付けください