

最短1ヶ月で見える化

BtoBマーケ定石診断・戦略策定支援 サービス紹介資料



BtoBマーケ定石診断・戦略策定支援サービス紹介

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

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クラスのメディア格ロースに貢献。
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。



なぜBtoB戦略支援ならシャコウなのか

BtoBマーケティングの戦略から実務まで一気通貫で支援してきたシャコウだからこそ現場に根ざした戦略を

こんなお悩みはありませんか？



KPI・ターゲット設計の曖昧さ

目標数値の根拠が曖昧で、施策ごとの適切なKPIや評価基準が不明確。何を**もって成功と判断すればよいのか悩んでいる**。
また、顧客像が曖昧でターゲットにすべき企業があるかも不明瞭。



戦略の迷走

様々なマーケティング手法やツールが溢れる中、**自社にとって本当に必要な施策が判断できない**。コンサルからは理論だけ、マーケ会社からは自社の得意な施策しか提案されない。



経営と現場の溝

経営企画が設定した戦略方針と現場の実行に乖離がある。施策の意図が伝わらず、効果測定も難しい状況で、PDCAが回らない。共通言語がなく、うまくいっているのかいないのか分からない。

シャコウのBtoBマーケ定石診断・戦略策定支援で解決！



BtoBマーケ/セールスの
豊富なメソッドを持つシャコウだから**成果に繋がります**

支援先例

BtoBマーケティング・セールス支援 導入企業様例



貴社サービス戦略においてBtoBマーケティングの定石通りの施策運用ができていますか？

BtoBマーケの定石通りに施策実施ができていますか診断

Point.01 マーケティング戦略の成否を分ける「2つの視点」

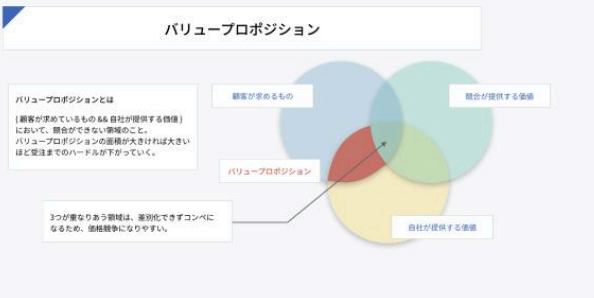
BtoBマーケティングの課題の多くは、施策そのものの悩みではなく、そもそもの自社サービスにおいて「サービス戦略」の上流工程とマーケティングを行う上での前提となる「マーケティング戦略」の2軸で存在します。

1 サービス戦略

どのセグメントでどのようなポジションを取るべきか。自社サービスの価値提案は何か。これらの基本的な戦略設計なしにマーケティングは成功しません。

診断ポイント

- ✓ 業界の状況やトレンドを把握
- ✓ 誰にどんな価値を届けるか、立ち位置をはっきりさせる
- ✓ 自社が得意なこと × 市場で求められていることは何か
- ✓ 狙うべき企業を具体的にリストアップ

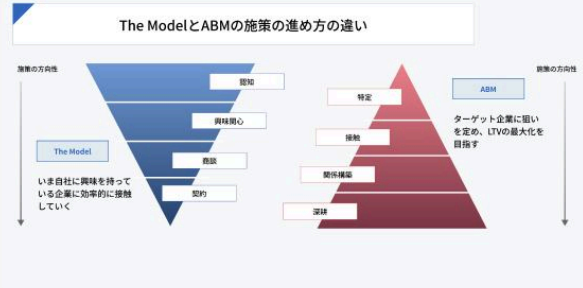


2 BtoBマーケティング戦略

ターゲットTierやサービス特性に応じて、The ModelとABMのどちらを主軸に置くべきか。また、SDRとBDRのどちらに注力すべきかを決定します。

診断ポイント

- ✓ The Model型かABM型かの適合性分析
- ✓ SDR先行型かBDR先行型かの判断
- ✓ 最適なマーケティング施策の優先度設計
- ✓ 適切なKPI設計と評価基準の設定



Point.02 サービスとターゲットに応じたBtoBマーケティングの「定石」

The Model と ABM

BtoBマーケティングの手法は大きく分けて「The Model」と「ABM」の2つがあります。どちらが自社のサービスに適しているかを診断し、最適な戦略を策定します。

The Model

多数のターゲットに向けた施策

SMB～中堅企業に向けて、SEOやWeb広告などのPULL型施策とSDRによる内部営業チームの連携で効率的に商談を創出するモデル

最適な条件例

- ✓ ターゲット企業数が多い（数千社以上）
- ✓ 単価が比較的低め～中程度
- ✓ 標準化された価値提案が可能
- ✓ 購買プロセスが比較的シンプル

主な施策例

- SEO
- リスティング広告
- SDR
- コンテンツマーケティング
- ウェビナー
- MA/SFA

ABM

特定ターゲットへの集中アプローチ

Account Based Marketingの略。特定の高価値顧客に対して、BDRを中心としたPUSH型の施策で深い関係性を構築するモデル

最適な条件例

- ✓ ターゲット企業が限られている（数百社以下）
- ✓ 単価が高い
- ✓ カスタマイズ要素が強い
- ✓ 購買プロセスが複雑で関係者が多数

主な施策例

- BDR
- ターゲットDM
- Linkedin活用
- エグゼクティブイベント
- カスタム提案
- 関係構築プログラム

SDR と BDR の使い分け

営業組織の設計においても、ターゲットTierや戦略に応じて最適な体制があります。定石診断では、自社に最適な営業プロセスを提案します。

SDR

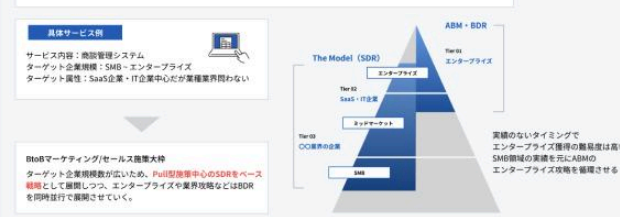
Sales Development Representative

インバウンドリードの対応や資料請求フォローなど、PULL型施策と連携して初期商談を創出する役割

最適な条件

- ✓ The Model型のマーケティング戦略
- ✓ インバウンドリードが一定量ある
- ✓ 標準化された提案が可能
- ✓ 単価が低～中程度で決裁者1-2名

マーケ先行The Model型（SDR）の具体例



BDR

Business Development Representative

特定のターゲット企業に対してアプローチし、関係構築から初期商談を創出する役割

最適な条件

- ✓ ABM型のマーケティング戦略
- ✓ 特定企業へのアタックが必要
- ✓ カスタマイズ要素が強い
- ✓ 単価が高く決裁者が複数

セールス先行The Model型（BDR）の具体例



実務支援を通して見ててきたBtoBマーケティング戦略設計の考え方を公開中

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マーケタ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

BtoBマーケティングがゼロから網羅的に学べる

BtoBマーケティング研究所

The Modelとは？
BtoBマーケティングの戦略設計の考え方

The ModelとABM
特徴と選び方
徹底解説

カンファレンス・ウェビナー

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長事例を
自社の施策に落とし込む2日間

28社管理
後社カンファレンス
参加費 1100人

27社管理
後社カンファレンス
参加費 750人

2024年上半期を振り返る！実際にあった1 BtoBマーケティング
BtoB企業17社の事例としくじり体験談

メソッド例

BtoBマーケティングの戦略設計の考え方
プロが語る60分

ホワイトペーパーの
作り方

BtoBマーケはなぜ失敗する？
BtoBマーケティングの戦略策定の思考フレームを
プロが語る60分

月100商談を行うコンサルタントが語るBtoBマーケの組み立て方

LIVE配信 2025.1.21 12:00~13:00
アーカイブ配信 ~2025.1.22 12:23~1.24

太田翔葵
株式会社シャコウ CEO
シャコウ

▼資料は概要欄のリンクからDLできます

カテゴリ・エントリーポイントとランチェスター戦略

カテゴリ・エントリーポイントとは
ランチェスター戦略とは

The ModelとABMの施策の進め方の違い

SMBターゲットにもSDR先行とBDR先行に大別

BtoBサイトのコンバージョン地点は4つに分類される

マーク先行The Model型（SDR）の具体例

今日のTOPICS

BtoBマーケティングの「正しい考え方」をインストールする60分

As-is
To-be

Time Table

12:00 - 12:05	オープニングセッション・自己紹介
12:05 - 12:15	マーケティング戦略とサービス戦略
12:15 - 12:25	The Model型とABM・ターゲットに応じた戦略思考
12:25 - 12:35	マーク先行The Model型（SDR）の定石
12:35 - 12:45	セールス先行The Model型（BDR）の定石
12:45 - 13:00	Q&A・告知・クロージング

\ BtoBマーケ戦略の思考フレーム資料 公開中 /

資料を読む

最短1ヶ月で戦略の見える化を実施

1ヶ月でサービス戦略から実行施策まで明確に

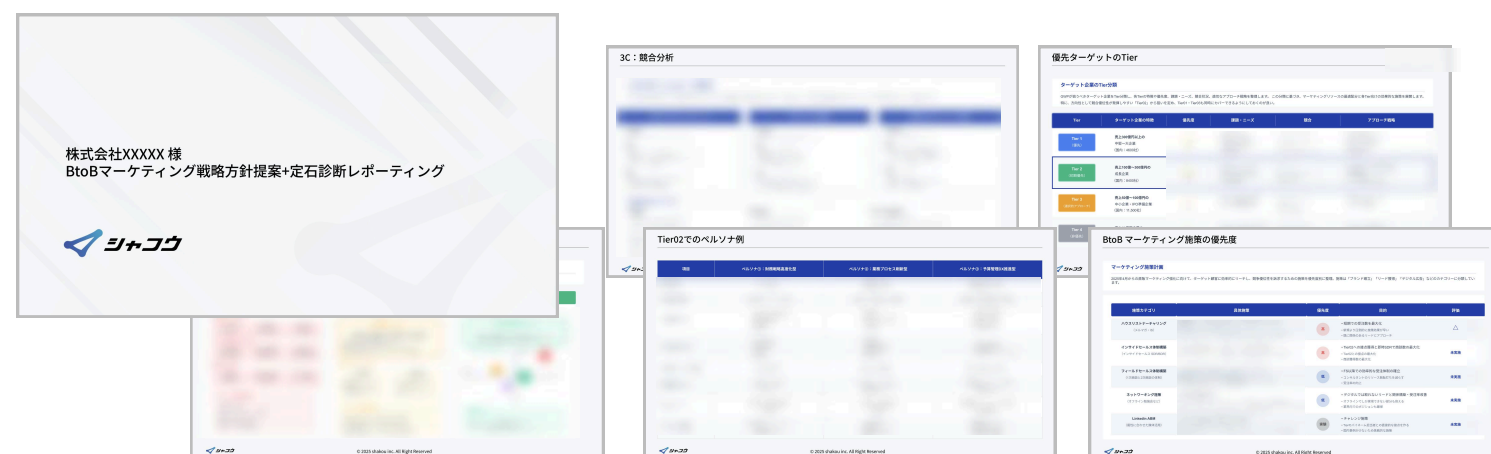
BtoBマーケティング定石診断は、1ヶ月という短期間で自社サービスに最適な戦略と施策を明確にするコンサルティングサービスです。上流のサービス戦略の見直しから、具体的なマーケティング施策の優先順位まで、総合的にサポートします。

診断・分析内容

- ✓ サービスの内容分析と市場環境の整理
- ✓ セグメント・ポジショニング診断
- ✓ ターゲットセグメント分析とTier別リスト作成
- ✓ The Model型かABM型か、最適マーケティング手法の診断
- ✓ SDR/BDR等の営業プロセス設計
- ✓ 現状施策と定石のギャップ分析
- ✓ KPI設計と優先施策の提案

成果物イメージ

- ✓ BtoBマーケティング定石診断・戦略策定レポート



支援フロー

1 ヒアリング・現状分析

サービス内容や現状の課題についてのヒアリングを行います。現在のマーケティング施策やKPIについても確認します。

2 戦略分析・診断・中間MTG

サービス戦略とマーケティング戦略の両面から、現状とあるべき姿のギャップを分析します。各種フレームワークを用いた診断を行います。期中で中間MTGを適宜実施します。

3 レポート作成

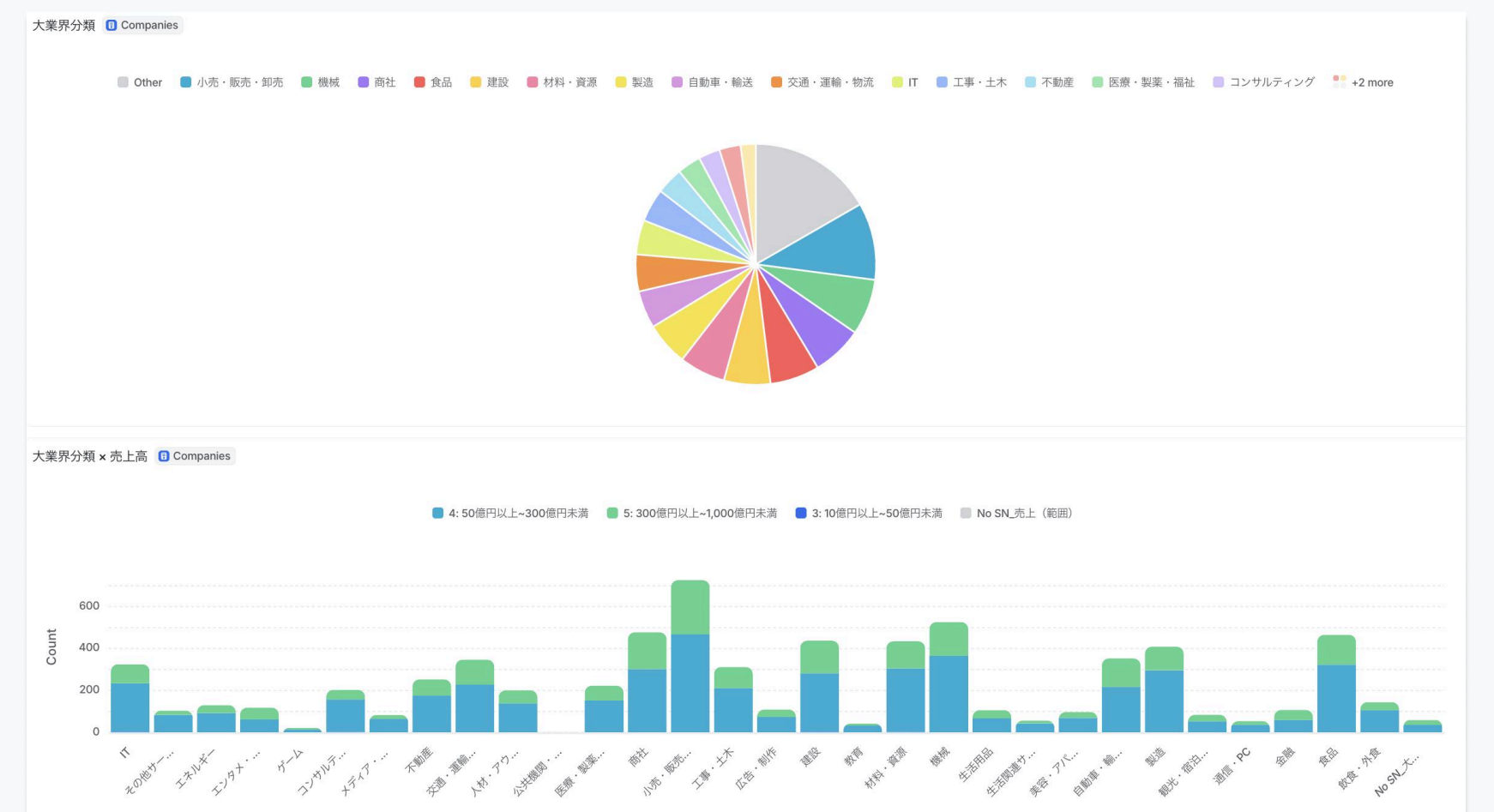
診断結果をまとめたレポートを作成します。具体的な改善提案やTier別ターゲットリスト、優先施策などを詳細に記載します。

4 報告会・提案

レポートMTGで診断結果を共有し、施策の優先順位や実行プランを提案します。質疑応答も実施し、ネクストアクションの戦術ディスカッションも実施。

＼ 貴社が狙うべきターゲットリストをリスト化 /

Company	Domains	SN_セグメント	SN_従業員数 (範...)	SN_資本金 (範囲)	SN_売上 (範囲)	SN_大業界	SN_中業界(メイン)
 株式会社シーウェットテック	cvtec.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	3:10億円以上~50億円...	4:50億円以上~300億円...	自動車、輸送	自動車部品
 西電機株式会社	seiyodenki.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	2:3億円以上~10億円...	4:50億円以上~300億円...	通信・PC	その他通信
 株式会社バブルコムモーターズ	hiroshima.mini.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	小売・販売、卸売	中古車販売
 川崎フロンティア・カル株式会社	kawakami.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	2:3億円以上~10億円...	4:50億円以上~300億円...	材料・資源	化学品
 岡工業株式会社	ohtorikogyo.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	工事・土木	産業用電気設備工事
 西村ジヤ株式会社	nishimura-joy.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	小売・販売、卸売	小売店舗、商業施設
 株式会社富士ビー・エス	fujijs.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	3:10億円以上~50億円...	4:50億円以上~300億円...	工事・土木	土木工事
 友邦ナショナルフォークリフト株式会社	sumitomonnacco.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	3:10億円以上~50億円...	4:50億円以上~300億円...	製造	その他製造
 ● タリーズコーヒージャパン株式会社	sunits.co.jp	経営企画_部署電話番号...	6:1,000人以上	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	飲食・外食	カフェ
 株式会社ロピア	lopia.jp	経営企画_部署電話番号...	6:1,000人以上	0:5,000万円未満	5:300億円以上~1,000...	小売・販売、卸売	スーパー
 フレッシュホールディングス株...	alfresa.com	経営企画_部署電話番号...	4:50人以上~300人未満	5:150億円以上	4:50億円以上~300億円...	商社	化学品、医薬品商社
 京楽流通倉庫株式会社	kinko.co.jp	経営企画_部署電話番号...	4:50人以上~300人未満	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	交通・運輸、物流	倉庫
 新生コルナコース株式会社	shinkolease.co.jp	経営企画_部署電話番号...	4:50人以上~300人未満	2:3億円以上~10億円...	4:50億円以上~300億円...	金融	事業者金融
 株式会社ティーケーピー	tkp.jp	経営企画_部署電話番号...	6:1,000人以上	5:150億円以上	5:300億円以上~1,000...	観光、宿泊、レジャー	ホテル、旅館
 日本ハム食品株式会社	nipponham-syokuhin.jp	経営企画_部署電話番号...	6:1,000人以上	3:10億円以上~50億円...	5:300億円以上~1,000...	食品	レトルト・冷凍食品、缶詰
 昭和フロント株式会社	sfn.co.jp	経営企画_部署電話番号...	4:50人以上~300人未満	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	材料・資源	金属建材
 株式会社デリカシェフ	delica-chef.co.jp	経営企画_部署電話番号...	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	4:50億円以上~300億円...	食品	米、惣菜製造
 中電機株式会社	churtis.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	2:3億円以上~10億円...	4:50億円以上~300億円...	工事・土木	産業用電気設備工事
 片山化学工業株式会社	katayamakagaku.co.jp	経営企画_部署電話番号...	4:50人以上~300人未満	0:5,000万円未満	4:50億円以上~300億円...	材料・資源	化学品
 キヤンメディカルダイアグノス...	minaris-medical.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	2:3億円以上~10億円...	4:50億円以上~300億円...	医療・製薬、福祉	医療機器
 株式会社テクノプロ	technopro.com	経営企画_部署電話番号...	6:1,000人以上	1:5,000万円以上~3億...	5:300億円以上~1,000...	IT	受託開発
 株式会社タチナ	tachina.co.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	2:3億円以上~10億円...	4:50億円以上~300億円...	機械	計測機器、センサー
 株式会社タミヤ	tamya.jp	経営企画_部署電話番号...	5:300人以上~1,000人...	1:5,000万円以上~3億...	4:50億円以上~300億円...	生活用品	玩具



他社との比較ポイント

他社との比較ポイント

BtoBマーケティング・セールスの上流戦略設計から下流実務まで一貫して実行しているシャコウだからこそその内容となっています。

		戦略コンサル会社	マーケティング会社	営業支援会社	制作会社
BtoB専門性	◎	○	△	○	×
サービス戦略設計	◎	◎	△	×	×
マーケティング戦略	◎	○	○	×	×
施策実行支援	◎	×	◎	◎	○
SDR/BDR設計	◎	△	○	○	×
KPI設計	◎	○	○	△	×
実行に基づく提案	◎	×	○	○	×
スケジュール	最短1ヶ月	3-6ヶ月	1-3ヶ月	-	-
金額	◎	×	○	-	-



▶Youtubeで視聴する

導入事例

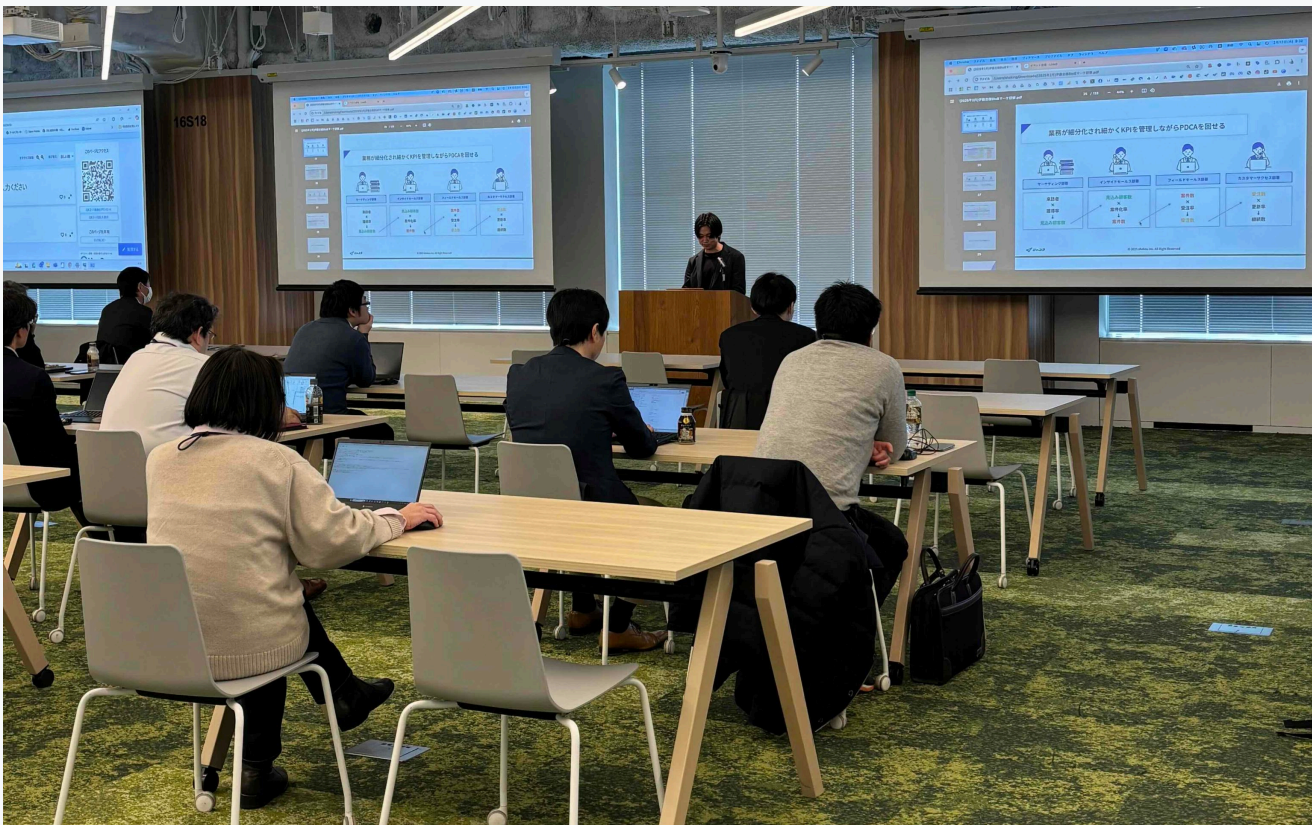
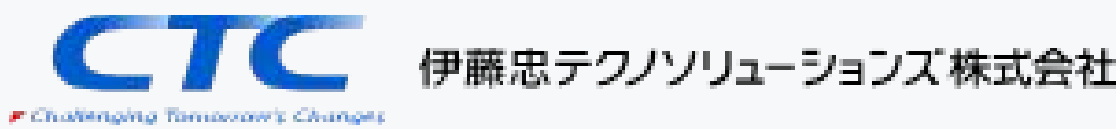
BtoBマーケティング・セールス支援 導入企業様の例

導入事例抜粋

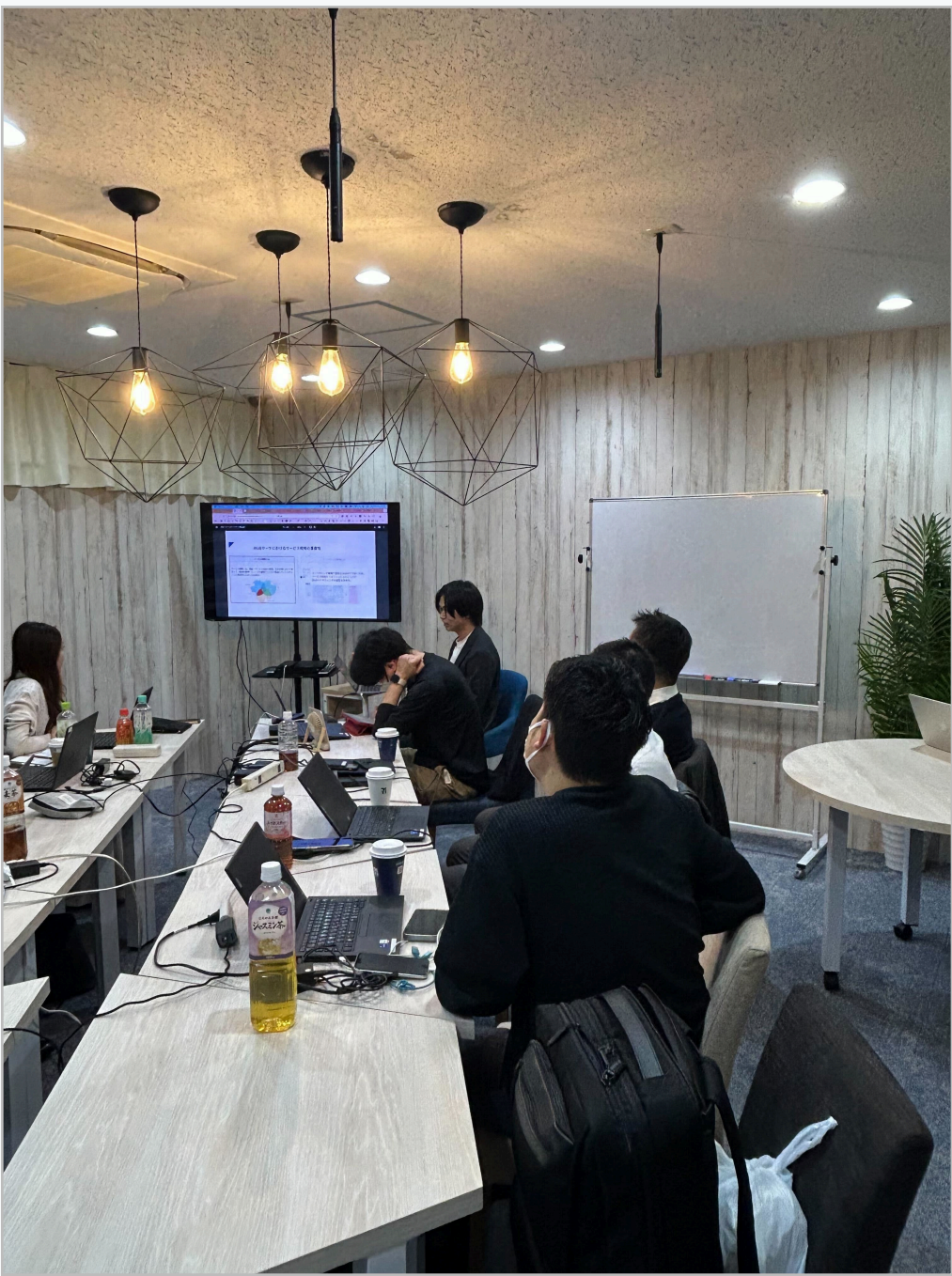
BtoBマーケティング研修事例：伊藤忠テクノソリューションズ様

伊藤忠様のマーケご担当者様向けにBtoBマーケティング研修を実施。さまざまなBtoB企業を支援している弊社独自のメソッドから生まれるBtoBマーケティング・セールスの定石を講義。



BtoBマーケティング研修事例：グローウィン・パートナーズ様

事業戦略のの見直しと中期経営計画の一助として、代表以下役員会にて、BtoBマーケティング戦略の研修を実施。事業計画の策定の基礎となる知見をインストール。



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
 フーバーブレイン様 (東証グロース)	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

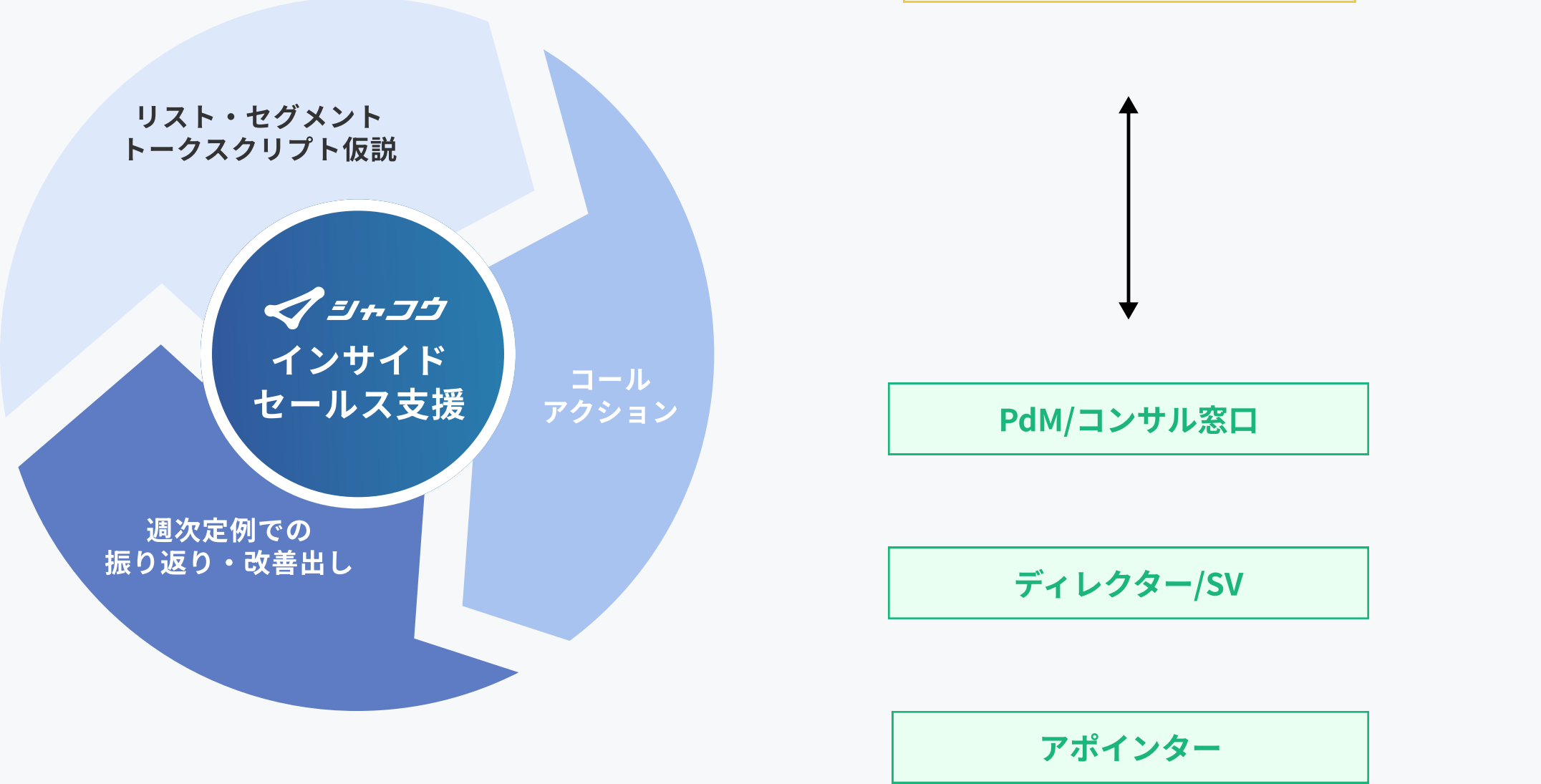


After（施策導入後の状況）

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



導入事例抜粋

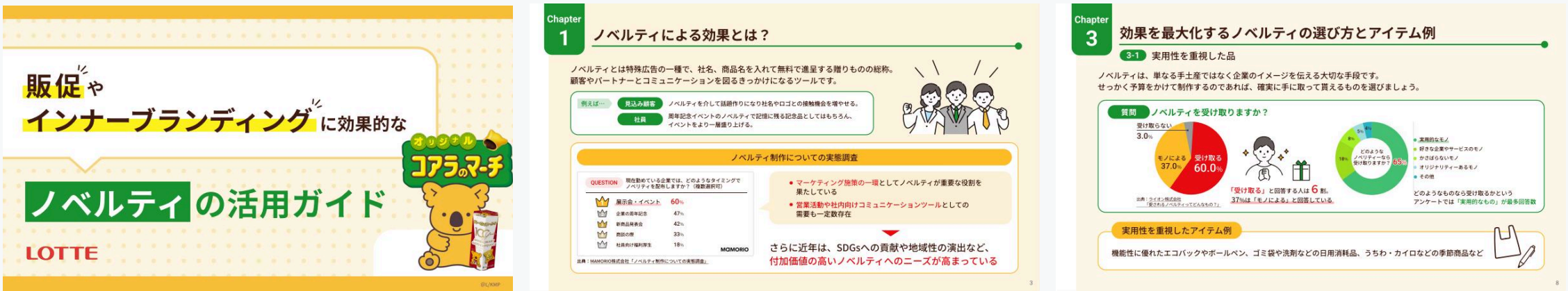
ホワイトペーパー制作事例：ストライク様

メルマガでのナーチャリング、FSの商談受注率向上に役立つお役立ち資料（ホワイトペーパーの制作）を担当。企画、構成作成、ラフ、ライティングまで全工程を担当。



ホワイトペーパー制作事例：ロッテ様

メルマガでのナーチャリング、新規リード獲得に役立つお役立ち資料（ホワイトペーパーの制作）を担当。企画、構成作成、ラフ、ライティングまで全工程を担当。



ホワイトペーパー制作事例：富士フィルム様

DX/ERP領域では、ホワイトペーパーなどのコンテンツ制作・インサイドセールスなどの領域でBtoBマーケティング・セールス面で複合的に支援。



ホワイトペーパー制作事例：NTT東日本様

メルマガでのナーチャリング、FSの商談受注率向上に役立つお役立ち資料（ホワイトペーパーの制作）を担当。企画、構成作成、ラフ、ライティングまで全工程を担当。



緻密な戦略設計とオウンドメディア伴走支援で**広告CPA50%減&CV数5倍・SEO流入200%**を記録

企業名	業種・業界	従業員規模	サービス内容
電算システムホールディングス (東証プライム)	IT	~ 1000名	Google製品販売

Before（施策導入前の状況）

デジタルマーケティングに漠然とした課題意識

施策実施前の具体的な課題

- 手探りでSEO・メルマガなどを行っていた
- 複数のベンダーに外注しており、煩雑な体制だった
- プロダクトごとのマーケティング戦略がなかった

After（施策導入後の状況）

マーケティング未経験から内製化
広告CPA50%減&CV数5倍・SEO流入200%を達成

施策実施後の具体的な状況

- プロダクトごとにKPIとダッシュボードを構築/PDCA基盤の確立
- SEO・メルマガ・広告ごとに細かく改善を繰り返せる体制に
- 外部ベンダー依存から自社での内製化での運用体制に

プロマーケターによる伴走支援でマケ未経験者を戦力化、CPA半減でCVは5倍と売上拡大を実現



導入企業

株式会社電算システム
デジタルイノベーション事業本部 ICT事業企画室 企画マーケティング部
部長 脇本 将教様
係長 西野由希奈様

マーケター

太田 翔英さん

数々のSaaS系サービスや決済サービス、その他にもさまざまなソリューションを提供している株式会社電算システム様は、10年ほど前から企画マーケティング部を創設し、デジタルマーケティングを開始しました。ただチームメンバーのほとんどがマーケティング未経験者で、自社努力で成果は一定出たものの、果たしてそれで正解なのかわからないという状況でした。

そこで2022年3月からMarketerAgent(マーケターエージェント)を通じてプロのマーケターと契約。それ以降、2年以上にわたりマーケティング全般のプロジェクトを遂行。外部ベンダーへの外注をやめ、内製化をしていくことで、Facebook広告のコンバージョンは5倍に、その他SEOやメルマガなどでも一定の成果を上げることに成功しました。

今回は、プロジェクトの施策や結果について、そしてMarketerAgentというサービスについて、デジタルイノベーション事業本部 ICT事業企画室 企画マーケティング部 部長 脇本将教さんと、同 係長の西野由希奈さんにお話を伺いました。

マーケティングの正解がわからなかった

やるきっかけとなった課題とはなんだったのでしょうか。

「**マーケティングの正解がわからなかった**」というところがありました。私は2022年1月から企画マーケティング部を元々エンジニア出身で、そのほかには組織の品質管理ということくらいしか経験がなく、マーケティングでした。



株式会社電算システム デジタルイノベーション事業本部 ICT事業企画室 企画マーケティング部 部長 脇本将教さん

私が外部から企画マーケティング部を見ていたときは、うまく回っているなという印象でした。しかし、マーケティングのメンバーや前任の部長、同僚にマネージャーに昇格した者に話を聞いてみると、実は試行錯誤しながらやっているということでした。

なんとなく形にはなっているという手応えは感じつつも、ほんとうにこれが正解なのか、果たしてこのままやって大丈夫なのかというところに確信が持てないという話も出ていました。その一方でチームのメンバーは、ネットで情報を得たり外部のセミナーに参加して知識を得たりして、ある程度施策を回すことができていましたが、見直せる部分があれば見直したいという課題感がありました。

そこで、自分たちがやっていることが正しいという確信が得たい、これからの進むべき道の確認をしたいと思い、WACULさんに相談したというのが、最初のスタートでした。

— 今の状態をもっとよくしていきたいという感じだったんですね。

脇本 そうですね。自信を持って活動できるようになりたいという思いがありました。

— なぜWACULに相談するという流れになったのでしょうか。

脇本 前任の部長が、WACUL代表の垣内さんの書籍を読み、興味を持ったので話を聞いてみたらと勧められたので、ご連絡したという感じです。

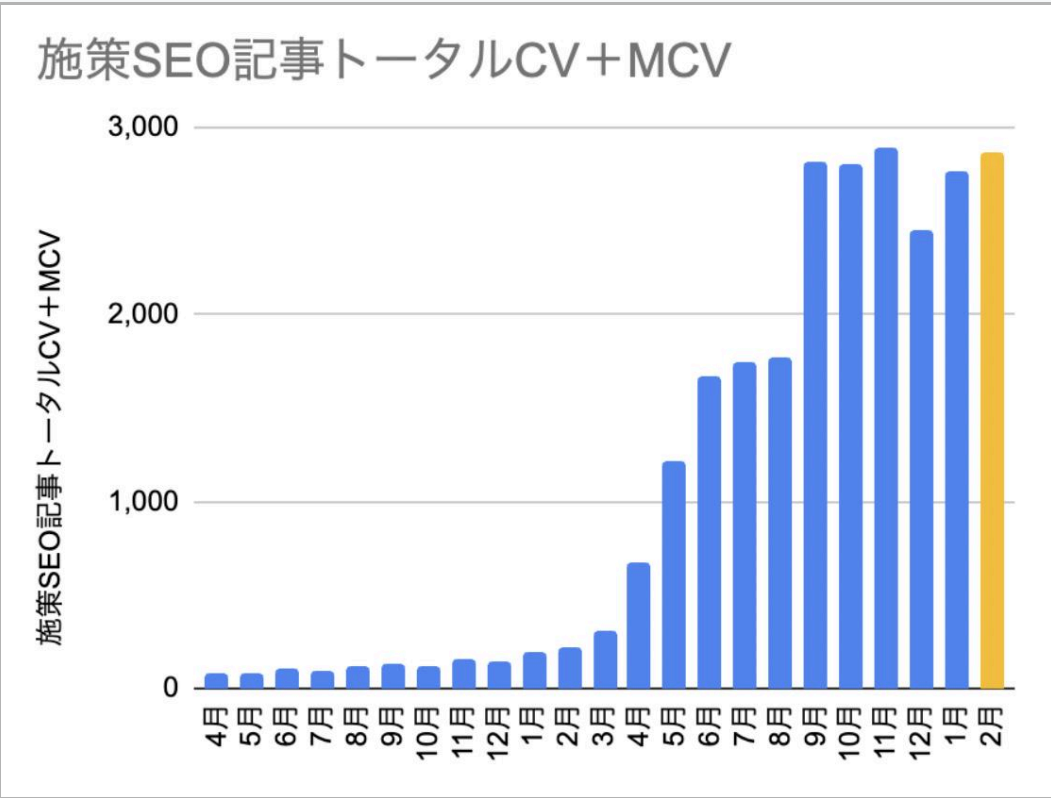
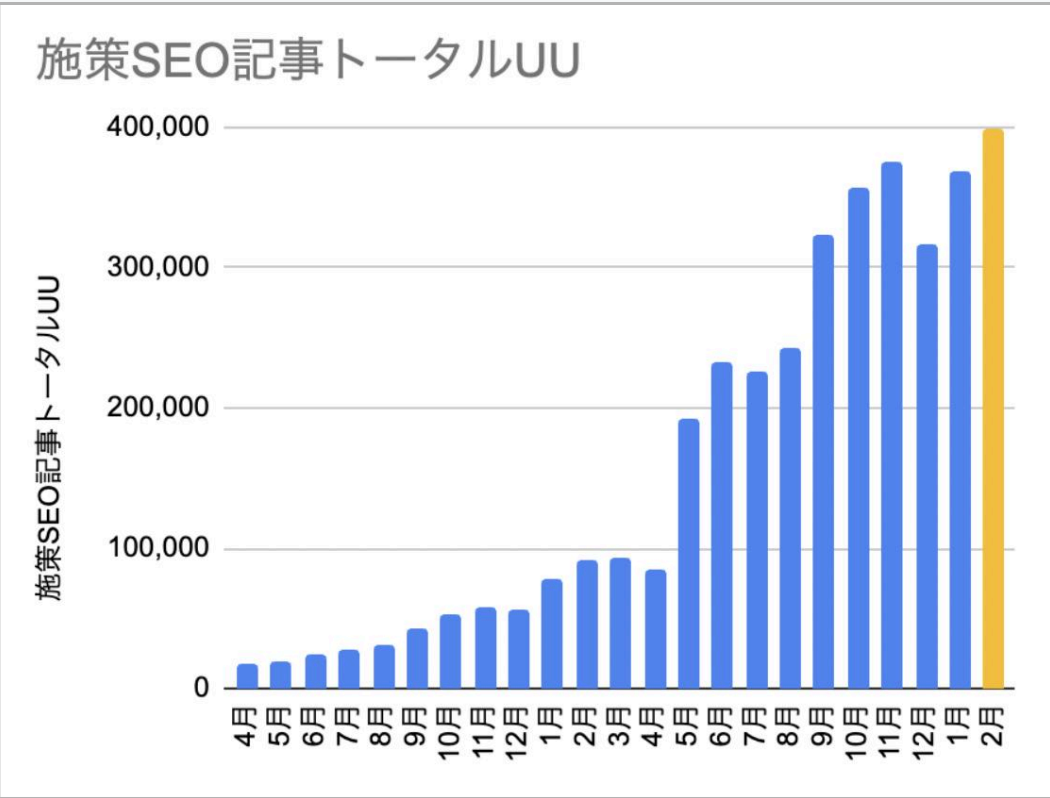
SEO領域にてBtoB業界で幅広い実績。トラフィック20倍成長やゼロからの立ち上げも可能

企業名	業種・業界	従業員規模	サービス内容
国内最大手通信キャリア事業者 様	IT・通信	～ 30,000名	通信機器/セキュリティなど

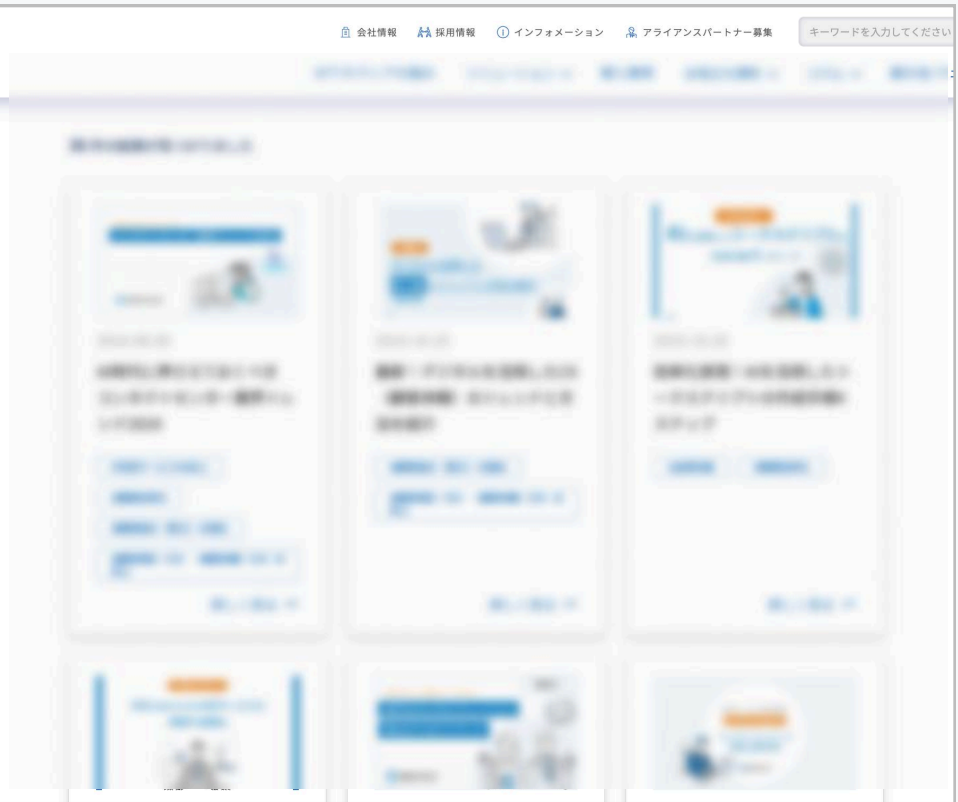
企業名	業種・業界	従業員規模	サービス内容
国内最大手通信キャリア事業者 グループ子会社 様	BPO	5700	コールセンター

150本以上のコンテンツ制作（SEO/ホワイトペーパー）で2年で20倍以上成長

サイトリニューアルフェーズから0からコンテンツSEOを取り組み、10位以内KWが200個を超える



	施策前	施策後	2024年4月
1位KW数	0	38	0
5位以内KW数	0	131	0
10位以内KW数	0	213	0
20位以内KW数	2	391	0
30位以内KW数	4	540	0



・ 施策前
トラフィック：20,000
CV/mCV数：79件

・ 施策後
トラフィック：430,000
CV/mCV数：2,800件

・ 施策前
トラフィック：0
10位以内KW個数：0

・ 施策後
トラフィック：7,000
10位以内KW個数：213個

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）

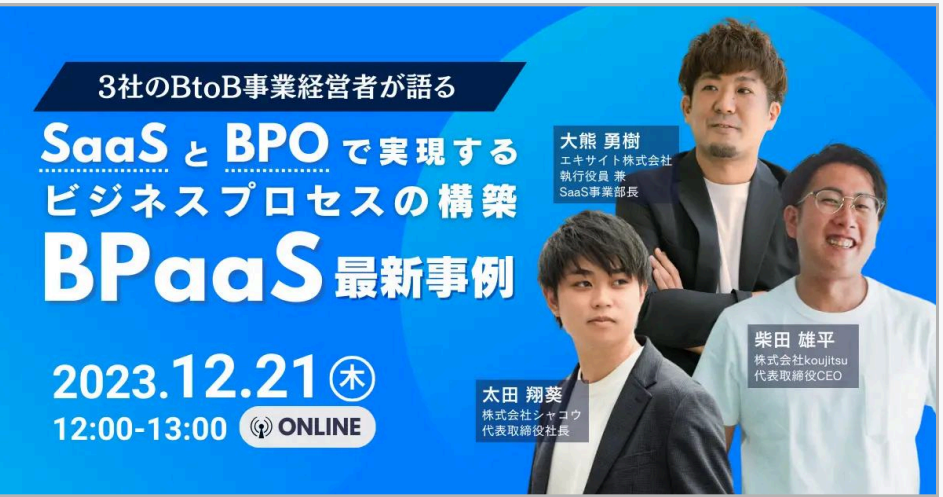
経歴概要
創業直後のスタートアップにてwebディレクターに従事。500万PVクラスのメディアグロースに貢献。予算1億の事業責任者として、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。2024年2月に株式会社シャコウ創業し、BPaaS Growth Companyとして中小企業からエンタープライズまで幅広く支援。2023年4月にホワイトペーパーを起点とした、BtoB SaaSの開発・運営を行う株式会社White Lakeを設立。上場企業のパートナーや顧問などを多数兼任。

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, blmail

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

WACUL, ADEBS, EXPLAZA, EXIDEA, PLAN-B, SHANON, SHARJET, Mailmail, List Finder, LOCUS, MIL, CARRY ME, Anotherworks, eXcite, ferret

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

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(土) 11:00-12:00

GrowthX, シャコウ, 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

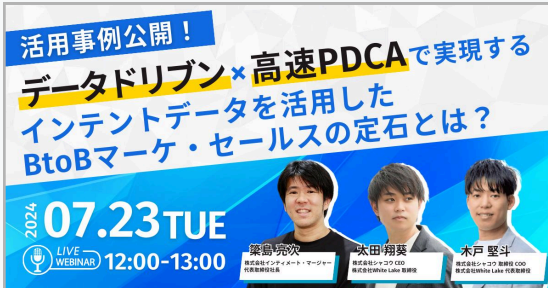
2024.4.23(火) 12:00 - 13:00

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



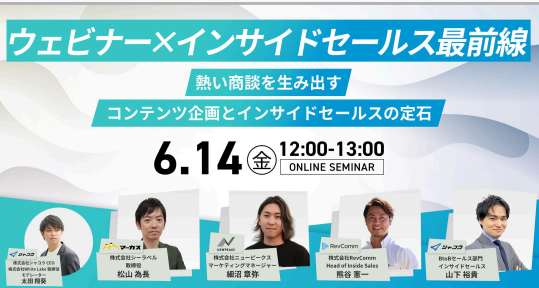
クリスマス特別プレゼントウェビナー！
少人数組織でも取り組める、2024年結果を出すための
コンテンツマーケ×ナーチャリング施策
とは？

12/20(土) 12:00-13:00



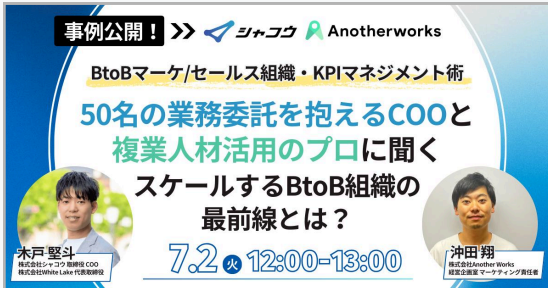
シャコウ Conference Presented by SHARKO
リード獲得各領域のプロ8社が語る
商談を最大化する
BtoBリード獲得

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！>> シャコウ 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(土) 12:00-13:00



BtoB編成ウェビナー
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
最良で成果を出した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(土) 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

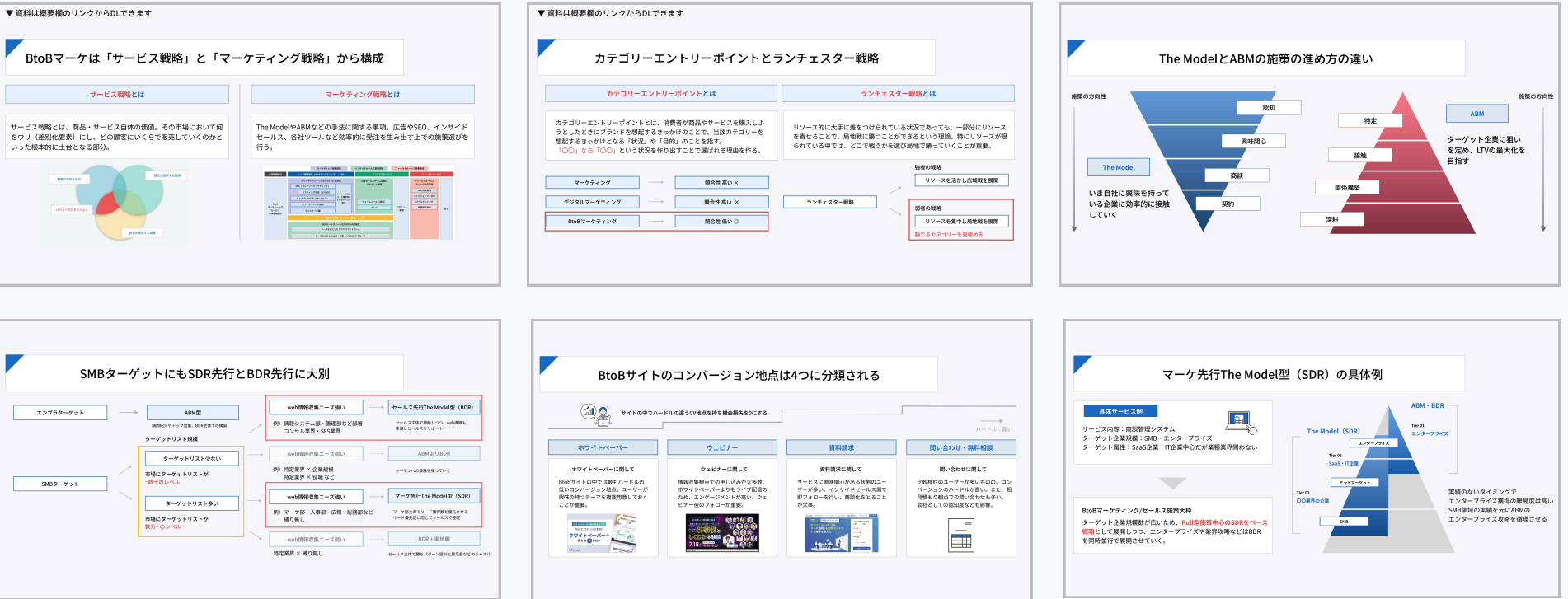


▶ Youtubeで視聴する

■「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
(マーケティング実務運用/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。**

Sales



BtoBセールス部門
(インサイドセールス)

山下 裕貴
Yuki Yamashita

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。

顧問・研究パートナー企業



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

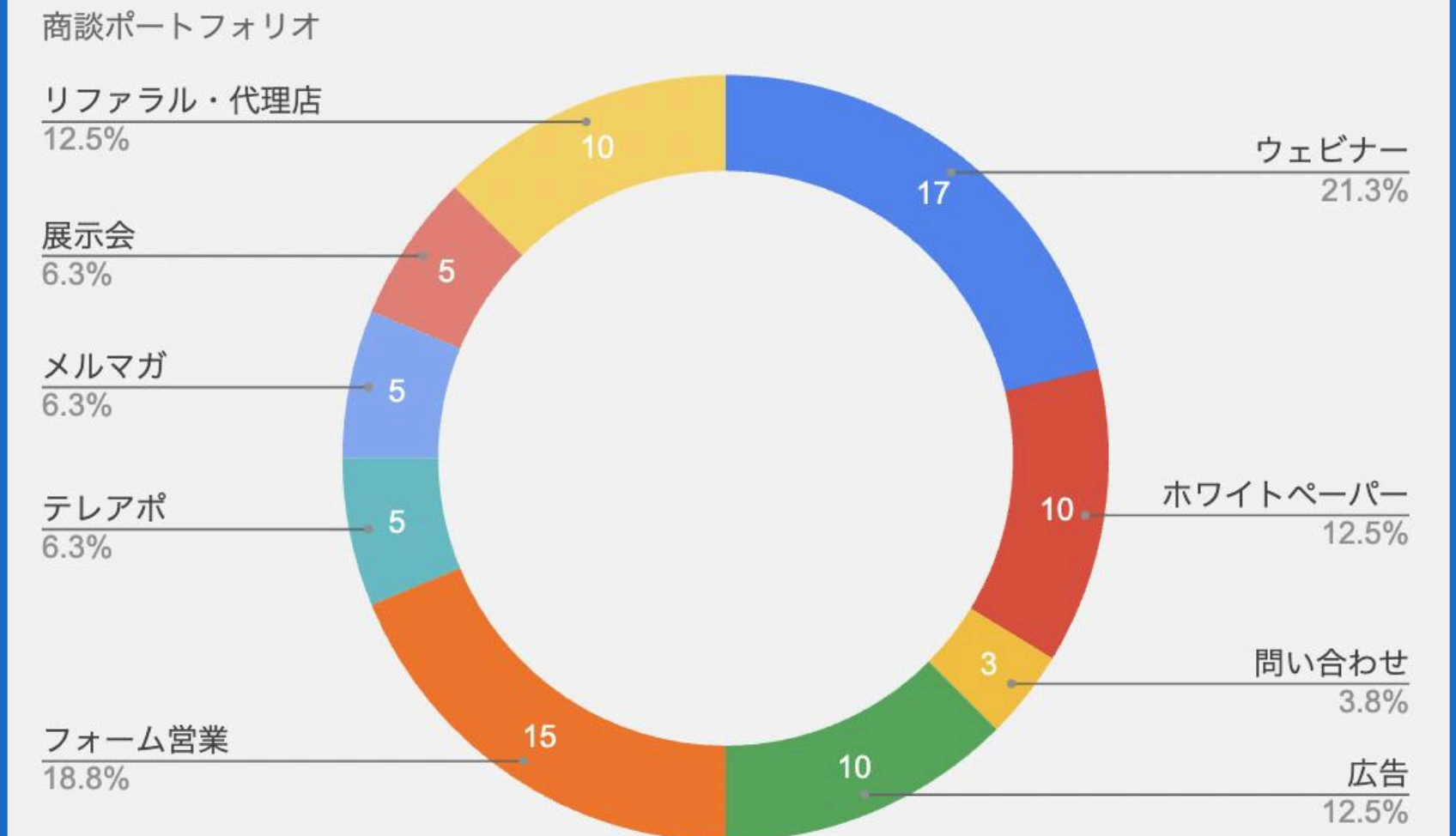
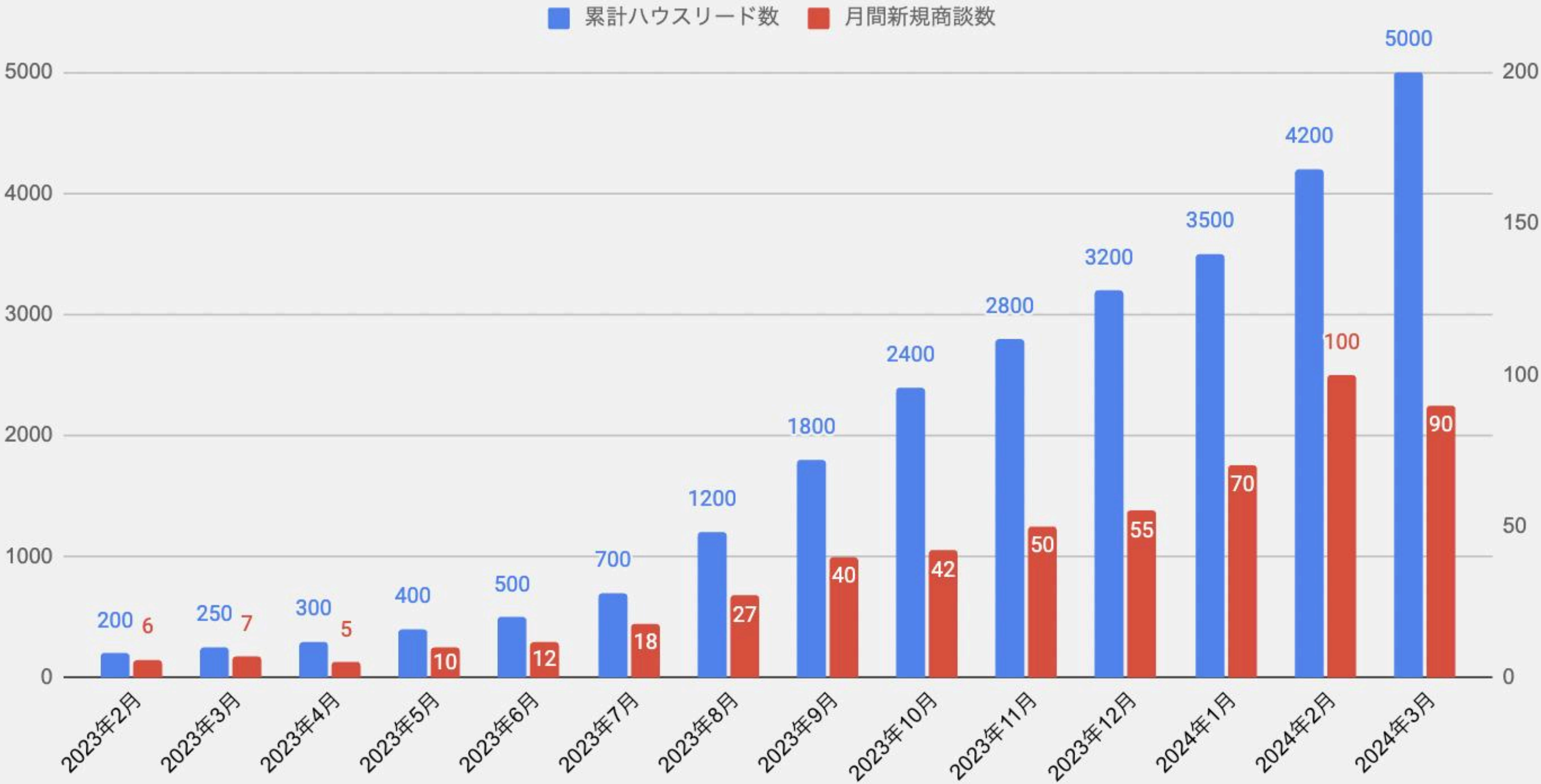
福山 敦士
Atsushi Fukuyama

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。

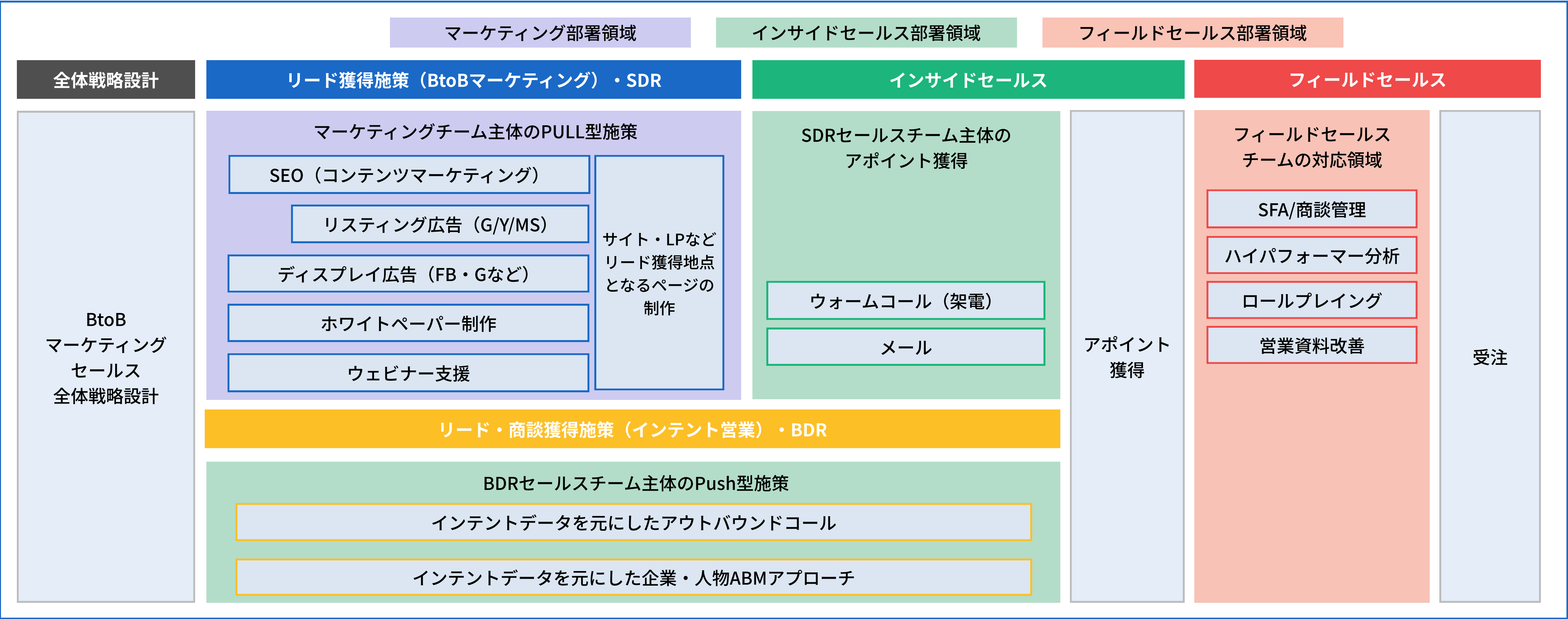
1年間で月間1000リード・100商談を生み出すシャコウ式メソッドで体系的にご支援可能

累計リード数と月間商談数の推移

株式会社シャコウ 実績



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		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	○	△	△	◎	×

サービス紹介（単品施策）

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

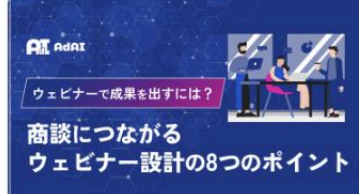
BtoBマーケティングに有効な

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



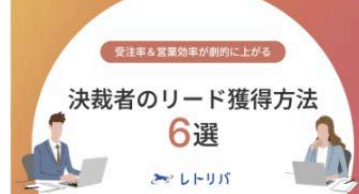
商談につながるウェビナー設計の8つのポイント



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CM1：老舗スキーカスノブでしよ

属性	ペルソナCM1：老舗スキーカスノブでしよ
性別	男性
年齢	40代前半
職業	会社員
年収	500万円～600万円
趣味	スキー、ゴルフ、読書
価値観	安定志向、伝統を重んじる
悩み	スキーの技術向上、最新のスキーウェアの購入
行動	スキー場に行く、スキーウェアの購入を検討

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

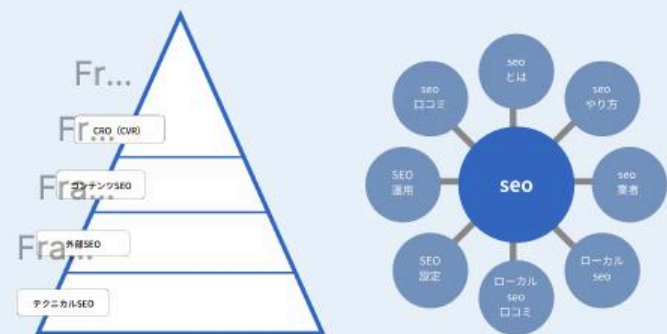
キーワード	検索ボリューム	ペルソナ	競合	競合の順位	競合の順位
BtoBマーケティング	10000	ペルソナCM1	競合A	1位	1位
ホワイトペーパー	5000	ペルソナCM1	競合A	2位	2位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	3位	3位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	4位	4位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	5位	5位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	6位	6位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	7位	7位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	8位	8位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	9位	9位
競合調査	2000	ペルソナCM1	競合A	10位	10位

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

ドメイン (DR)
(外部SEO) × ページ
(コンテンツSEO) = マイナス評価
(テクニカルSEO)



Googleアルゴリズムの理解
Googleアルゴリズムの傾向や品質評価ガイドラインを軸に評価されるコンテンツ作成を実施。EATなどの重要視される概念やトピッククラスターを含めたSEO施策をご提供。

品質評価ガイドラインに基づくコンテンツ制作

品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン
品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン	品質評価ガイドライン

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



項目	値
項目	値
項目	値
項目	値
項目	値
項目	値
項目	値
項目	値
項目	値
項目	値
項目	値



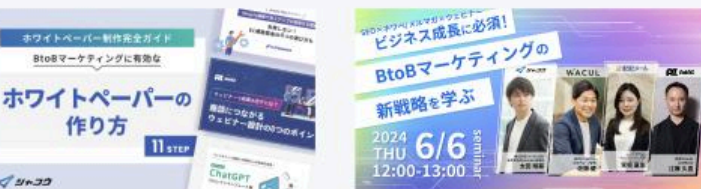
定例での改善MTG

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

ホワイトペーパー

ウェビナー



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 弊害問題を多くして分析を行う

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。

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

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

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

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

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

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版」クイックウィンを実践！1年で月間リード1000件・月商談100件を実現

05.23 12:00-13:00

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



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



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

The illustration shows a man in a light blue shirt and dark pants on the left, holding a magnifying glass to inspect a large tablet. On the right, a woman in a blue dress is also holding a magnifying glass. The tablet displays three overlapping web pages:

- Front Page (Left):** A blog post titled "BtoBコンテンツマーケティング成功の秘訣とは？なぜ、企業マーケ担当者が成果を出せないのか？" (What are the secrets to BtoB content marketing success? Why can't company marketing managers achieve results?). It features a date of "2023.09.14" and a time of "12:00-13:00".
- Middle Page:** A document titled "【特選】Facebook広告の掲載画像サイズ・テキスト文字数" (Selected Facebook Ad Post Image Sizes and Text Character Counts). It lists various image sizes (e.g., 1080x1080, 1080x1920) and text character limits (e.g., 120, 250, 500) for different ad formats.
- Back Page (Right):** A document titled "30秒ですぐ資料ダウンロード！" (Download materials in 30 seconds!). It includes a search bar and a list of documents.

The image shows a laptop and a smartphone displaying the BPaaS Growth Company website. The laptop screen displays the main page with the title "BPaaS Growth Company" and a description in Japanese. The smartphone screen displays the mobile version of the same website. The background is a light blue gradient with a faint geometric pattern.

The diagram illustrates the development environment for the 'Ryōto' project. It is structured as follows:

- Global Marketing Plan** (Global Marketing Plan): A box on the left containing 'Marketing Team' and 'Development Team' roles.
- Ryōto Development Environment (Ryōto Marketing Team) - RDR**: A central box containing 'Marketing Team' and 'Development Team' roles.
- In-Side Sales** (In-Side Sales): A box on the right containing 'Marketing Team' and 'Development Team' roles.
- Ryōto** (Ryōto): A box below the central box containing 'Marketing Team' and 'Development Team' roles.
- Marketing Team** (Marketing Team): A box below the central box containing 'Marketing Team' and 'Development Team' roles.
- Development Team** (Development Team): A box below the central box containing 'Marketing Team' and 'Development Team' roles.

Month	New Cases (Blue)	Deaths (Dark Blue)
2023年 2月	280	6
2023年 3月	256	7
2023年 4月	302	5
2023年 5月	403	15
2023年 6月	530	17
2023年 7月	700	21
2023年 8月	1310	37
2023年 9月	1851	45
2023年 10月	2420	43
2023年 11月	2800	55
2023年 12月	3280	55
2024年 1月	3500	91
2024年 2月	4260	180
2024年 3月	5088	95

サービス紹介（複合サービス）

成果報酬型ホワイトペーパーとは

月間1,000リード・100商談を実現するシャコウ式メソッドをそのままに

商談獲得にコミット 成果報酬型ホワイトペーパー

成果につながる企画からデザイン、商談獲得まで一気通貫ので支援を実現！

悩み

01

ハウスリストの
掘り起こしに
手が回っていない

悩み

02

オウンドメディア
経由のリード獲得を
増やしたい

悩み

03

メルマガ配信の
コンテンツが
足りていない

このような悩み全て解決します！

企画立案

目的に合わせた企画立案、
顧客フェーズ毎にマッピングし、
制作する企画を決定。

コンテンツマッピング

【準企画】 この企画が顧客の課題を解決する。		【準企画】 悩みはあっても、解決策が不明。		【準企画】 悩みはあっても、解決策が不明。	
No.	型	タイトル	型	タイトル	型
1	解決策型	ホワイトペーパーマーケティング に繋がる効果的な方法	課題解決型	成果につながる！ ホワイトペーパーの作り方	失敗しない！ ホワイトペーパー制作会社の選び方
2	ハウスリスト型	ハウスリストは家の山！ 効率的な掘り起こしを実現する ホワイトペーパー活用とは？	サービス比較型	ハウスリストは家の山！ 効率的な掘り起こしを実現する ホワイトペーパー活用とは？	ハウスリストは家の山！ 効率的な掘り起こしを実現する ホワイトペーパー活用とは？
3	ハウスリスト型	ハウスリストは家の山！ 効率的な掘り起こしを実現する ホワイトペーパー活用とは？	ハウスリスト型	ハウスリストは家の山！ 効率的な掘り起こしを実現する ホワイトペーパー活用とは？	ハウスリスト型

構成作成

企画に沿ったストーリー、タイトル、
各ページの内容など、構成を作成。
全体イメージを共有。

構成案

【タイトル案】 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ステップ	
目次案	内容
Chapter 1. BtoBマーケティングに有効な ホワイトペーパーとは	3
1-1 ホワイトペーパーの目的・効果	ホワイトペーパーとは、読者への情報提供や課題解決のために作成される資料。 営業資料・サービス資料・・・商品・サービスの詳細、メリットを伝えるための資料。 ホワイトペーパー・・・読者の課題解決や情報提供が目的。 読者の「読みたい」・「読みたい」が強く、より多くの人に読んでもらいたい。
1-2 ホワイトペーパーの種類	3
2-1 ホワイトペーパーの重要性	4
2-2 読者のプロセスの変化	5

ラフ作成

構成をもとに、具体的な文章、
図版などをラフに落とし込む。
見せ方・具体内容を共有。

ラフ

\ 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ステップ	
企業ロゴ	
Chapter 1. BtoBマーケティングに有効なホワイトペーパーとは	
BtoBマーケティングに有効なホワイトペーパーとは、読者への情報提供や課題解決のために作成される資料。営業資料・サービス資料・・・商品・サービスの詳細、メリットを伝えるための資料。ホワイトペーパー・・・読者の課題解決や情報提供が目的。読者の「読みたい」・「読みたい」が強く、より多くの人に読んでもらいたい。	

デザイン

ラフをもとに、デザインを作成。

デザイン

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	
シャコウ	
Chapter 1. BtoBマーケティングに有効なホワイトペーパーとは	
BtoBマーケティングに有効なホワイトペーパーとは、読者への情報提供や課題解決のために作成される資料。営業資料・サービス資料・・・商品・サービスの詳細、メリットを伝えるための資料。ホワイトペーパー・・・読者の課題解決や情報提供が目的。読者の「読みたい」・「読みたい」が強く、より多くの人に読んでもらいたい。	

リード・商談獲得

ホワイトペーパー経由で獲得した
アポ情報（日程・課題/ニーズ、時期など）
を共有。

アポ情報

フリガナ	ヤマダ様	電話番号	080-0000-0000
担当者氏名	山田様	メールアドレス	yamada@shakou-inc.co.jp
部署	マーケティング部	役職	部長
商談予定日時	2025/01/07 11:00		
興味関心	C：情報収集		
ヒアリング①	BtoBマーケティング(セールス)に課題がある？		
ヒアリング②	BtoBマーケティング(セールス)に課題がある？		
ヒアリング③	現状の課題/ニーズ		
ヒアリング④	実施したい時期		
アプローチ結果	アポ・商談獲得		
担当者の役割	次商談あり		
ヒアリング⑤	展示会のみ		
現状実施 or 検討している施策	リスティング広告、ウェビナーなどを検討中		
ヒアリング⑥	現在設定中		
KPI・目標（商談数などあれば）	月間30~50万くらいから始められと理想		
予算			

90秒ホワイトペーパー（ホワイトペーパーマーケ × インサイドセールス）

商談獲得コミット型
BPaaSサービス

90秒ホワイトペーパー

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



まずは無料シミュレーション

マーケティングだけでも、セールスだけでもない

事業フェーズに応じた THE MODEL型組織をまるごと実現

90秒ホワイトペーパー for インテントフォーム



インテントデータを用いて
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。

90秒ホワイトペーパー for AD

媒体 Google YAHOO! JAPAN ∞

ターゲティング 年齢 / 性別 /
興味関心 / 役職 etc

クリエイティブ

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。

90秒ホワイトペーパー for ハウスリスト



ハウスリストを用いて
効率的な商談獲得

ROAS効率化 (ハウスリスト数千)

これまで獲得してきているハウスリード
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。

サブスク型BtoBコンテンツマーケティング（SEO × ホワイトペーパー × ウェビナー）

コンテンツを起点としたリードジェネレーション型BPaaS

SEO・ホワイトペーパー・ウェビナーを丸っとおまかせ！

BtoBコンテンツマーケティング総合パッケージ コンテンツリージェネ

まずは無料シミュレーション

戦略から実行まで一気通貫で支援

ペルソナ例



デモデータ	
名前	佐々木 孝次
年齢	26歳
性別	男
所得	300万円（年収）
家族構成	独身
職業	アパレル
学歴	私立大学卒
居住地域	東京都

ペルソナ設定

サイコログラフィック	
価値観	毎日楽しく生きていきたい。旅行やアクティビティなど平日家に居る時間が大好き。
固定観念	物やできるものがあるとは人生は豊かになる。食事を理解してくれる友達との時間が何よりも大切。
悩み	社会人になり収入が増えたり、仕事に慣れていく。友人とも合う合わない関係が残り残りに思う。
意識的価値	友達との絆や旅行の計画があると思えて、そのために仕事も頑張ろうと思える。
解決策	仕事に慣れていく、プライベートをもっと楽しむ。

バックグラウンド	
商品	スキー・日帰りバス（目的地：上野、新大塚）を利用することで
課題①	日帰りバスは予約がなかなか取れない。
課題②	日帰りバスで、バスとバスで行って帰る手帳がある。
課題③	新大塚と上野バスがセットなので予約がかららない。
課題④	初心者でも簡単に予約ができて、予約が簡単。
課題⑤	平日のバスと週末のバスを予約して、お得に予約が簡単。
課題⑥	平日バス（新大塚・上野バス）もあり、お得に予約が簡単。

A		B	情報収集
1	フェーズ	課題・興味関心	情報収集
2	顧客の状態	気になる・困りごとがある	解決策を調べる
3	インサイト	イベント・目的の内容について調べる	イベント・目的の旅 目的地までの行き方 目的以外で何かした 当日の過ごし方のイ
4	キーワード	「コンサート」 「スキー」 「出張」 などやりたいことが既に決まっている 「スキー コツ」 「スキー 服装」	「東京ドーム 行き方」 「仙台 東京 お得」 「スキー場 混み具合」 「水道橋 おすすめ」
メディア		検索エンジン	検索エンジン SNS

カスタマージャーニーマップ

etc...

コンテンツリージェネ for SEO

Googleアルゴリズムを理解した高品質な記事制作で上位獲得を実現

貴社で勝てるキーワードリストの作成

高品質なSEO記事の作成

キーワード	検索ボリューム	ペルソナ	フェーズ	競合の存在	ホワイトペーパー
BtoBマーケティング	10000	ALL	導入	高	高
ホワイトペーパーとは	5000	ペルソナ	導入	高	高
BtoB マーケティング	2000	ALL	導入	高	高
BtoB マーケティング費用	2000	ALL	導入	高	高
コンテンツ制作	8000	ペルソナ	導入	高	高
SEOとは	15000	ペルソナ	導入	高	高
リスティング広告とは	15000	ペルソナ	導入	高	高
リスティング広告RPA	1500	ペルソナ	導入	高	高
CPC CPM	1500	ペルソナ	導入	高	高
ホワイトペーパー作り方	1500	ペルソナ	導入	高	高
ホワイトペーパー作成	1500	ペルソナ	導入	高	高



コンテンツリージェネ for ホワイトペーパー

高品質なホワイトペーパーで顧客をエンゲージメントし、商談化を実現

作成すべきホワイト
ペーパーのテーマ案を作
成

ストーリーテリングな
骨子・ラフの作成

ニーズを喚起する
分かりやすいデザイン



コンテンツリージェネ for ウェビナー

高品質なホワイトペーパーで顧客をエンゲージメントし、商談化を実現

開催テーマ案・
共催先マッチングを支援

LP/OGP/メール文面の
作成も代行

当日の動画配信など
裏方業務も丸投げ



会社概要

会社名	株式会社 シャコウ
代表者	太田 翔葵
所在地	東京都渋谷区渋谷3丁目9-10 KDC渋谷ビル 8階
事業内容	BtoBマーケティング・セールス支援事業・研修事業
設立日	2024年2月2日



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