

ホワイトペーパー制作 サービス紹介資料



ホワイトペーパー制作 サービス紹介

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

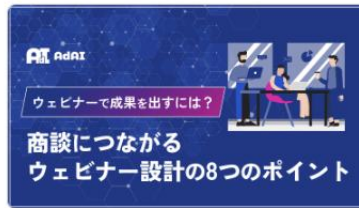
BtoBマーケティングに有効な

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





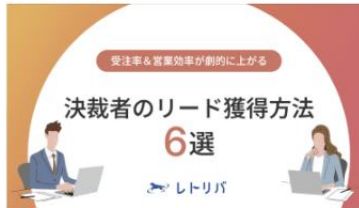
インサイドセールスの運用形態を比較！





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

なぜホワイトペーパーならシャコウなのか

BtoBマーケ・ホワイトペーパーマーケに関して国内トップクラスの知見と登壇実績

なぜホワイトペーパーならシャコウなのか

数多くの企業様からご好評をいただいています

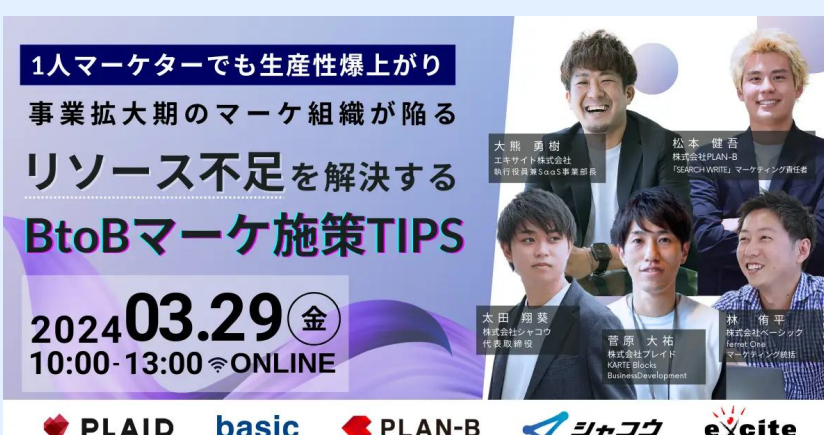
創業以来 延べ100本以上のホワイトペーパー製作を担当

シャコウ社創業より、多数の企業様のコンテンツ制作のデリバリーを担当してきました。
SEOでは、累計100サイト・2000記事以上の支援、**ホワイトペーパーでは累計100本以上**の
コンテンツ製作を担当させていただいております。

単なる制作会社ではなく、BtoBマーケティング・セールスを提供する
BtoB Growth Companyであるため、ホワイトペーパーの企画部分からSEOや広告、
メルマガ、インサイドセールスとの連動面までご支援が可能であり、商談・受注に結びつく
ご提案が可能です。

＼BtoBマーケ・コンテンツマーケで登壇多数／

ホワイトペーパーマーケで国内トップクラスの知見



なぜホワイトペーパーならシャコウなのか

ホワイトペーパーの定石に関して発信中！ホワイトペーパー制作完全ガイドは300 DLを達成

Youtube公開中

ホワイトペーパー制作完全ガイド11STEPをプロが解説する60分

300 DL
記念

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

コンテンツ担当必見！
ホワイトペーパーのプロが語る
60分

シャコウ

オンライン配信 12.17 火 15:00-16:00 株式会社シャコウ取締役COO
アーカイブ配信 12.18 水・19 木・20 金 木戸堅斗



[Youtubeの視聴はこちらから](#)

300ダウンロードされた人気のコンテンツ

有効商談を創出するホワイトペーパー制作完全ガイド

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

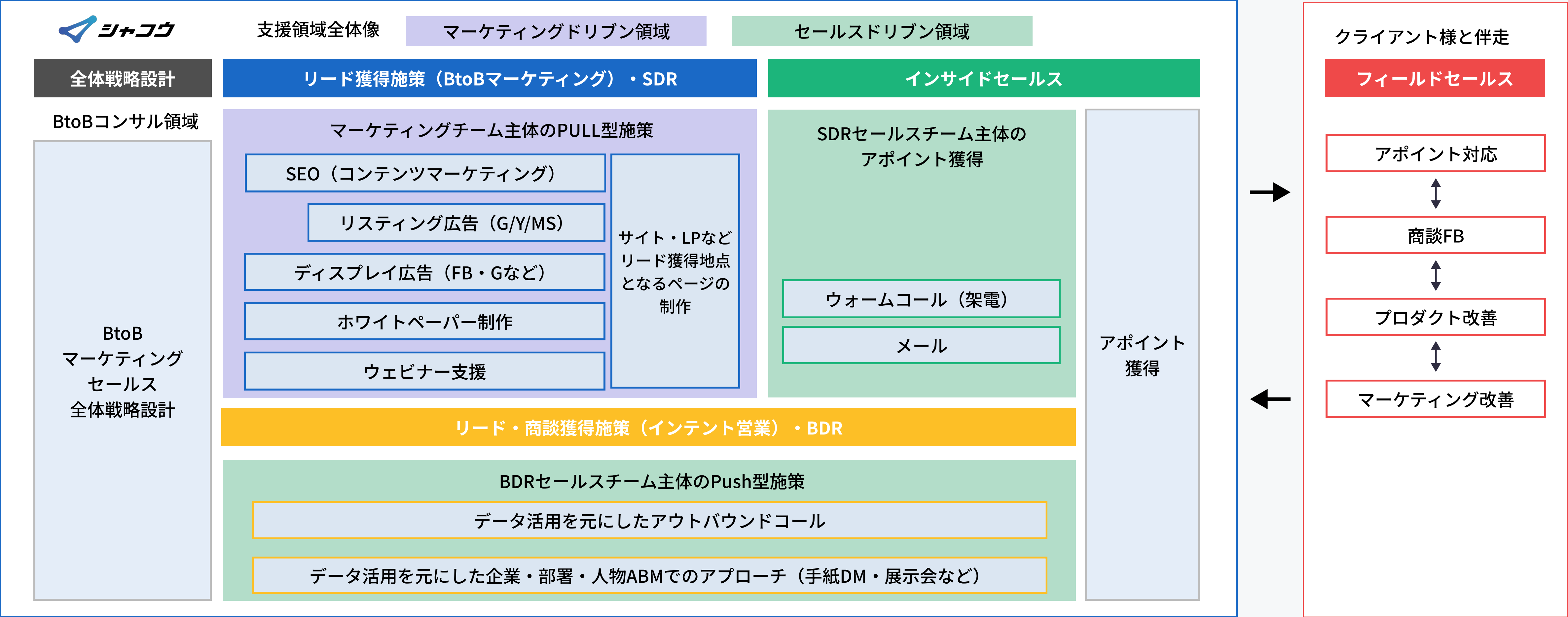
ホワイトペーパー製作の
成功STEPが凝縮。
企画のフレームワークから
デザイン・ライティングまで。

[資料のダウンロードはこちら](#)



なぜホワイトペーパーならシャコウなのか

ホワイトペーパー制作以外にも、連動するBtoBマーケ/セールス施策の解像度が高くご支援も可能



目的から逆算したコンテンツ企画とターゲット・デザインガイドラインの作成

ゴールから逆算した企画・設計



ホワイトペーパーの効果

リード獲得

リード育成

顧客満足度向上

受注確度の向上

ブランディング

■ターゲットカスタマー想定

具体化する項目

業種

企業規模

年齢

性別

役職

悩み・関心

情報収集の手段 など

ターゲット例

業種

企業規模

年齢

性別

役職

悩み・関心

情報収集の手段 など

■デザインガイドラインの作成

デザインが与えるイメージ

高級

シンプル

にぎやか

親しみ

A

B

高級感・シック・信頼感

親しみやすさ・誠実感・爽やかさ

フォントが与えるイメージ

和文フォント

欧文フォント

あ

あ

あ

あ

A

A

A

A

格調が高い

親しみやすい

・落ち着いた

・堅実

・信頼感のある

・元気な

・柔らかい

・カジュアル

緻密な情報設計による骨子作成とデザインを入れる前のラフ作成で出戻りを最小限に

緻密なコンテンツ骨子作成とラフ作成

■構成の作成

ホワイトペーパー企画シート	
本構成(ラフ)URL	
前提	・当社のサービスを提供しているスタートアップ〜上場企業 ・すでにウェブナーを開催している企業
ターゲット	ウェブナーを検討しているが、なかなか動機に繋がらずに迷っている経営者、 動機に引っかかるウェブナー企業・事業を行うためのポイントを知りたい経営者。
情報ニーズ	ウェブナーから価値を得につなげるためのポイント・施策を知りたい ウェブナーを開催するとは、具体的にどのような施策や、ユーザーのニーズと自社サービスの強みがマッチした内容で動機が芽生えることを知る。また、ウェブナーの中で身が付けたい、開催後のインサイトや らにもなるアフターフォローも重要。インサイトをサービスで価値獲得につなげるにはAIロールの導入が効果があることを把握する。
ストーリー	AIロールサービス
ゴール・CV先	ウェブナー、運営、企画、設計、ポイント、動機獲得
キーワード	ウェブナー、運営、企画、設計、ポイント、動機獲得
構成案(仮)	ウェブナーで成果を出すには？ 動機に繋がるウェブナー設計の 8つのポイント
タイトル案	ウェブナーの企画の重要性 ・動機に繋がるウェブナー設計のポイント ・開催後のアフターフォローの重要性
この資料からわかること	・タイトル ・目次 ・ウェブナー開催において「企画」が重要な理由 ・動機に繋がるウェブナー設計の 8つのポイント ・開催の目的を明確にする ・ターゲット設計を行う ・ウェブナーでの目標を設定する ・ターゲットの課題解決に繋がる内容にする ・いつのタイミングに際して有益な情報を盛り込む ・動機回復を兼ねて分析を行う ・AIアライア配役や記事コンテンツ化を行う ・インサイトやセールスと連携してフォロー体制を整える ・動機に繋がるには開催後のフォローが重要 ・AIロールの紹介(仮) ・AIロールの導入事例(仮) ・導入事例① ・導入事例② ・動機獲得のためには適切なウェブナー設計とアフターフォローを(仮)
構成	
CV先・ゴール	

項目	目次案	ページ	内容
資料 目的 目次		1	
		2	
			調査において ・満足度が高いと商品サービスの導入意欲が 1.5倍高まる ・満足度は「求めている情報」「新たな情報」か どうかで決まる ・満足度の高いイベントとして多かったものが 「業務に役立つ独自のノウハウを紹介するも の」 →動機獲得に繋げるには「企画」が重要である ことを解説 調査: https://wacul.co.jp/fab/posts/btob-online-event-report
	Chapter 1. ウェブナー開催において「企画」が重要な理由	3	以下を箇条書きで解説 2-1 開催の目的を明確にする 2-2 ターゲット設計を行う 2-3 ウェブナーでの目標を設定する 2-4 ターゲットの課題解決に繋がる内容にする 2-5 1つのテーマに絞って有益な情報を盛り込 む 2-6 開催回数を重ねて分析を行う 2-7 アライア配役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. 動機に繋がるウェブナー設計の 7つのポイント	4	ウェブナーの目的は「認知」「顧客顕在化」「ク ローニング」の3つが考えられる。 「認知」→参加者の一部が「認知」から「興味・関 心」の段階へのステップアップが目的 ・顧客顕在化→「興味・関心」から「比較・検討」 の段階へ移行させることが目的 ・クローニング→「比較・検討」から「購入」へと到 達させる「クローニング」が目的
	2-1 開催の目的を明確にする	5	開催の目的に応じてターゲット像を明確にする。 以下を具体的に想定する。 ・年齢 ・性別 ・業界・役職 ・悩み・関心
	2-2 ターゲット設計を行う	6	・情報収集の方法

■カスタマージャーニー上におけるコンテンツマッピング

	【潜在層】 これから悩みを持つ可能性がある。		【準顕在層】 悩みはあるが、解決策が不明。		【顕在層】 解決策を理解しており、悩みを解決したい。	
型	・ガイドブック・入門書型 ・調査レポート型 ・用語集 ・テンプレート型		・課題解決型（悩み別）		・事例紹介型 ・サービス比較型	
	型	タイトル	型	タイトル	型	タイトル
1	ガイドブック・入門書型	営業効率が変わる！今さら聞けない営業管理の超基本	課題解決型	SFA/CRM導入の教科書：最適なツール選びのための徹底ガイド	サービス比較型	自社に最適なツールは？GENIEE SFA/CRMとSalesforce徹底比較
2			課題解決型	コストと効率を見直す：Salesforceユーザーのための営業管理ツール選びの新基準		

ホワイトペーパー制作完全ガイド 11STEP配布中

Shopifyで売上アップへ！
Shopify構築で売上アップが目指せる理由
失敗しない！
EC構築業者の4つの選び方も
fulbalance

Adani
ウェビナーで成果を出すには？
商談につながる
ウェビナー設計の8つのポイント

バックオフィス業務で4時間以上の削減を実現！
ChatGPT
プロンプトテンプレート集

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

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

12 STEP

13 STEP

14 STEP

15 STEP

16 STEP

17 STEP

18 STEP

19 STEP

20 STEP

21 STEP

22 STEP

23 STEP

24 STEP

25 STEP

26 STEP

27 STEP

28 STEP

29 STEP

30 STEP

31 STEP

32 STEP

33 STEP

34 STEP

35 STEP

36 STEP

37 STEP

38 STEP

39 STEP

40 STEP

41 STEP

42 STEP

43 STEP

44 STEP

45 STEP

46 STEP

47 STEP

48 STEP

49 STEP

50 STEP

51 STEP

52 STEP

53 STEP

54 STEP

55 STEP

56 STEP

57 STEP

58 STEP

59 STEP

60 STEP

61 STEP

62 STEP

63 STEP

64 STEP

65 STEP

66 STEP

67 STEP

68 STEP

69 STEP

70 STEP

71 STEP

72 STEP

73 STEP

74 STEP

75 STEP

76 STEP

77 STEP

78 STEP

79 STEP

80 STEP

81 STEP

82 STEP

83 STEP

84 STEP

85 STEP

86 STEP

87 STEP

88 STEP

89 STEP

90 STEP

91 STEP

92 STEP

93 STEP

94 STEP

95 STEP

96 STEP

97 STEP

98 STEP

99 STEP

100 STEP

無料で資料をダウンロード

シャコウ

© 2024 shakou inc. All Right Reserved

Chapter 5.
ホワイトペーパーの作り方

ホワイトペーパーは、ターゲット・テーマの設定や構成の作成など、多くのステップを踏み完成します。ここではホワイトペーパー制作の手順を紹介します。

STEP 1 作成の目的の明確化

STEP 2 自社の立ち位置・強みの明確化

STEP 3 ターゲットの設定

STEP 4 企画・テーマの決定

STEP 5 ストーリー・ゴールの決定

STEP 6 トンマナの決定

STEP 7 リサーチの実施

STEP 8 構成の作成

STEP 9 ページ配置の決定 (ラフの作成)

STEP 10 ライティング・デザイン作成

STEP 11 編集・最終チェック

Chapter 5.
ホワイトペーパーの作り方

5-3 ターゲットの設定

ホワイトペーパー制作の目的の明確化・自社の強みの把握を行ったら、その内容に応じてターゲット像を明確にします。
例えば、人事部向けのホワイトペーパーを制作する場合、ターゲットが人事部に新たに配属された新人部長なのか、人事部長なのかで内容が変わってきます。そのため、**ターゲットはできるだけ具体的に設定することが重要です。**
ターゲット設定する際には、**既存顧客や今までの受注実績から、自社の商品・サービスに興味を持ちやすいリードを分析し、参考にすると良いでしょう。**

具体化する項目

ターゲット例

Chapter 5.
ホワイトペーパーの作り方

5-6 トンマナの決定

「トンマナ」とはトン&マナーの略称で、**デザインやスタイル、文章に一貫性を持たせるルール**です。文章の表現・口調や、デザインで使用するカラーなどを統一させることで、その企業やサービスの持つ世界観・イメージをユーザーにアピールできます。
自社のイメージやターゲット層、扱うサービスなどに応じて、適したトンマナを設定しましょう。

デザインが与えるイメージ

フォントが与えるイメージ

Chapter 5.
ホワイトペーパーの作り方

5-9 ページ配置の決定 (ラフの作成)

各ページにおいて、**文章・イラスト・図解などのコンテンツをどこに配置するのかが決定する必要があります。**このページ配置を「ラフ」呼びます。ラフを作成しておくことで、ライティング・デザイン時にスムーズな制作が可能です。

本ホワイトペーパーのラフ

P4 Chapter 1
1-2 ホワイトペーパーの種類

P7 Chapter 4
ホワイトペーパーを作る手段【内製と外注の違い】

P11 Chapter 5
5-3 ターゲットの設定

17

他サービス紹介（単品施策）



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

リード獲得のためのウェビナー開催

クロージングのためのウェビナー開催

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
THU
6/6
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」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

5.23 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

無料で資料を請求する

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。

クロージング・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



レポートニング



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

シャコウ

© 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。



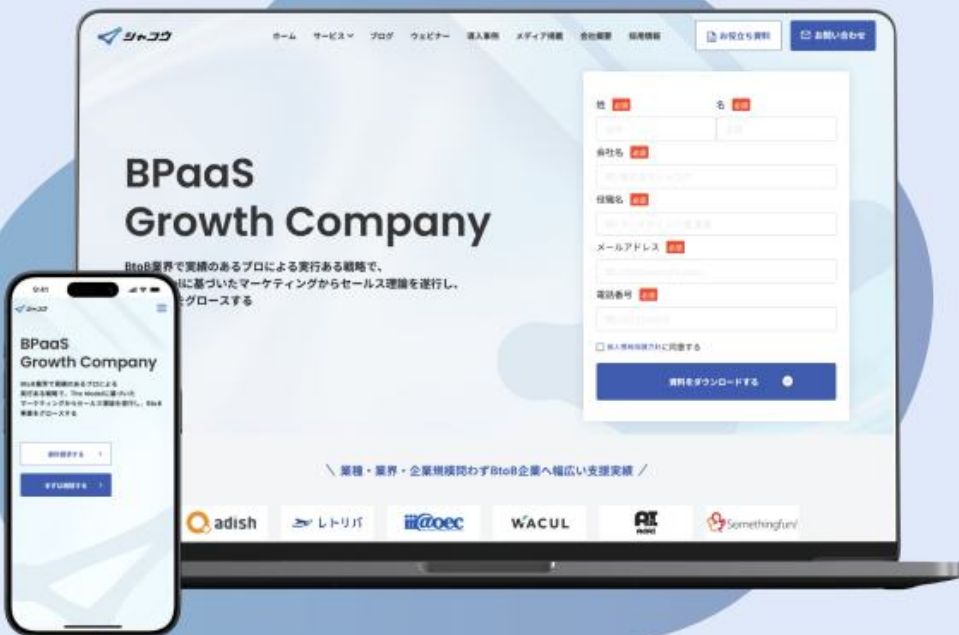
無料で資料を請求する

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グロ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
マーケティング戦略設計 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) リスティング広告 (G/MO) ディスプレイ広告 (FB・Gなど) サイト内ペーパー制作 ウェビナー実施	SDRセールスチーム主体のPUSH型施策 サイト制作 ウェビナー (活用) メール・メルマガ運用	フィールドセールス チームの対応範囲 訪問先決定支援 ハイパフォーマンス分析 営業資料作成
	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・ニーズデータを駆使したアウトバウンドコール インテント・ニーズデータを駆使したフォーム営業		

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



詳細サービス紹介（複合サービス）

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

サイコグラフィック	
価値観	毎日楽しくいきたい。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人とは違う。自分と違う。自分と違う。自分と違う。
悩み	社会人になり収入が増えた。仕事に慣れていく。友人とも会う頻度が減り寂しい。
価値観	友達とごはんや旅行の計画がある。そのために仕事も頑張る。
解決策	仕事に慣れていく。プライベートをもう少し充実させる。

ペルソナプロフィール	
職業	スキー・日帰りバス（休日・上級、新規入会）を利用すること
課題①	日帰りスキーは宿泊代金がかかるので面倒。
課題②	日帰りなので、バスとバスで行って帰る手帳がある。
課題③	新幹線とバスがセットなので手帳がからまない。
課題④	初心者でも自分でお客しスキーをしやすい。
課題⑤	平日夜の友達との思い出をお客しスキーをしやすい。
課題⑥	平日夜の友達との思い出をお客しスキーをしやすい。

A		B	C
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RBA	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	4000	ペルソナ	導入	高	高
ホワイトペーパー費用	4000	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



30秒で今すぐダウンロード！

名前

メール

会社名

所属

パスワード

パスワードを再入力

送信



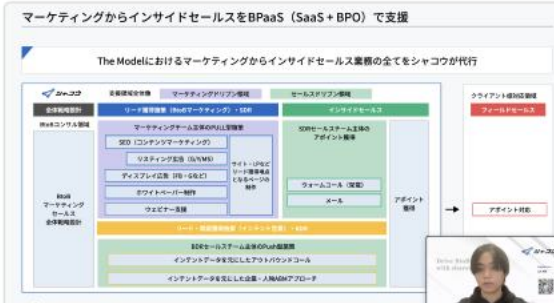
コンテンツリージェネ for ウェビナー

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



月額5万円からのBtoB事業ライトコンサルティング

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

ニースを喚起するホワイトペーパー 見込み顧客の資料DLをリアルタイム検知

BtoBベンチャー経営者・BtoB marketer限定 事業グロスへの第三者壁打ち支援

ちょこっとCMO for BtoB

創業3期目で月間1000リード・100商談を実現するシャコウCEOの太田が御社事業の壁打ちを行います。貴社事業に合ったサービス戦略設計・施策ごとのアドバイスから顧客紹介、会食への招待などその時必要な支援をちょこっとサポートします

☑ 明朗会計で安心
月額5万円~の定額支援

☑ 担当窓口
シャコウCEOが窓口対応

☑ 施策実施もお得に
全支援メニューが10%OFF

☑ シャコウ式メソッドの共有
1000リード・100商談創出

30分でちょこっと相談 /
無料相談を
今すぐ予約

ちょこっとCMO for BtoBとは

1000リード・100商談を実現するシャコウ式メソッドを元にCEO太田が貴社のCMOとなりお悩みを“ちょこっと”サポートします

ちょこっとCMO for BtoBは、シャコウ社自身がグロスしていく中で培ってきたメソッドを元に、御社のmarketerとなり戦略壁打ちや有効施策をアドバイスさせていただくサービスです。月1回の定例MTGと日々のチャットやりとりで日々のちょっとしたお困りごとやBtoB経営者・BtoB marketerの壁打ち相手となり事業グロスに貢献いたします。



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のメディアグロスに貢献。予算1億の事業責任者として、BtoBtoC事業の立ち上げを行う。2022年2月に株式会社シャコウ創業し、BtoBに特化したBPaaSグロース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・エキサイト株式会社・株式会社AdAIにて研究パートナー・アンバサダー・顧問も務める。

顧問・研究パートナー企業
FanGrowth WACUL AdAI

BtoBマーケティング・セールスの勝ちパターンに沿って 貴社の課題について徹底的に議論いたします

シャコウではデジタルマーケティングの戦略設計から実行まで支援しています。幅広い支援実績をもとに、貴社課題の解決にコミットします。

1年で1000リード・100商談
を作ってきた裏付けがあります

シャコウならBtoB戦略に必要なノウハウ全てをお伝えできます！

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） リスティング広告（G/AMS） ディスプレイ広告（FB・Gなど） ホワイトペーパー制作 ウェビナー支援	BtoB サイト制作 BtoB LP制作	SDRセールsteam主体の アポイント獲得 ウォームコール（実電） メール・メルマガ運用	フィールドセールsteam チームの対応領域 FS受注率改善支援 ハイパフォーマンス分析 営業資料作成
	リード・商談獲得施策（インテント営業）・BDR			
	BDRセールsteam主体のPush型施策			
	インテント・ニーズデータを起点としたアウトバウンドコール			
	インテント・ニーズデータを起点としたフォーム営業			

マーケティング部署領域 インサイドセールス部署領域 フィールドセールス部署領域

無料お試し会に申し込む

株式会社シャコウに関して

「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



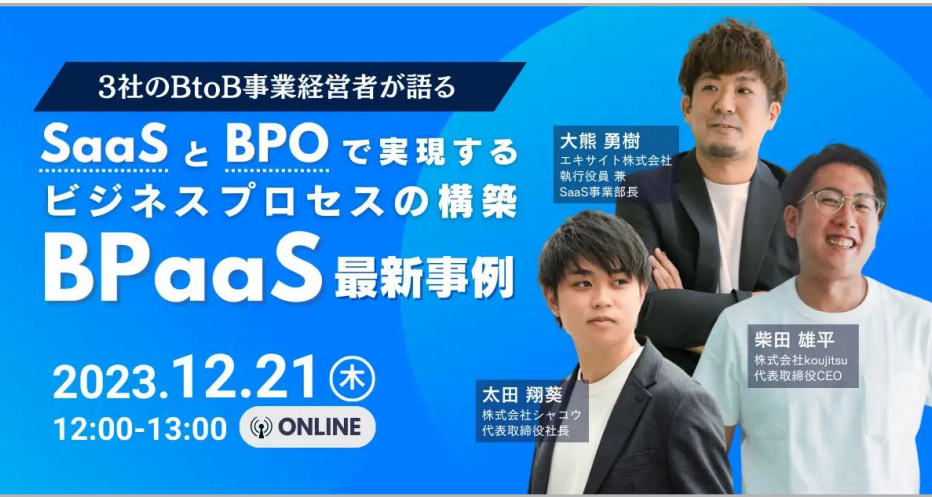
ウェビナーSaaS・コミュニティ



AIアナリスト



AIコール





BPaaS Growth Company

実行ある戦略で

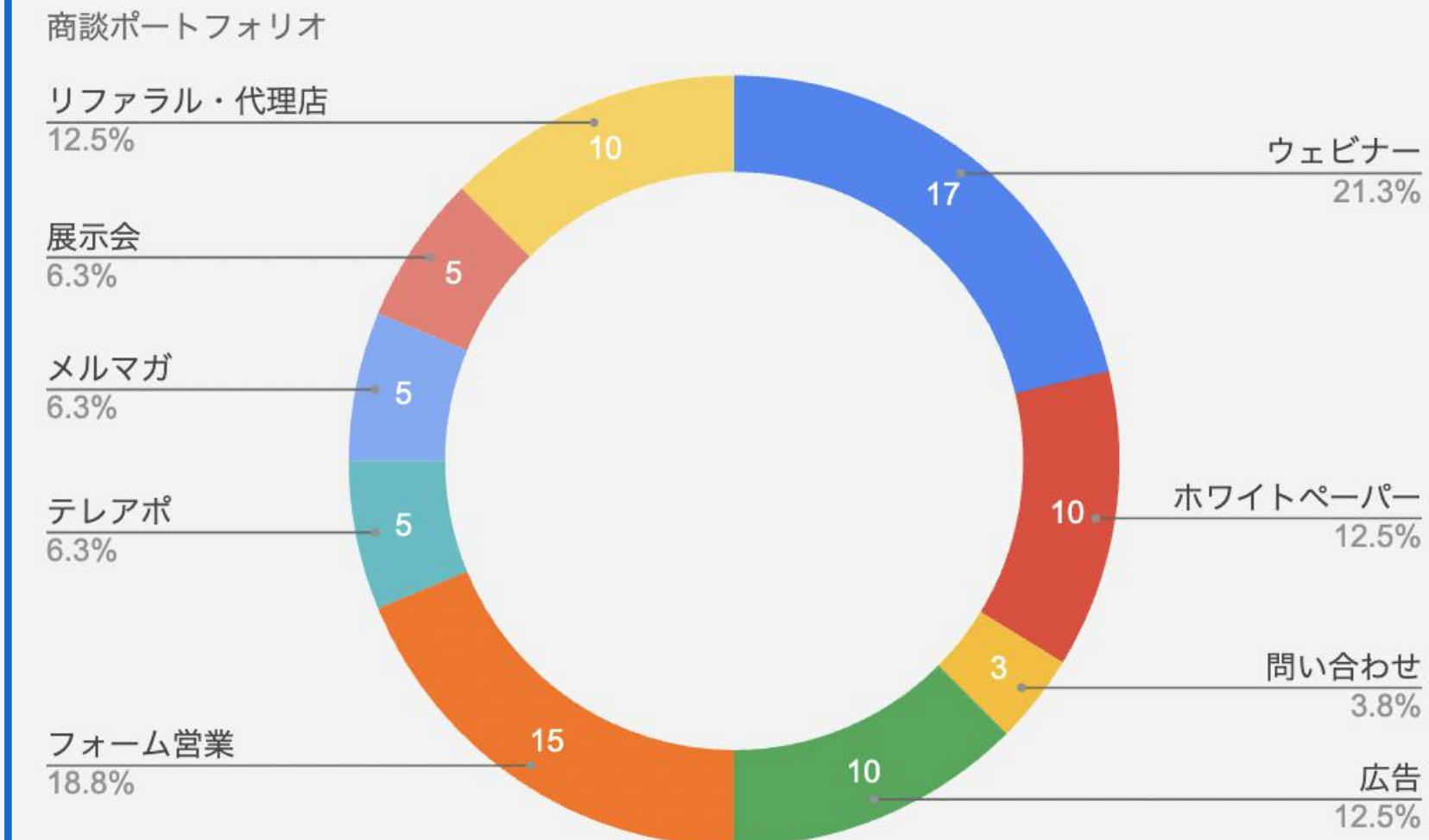
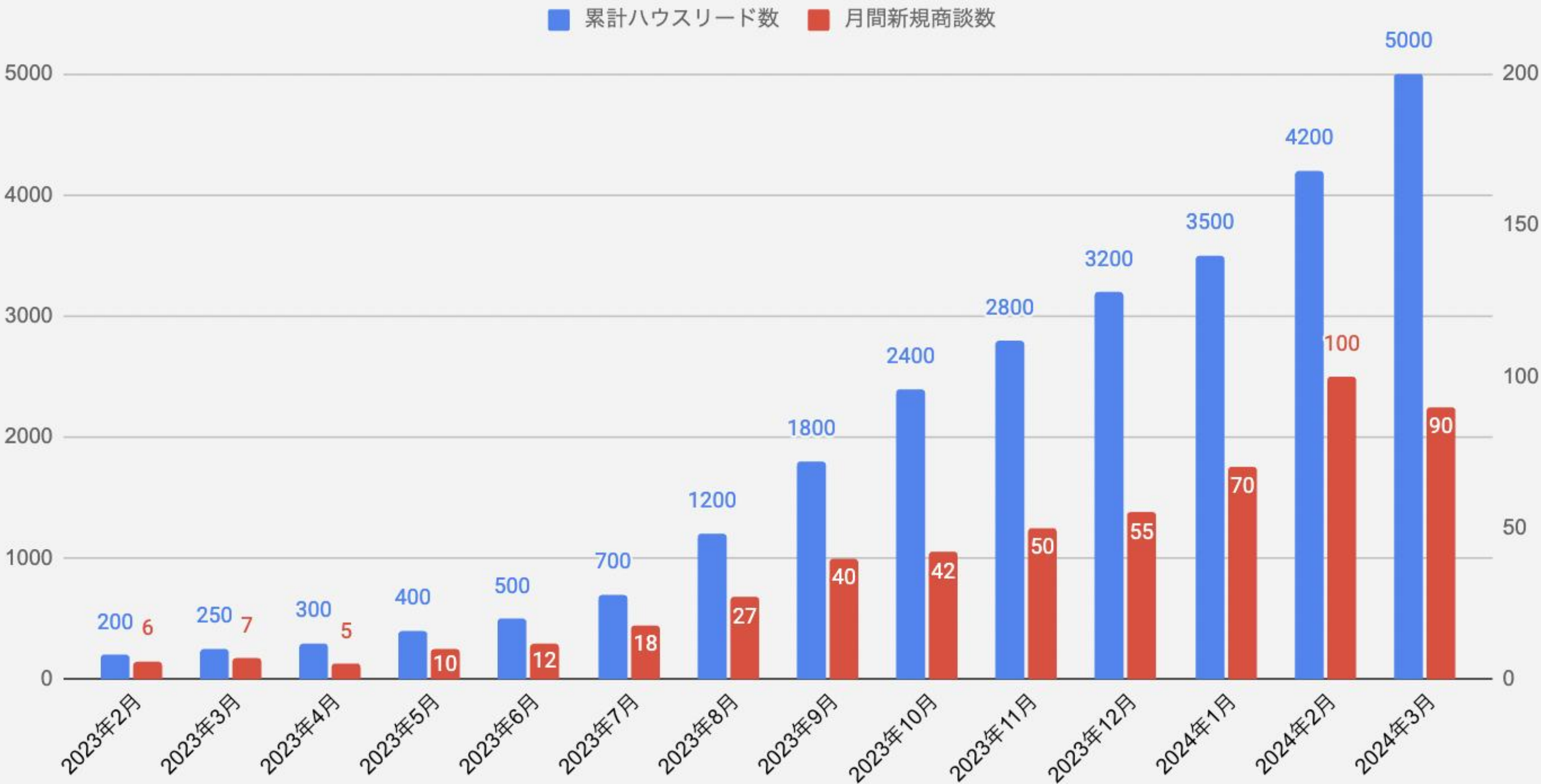
The Modelに基づいたマーケティングからセールス理論を遂行し、BtoB事業をグロースする



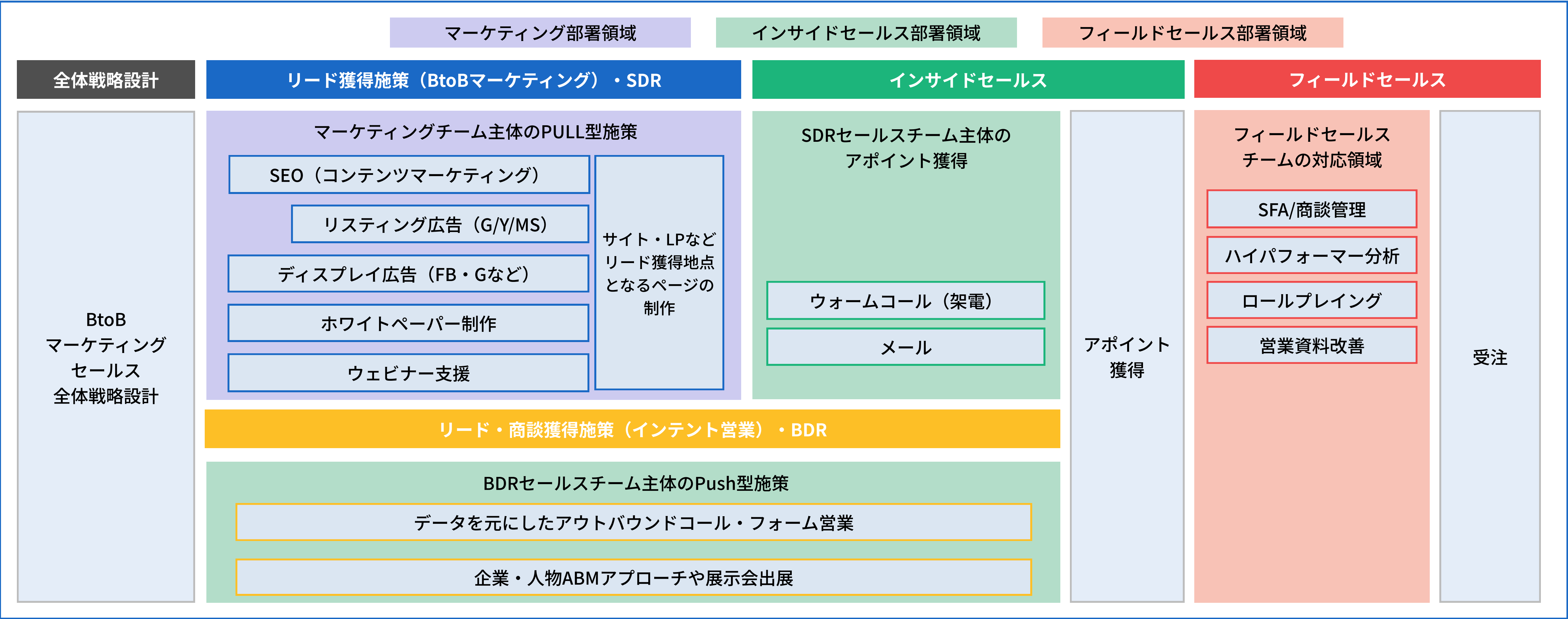
1年間で月間1000リード・100商談を生み出すシャコウ式メソッドで体系的にご支援可能

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



体制・メンバー

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。

顧問・研究パートナー企業







BtoB領域での登壇活動



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。

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。

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。

Sales



セールス顧問

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。

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。



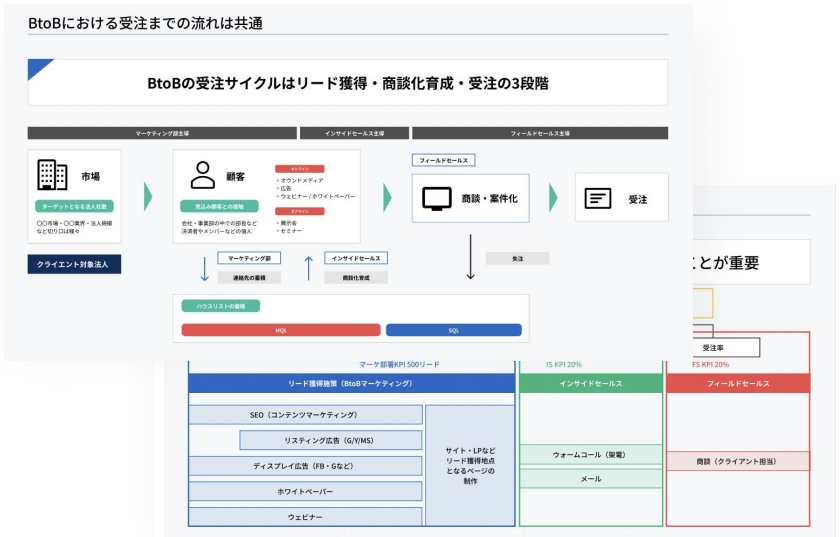
BtoB
Creative Studio

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	○	△	△	◎	×



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