

書籍や  
無料セミナーが  
腹落ちしない  
担当者向け

商 談

デモンストレーション

見積依頼

etc...

熱い見込の8割はWebからやってくる!

# BtoB企業のための インターネットマーケティング実践講座

2018年3月13日(火) 1日集中

競合のWebサイトは  
更新情報しか  
ベンチマークできていない

せっかく見込の  
リストを渡しても、  
営業がろくなアプローチ  
すらしてくれない

問合せボタンから  
フォームに  
アクセスすると、商品名が  
引き継がれない

BtoB

社内で使われる  
専門用語が  
そのまま掲載されている

すべての問合せには  
ログインが必要

MARKETING

SERVICE

展示会に出展しても  
新規のリストを  
集められていない

製品情報ページに  
事例がない

BtoB企業でマーケティングを成功させるための鉄則、  
顧客のタイミングを見計らった仕組みと仕掛けづくりを学ぶ!

ツールや「机上の空論」ばかり知っても、現場では何の助けにもならない!

# 開講の背景

**もはや、営業任せでは通用しない!  
顧客の要望から案件化する仕組みづくりは  
必須項目になっている**

受注するのが営業ということに変わりはないものの、顧客を取り巻く環境は大きく変化しています。従来は展示会や訪問して行く営業を通して情報を仕入れて、比較検討した上で購買の決断を行うというのが一般的な流れでした。しかし、今では顧客が必要な情報を自ら集めて比較検討した上で、問合せを行うことが一般的になっています。そのためこれまでのように営業担当それぞれの経験や勘に頼るだけでは限界があります。そこで組織的に水面下で顧客の要望を探り、それを営業に案件として引き渡していくことが求められています。

**限られたターゲットだからこそ  
きめ細やかなフォローで受注に繋げる。  
それがBtoBマーケティングの鉄則**

BtoBの業態がtoCのマーケティングと大きく異なることとして、ターゲットが限られることが挙げられます。そのためトップセールスが顧客への対応で行うように、行動そのものだけでなく、その裏にある個別の具体的な事情などの推察も踏まえた、緻密な施策を実施していくことが求められます。そして限られた予算の中で丁寧な対応を行うには、カタログや展示会よりも、Webサイトやネット広告、メールといった手法によるマーケティングが適しています。そこで本講座では、限られた予算や人員の中で見込を上げるWebの活用法を学びます。

## 講座のポイント

## BtoB企業のWebサイトは 「カタログ」から「マーケティング装置」へ

WebサイトやSEO、オンライン広告といったネット上の施策は、これからのBtoB企業のマーケティングの要です。しかしこれまで得意としてきたカタログ制作で培ったノウハウをWebサイトに載せるだけでは、問合せや見積依頼など受注確度の高い見込は増やせません。たとえば右図のように顧客のニーズを起点としたサイト設計を仕掛けることが必要です。本講座では「マーケティング装置」として機能するWebサイトの企画・制作進行のノウハウを学びます。

## 問合せや資料請求を獲得するための6箇条

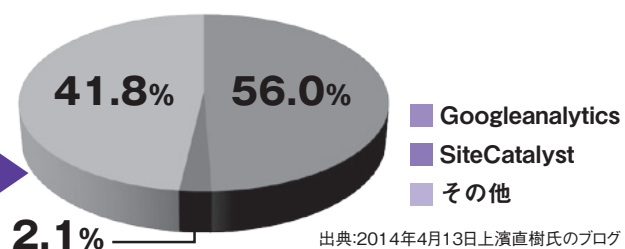
- ① 情報が見つかりやすいか
- ② 情報が分かりやすいか
- ③ 課題解決に役立つか
- ④ 顧客基点で考慮されたサイトか
- ⑤ 社内事情より顧客が優先されているか
- ⑥ Webサイトに注力しているか

アクセスログの解析ツールを導入しているにもかかわらず、棚卸したデータから事業への貢献度を評価できていない企業はごく一握りです。数字でボトルネックを可視化することが、自社サイトの「マーケティング装置」化へと導く第一歩です。そこで本講座では日々の損失を「見える化」し、サイトの改善や予算獲得に生かすノウハウを学びます。

## 自社サイトの品質を把握できているのはごく一握り

- ➔ ログ解析を活用できている企業はほぼない。
- ➔ マーケティング装置として企業への貢献度を把握できていない。
- ➔ 日々の「損失」を可視化できていない。
- ➔ Webに対する投資額を可視化された数字から算定できていない。
- ➔ 数字で可視化することが予算獲得につながる。

ログ解析  
プログラム導入状況  
上場企業3800社中



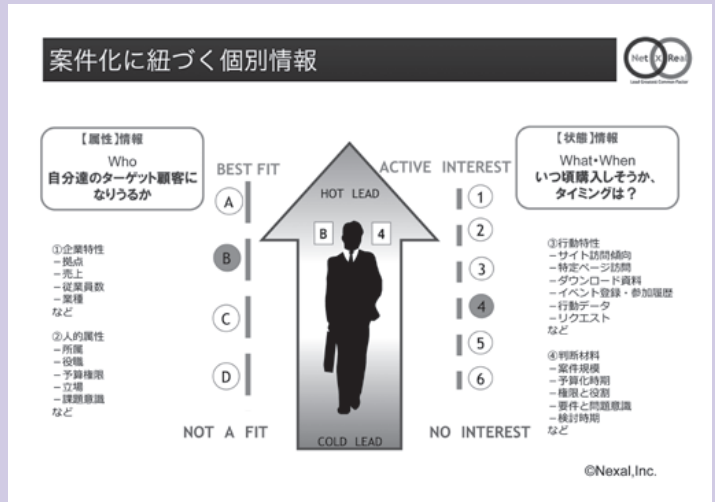
出典:2014年4月13日上演直樹氏のブログ

**POINT1** マーケティングの前提

**案件の発掘を狙うなら一度は学んでおきたい BtoBマーケティングの8大原則を学ぶ**

営業の持つ権限が昔から強く、しかもマーケティングで成果が上がっても表には出てきにくいBtoB企業の担当者は、前任からの引き継ぎやパートナー企業からの提案くらいしか頼れるノウハウがないことが一般的です。しかし顧客を取り巻く環境も社内におけるマーケティング担当部門の役割も変化しているため、その経験則では通用しにくくなっています。いま現場で必要とされているのは、新しい顧客環境に対応し、着実に案件化に繋げる原理・原則です。そこで本講座では、複数のBtoB企業で「売れるしくみづくり」を実践した担当者から、自らの経験をもとにした8大原則を学びます。

8大原則のひとつ企業プロフィール

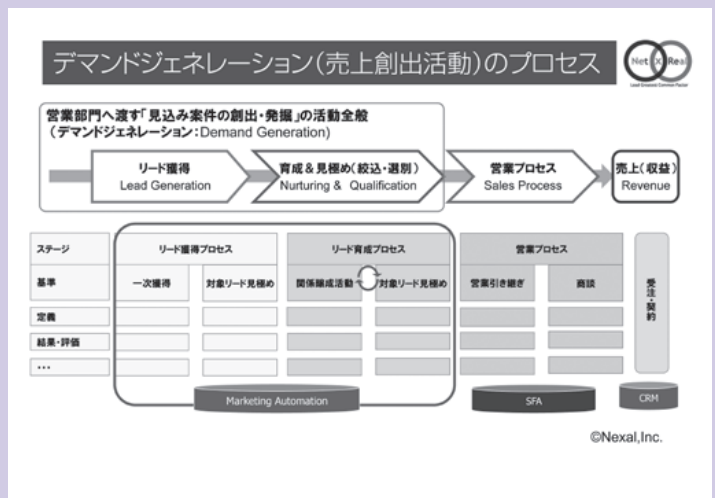


**POINT2** フレームワーク

**展示会やカタログだけではもう検討しない。プル型で熱い見込を挙げるノウハウを学ぶ**

BtoBのマーケティングにおける最大の成果は、営業に引き渡した案件が受注に結び付くことです。ただし渡した案件全てに、営業がしっかりとアプローチしてくれる訳ではありません。そのため質の良いリードを引き渡すだけでなく、営業がアプローチしないリードを引き取って質を高めていくことも必要です。しかし多くの場合、一つひとつの案件にきめ細やかに対応できるほど時間を割くことは容易ではありません。そこで本講座では、右図のような仕組みを構築することによって、質の高い案件を生み出し続けるためのノウハウを学びます。

限られたターゲットを逃さない仕組みづくり

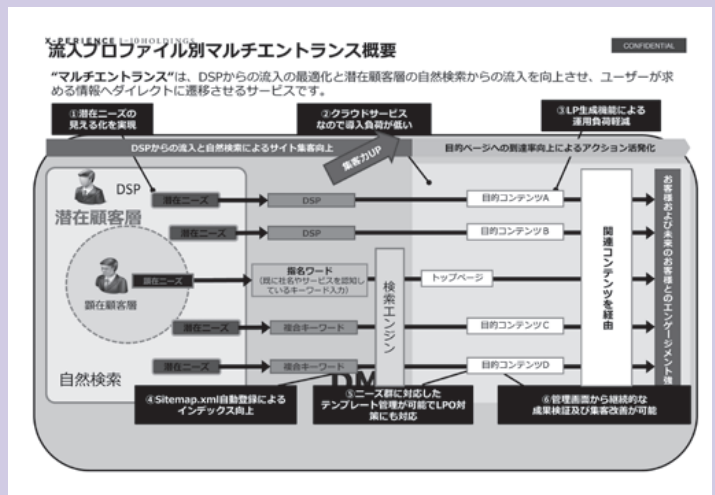


**POINT3** コンテンツの運用

**勝負は顧客が振り向いた瞬間に決まる。コンバージョンが上がるコンテンツのセオリー**

勝負は顧客が振り向いた瞬間に、どんなコンテンツを見せるかで決まります。しかし、そのコンテンツは自社が見せたい情報とは限りません。自社が伝えたい情報で押し切ろうとすれば、それまで先方で検討が進んでいたとしても、競合に案件が流れることもあります。だからこそ顧客のニーズに応じたあらゆるシナリオを想定し、着実に期待に応えられるコンテンツを設計することがコンバージョンを高めていく近道です。そこで本講座では、ターゲットとなる顧客のニーズに応じたコンテンツでコンバージョンを高めるノウハウを学びます。

ターゲットのニーズに応じたコンテンツでアプローチ



# ◆ カリキュラム

時間	テーマ	講義概要	講師
10:00 12:00	ブル型の仕掛けによる 見込案件の創出・発掘活動	法人営業における各社の課題／手段が目的化しているマーケティング活動／Webの役割の 変化／リアルな施策と、ネットの施策／リード≠見込み客／他社の取組み事例から学ぶ	上島氏
13:00 15:00	見込み客を創り出す 製品サイトおよびコンテンツ企画	訪問者に最適化されたサイトと最適化されていないサイトの違い／マルチエンタランスの実現／潜 在ニーズに対応するサイト構造／キーワードマーケティング／お問い合わせを最大化する手法	橋氏
15:20 17:20	成果を高めるための MA活用・リードナーチャリング	BtoB企業のMA、CMS活用／見込み化するためのリードナーチャリング マーケティングの効果検証について	川村氏

※講師・カリキュラム・日程は変更になる場合がございます。

# ◆ 講師プロフィール

## BtoB企業に精通した マーケティングの第一人者



**上島 千鶴氏**  
株式会社Nexal  
代表取締役

大手情報サービス企業にて人事・営業・企画・事業開発部門を横断。外資系IT企業数社にてマーケティングを実践。2007年にNexalを設立。自社事業に貢献するデジタルマーケティングとは何か、事業戦略から設計・実装／運用支援までレイヤーを超えた専門特化型のファシリテーションを提供。Web戦略策定、CRMリードマネジメントやナーチャリングシナリオ設計（マーケティングオートメーション領域）、KPI設定、PDCAにおける効果検証など、大手企業を中心に多くの実績を持つ。現在、日経BPコンサルティングの提携コンサルタントとしても活動中。著書として「～Web来訪者を顧客に育てる～リードナーチャリング」日経BP社など。

## 中小企業でも実践できる サイト改善のノウハウに高い評価



**橋 守氏**  
株式会社エクスペリエンス  
代表取締役

リクルート「住宅情報」「カーセンサー」等、ポイントキャスト代表取締役社長、Jストリーム事業推進部長を経て、2005年Jストリーム・東北新社・ロボット・ビジネスアーキテクト・ベースメントファクトリープロダクションの5社の出資でエクスペリエンス設立。08年夏MBOを実施。顧客接点の最適化＝顧客基点アプローチのWEB。すなわち、ユーザーに最大のベネフィットとエクスペリエンスをもたらすサイト作りをめざし、サイト戦略立案、サイト設計、実装、リリース後のKPI設計、PDCAサイクルの支援までを手掛ける。「わかりにくい」を「わかりやすく」、「使いづらい」を「使いやすく」が仕事のテーマ。「数字で説明する。」が信条。08年日本産業広告協会日本BtoB広告賞グランプリ経済産業大臣賞受賞他受賞多数。

## 企業のマーケティング戦略策定と 実行の実績多数



**川村 知義氏**  
株式会社メガ・トレード  
代表取締役

1987年4月、株式会社アシスト入社、社長室へ配属後、新規事業部門で開発、営業支援、マーケティングに従事。後に広報宣伝部の部門長となりアシスト社社長のメディア露出およびマスコミ全般の対応にて活躍。94年社内インターネット環境構築プロジェクトで広報、宣伝、マーケティング、プロモーションを牽引。99年10月、株式会社アシスト退職、株式会社メガ・トレード 取締役就任。2002年4月、株式会社メガ・トレード代表取締役に就任、現在に至る。

## 受講生の声

サイト改善の具体的なやり方や考え方が実務的でとても参考になりました。数字という現実をふまえて対策していくのは重要なのに、ないがしろにしてきたことを再認識できました。また、具体的にどの数字を見れば良いかポイントがわかってよかったです。

IT 男性

スライドの中で出てくるケースやお話の中で紹介される課題・悩みのポイントが自分の業務の中でのものど似ており、自社の場合の対策を考える上で大変参考になりました。ユーザー視点の立ち方など、参考事例を交えての講義だったため、とても理解しやすかったです。今後自分の業務で実践していきたいと思えます。

メーカー 女性

Webのみではなく、オフラインでのマーケティングや営業の基礎も学べたので勉強になりました。マーケティングプロセスを理解できたので、今後はより広い視野で業務に当たっていきそうです。

サービス 男性

## 講座概要

- 開催日程：2018年3月13日(火) 10:00～17:20
- 講義会場：東京・南青山
- 受講料金：49,000円(税別・申込金5千円含む)
- 受講定員：30名
- 受講対象：BtoB企業の営業企画、Web担当をされている方。

BtoB企業に対してマーケティングに関する提案を行う広告関連会社の方。

お申込みはWebから またはこちらまで  
FAXにてお送りください

03-3475-3033

『宣伝会議』年間購読なし 49,000円(税別・申込金5千円含む)  
本講座受講料のみ

『宣伝会議』年間購読パック 60,556円(税別・申込金5千円含む)  
本講座受講料+『宣伝会議』年間購読受講生割引(20%オフ)

※『宣伝会議』は受講料をお支払いいただいた日の翌月1日から下記連絡先まで配送いたします。(月末お申込の場合、数日遅れる可能性があります)

BtoB企業のためのインターネットマーケティング実践講座 お申込み者情報記載欄	会社情報	会社名	TEL			
		住所				
	申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日	
		Eメール				19 年 月 日
	派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日	
		Eメール				19 年 月 日
申込形態		①企業申込(請求書を発行します) ②個人申込		宣伝会議からの情報 ①いる ②いない ③すでに届いている		

お振込み先 三菱東京UFJ銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義：株式会社宣伝会議

※受講料について、開講前のご入金を原則とさせていただきます。入金確認できず、ご受講いただけませんのであらかじめご了承ください。※受講は申込者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。お席をお取りしておりますので、ご都合が悪くなった場合は、代理の方によるご出席等をお願いいたします。但し、同一の講座を別々の方に受講頂くことは禁止としております。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に申し込まないで、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等にお送りするために利用します。プライバシーポリシー(<http://www.sendenkaigi.com/privacy/>)をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

## ■お申込・お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号 新青山東急ビル 9階  
TEL: 03-3475-3030 E-mail: info-educ@sendenkaigi.co.jp www.sendenkaigi.com/class/

