

BtoB企業のオウンドメディア向け

1年間でオウンドメディアを

黒字化させる最適解

ライブ 3/07 (木) 11:00~12:00

録画配信 3/17 (木) 11:00~12:00



株式会社デジタリフト
ブランドメディア事業部

城所 秀征

- はじめに
- オウンドメディアの立ち位置や費用対効果の考え方
- なぜオウンドメディアを黒字化させられず失敗に終わるのか
- 1.市場や顧客・競合や自社の分析
- 2.ターゲティングとポジショニング
- 3.オウンドメディア戦略の設計
- ご案内&質疑応答

はじめに

アンケート回答の特典をご用意しております！

特典①

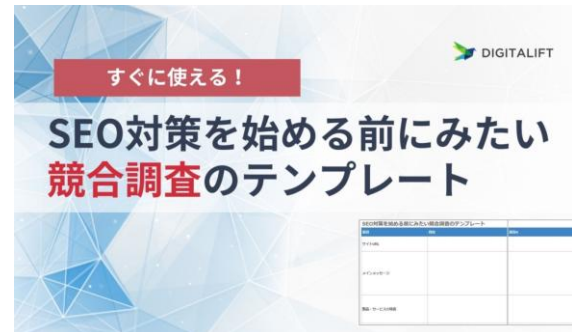
本ウェビナーの
登壇資料



気になったスライドすぐに
見直し可能！

特典②

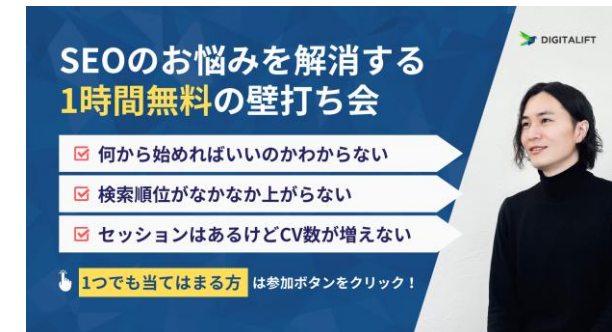
競合調査の
テンプレ



本日の内容をすぐに使える
テンプレプレゼント！

特典③

1時間無料の
SEO相談会



SEOサービスを検討してな
くてもOK！

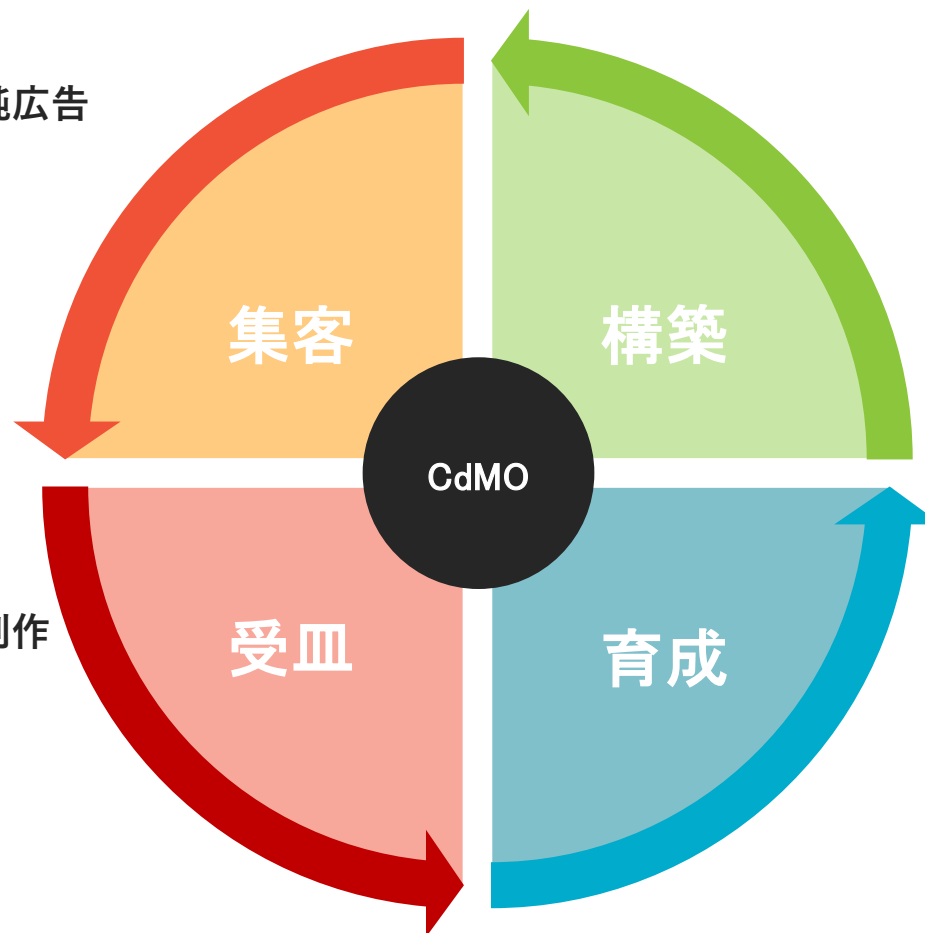
マーケティングにおける戦略立案から、戦術への落とし込み、実行までをトータルで提供することが出来ます。
数多あるソリューションの中からクライアントニーズに合致した最適な組み合わせを実現します。

■集客サービス

- ・ 運用型WEB広告、アフィリエイト、純広告
- ・ SEO流入強化サービス
- ・ ECモール広告運用
- ・ SNS運用、インフルエンサー活用
- ・ 広告用バナー制作

■制作サービス

- ・ WEBサイト制作、運用、コンテンツ制作
- ・ SNSアカウント構築、運用
- ・ 広告用LP制作
- ・ MA導入、運用
- ・ WEBサイト解析（分析）、環境整備



■マーケティング戦略/ビジネス構築サービス

- ・ コンサルティングサービス（各種調査）
- ・ ビジネスプロセスアウトソーシング
- ・ デジタルマーケティング講座
- ・ プログラム講座開発、講座実行
- ・ ツール導入支援

■リピート率向上サービス

- ・ CRM戦略立案、シナリオ設計
- ・ ユーザーヒアリング、戦略立案
- ・ メルマガ制作、LP制作
- ・ コンテンツ制作
- ・ SNSアカウント構築、運用

社内リソースをかけずに検索上位を実現！

月額 **30万円**~で丸投げできる コンテンツSEO支援サービス

— デジタリフトはここまでやります！ —

戦略設計

×

記事作成

×

CVR改善

×

内部対策

×

外部対策

検索順位を上げセッション数を増やすだけでなく、CV数を増加させ事業成長を促進させるサポートをさせていただきます。
そのため、一部切り出しのサービスではなく、戦略設計～実行まで幅広くご対応させていただいております。



城所 秀征 Kidokoro Shusei

株式会社デジタリフト：ブランドメディア事業部
SEOコンサルタント

SEOコンサルタントとして、SEOやメディアの戦略設計、コンテンツ制作、CROなどを担当。その他、BtoB企業のマーケティング戦略設計や、リード獲得からナーチャリングの支援なども行っています。

支援実績

- BtoB人材系サービスのメディアを1から立ち上げ、半年でCV数を200%に増加
- 人事向けのSaaSのオウンドメディアを支援し、広告費で獲得していたCVをオーガニックで獲得を実現
- AI系SaaSのCVR改善を行い、半年でCV数を1,3倍獲得 など

WebマーケティングやSEO対策などマーケティングに関する情報発信を行っております。
記事やウェビナー、すぐに活用できるテンプレなどを用意しておりますので、ぜひご活用ください。

クリック数を2倍に増加させた4つの手法

SEOに強い タイトルの付け方

実際に弊社が行っている手法を公開!



DIGITALIFT

CVR激増!



CVを増やす CTAテンプレートあり
記事コンテンツの導線設計



成果につながる!!

戦略から考える キーワード選定

選定のコツとツールの使い方



狙うべきキーワードが分かる!

SEOにおける キーワード戦略設計

具体例も解説!

オンライン 3/07 (木) 13:00~14:00




株式会社デジタルリフト
ブランドメディア事業部
SEOコンサルタント

検索順位が伸び悩んでいる方向け!

これからの SEOで上位表示する 記事制作方法

オンライン 3/12 (火) 13:00~14:00



株式会社デジタルリフト
ブランドメディア事業部
SEOコンサルタント

オウンドメディアを成功に導く!

SEOに強い 内部リンクの設計手法

具体例も解説!

オンライン 3/14 (木) 13:00~14:00



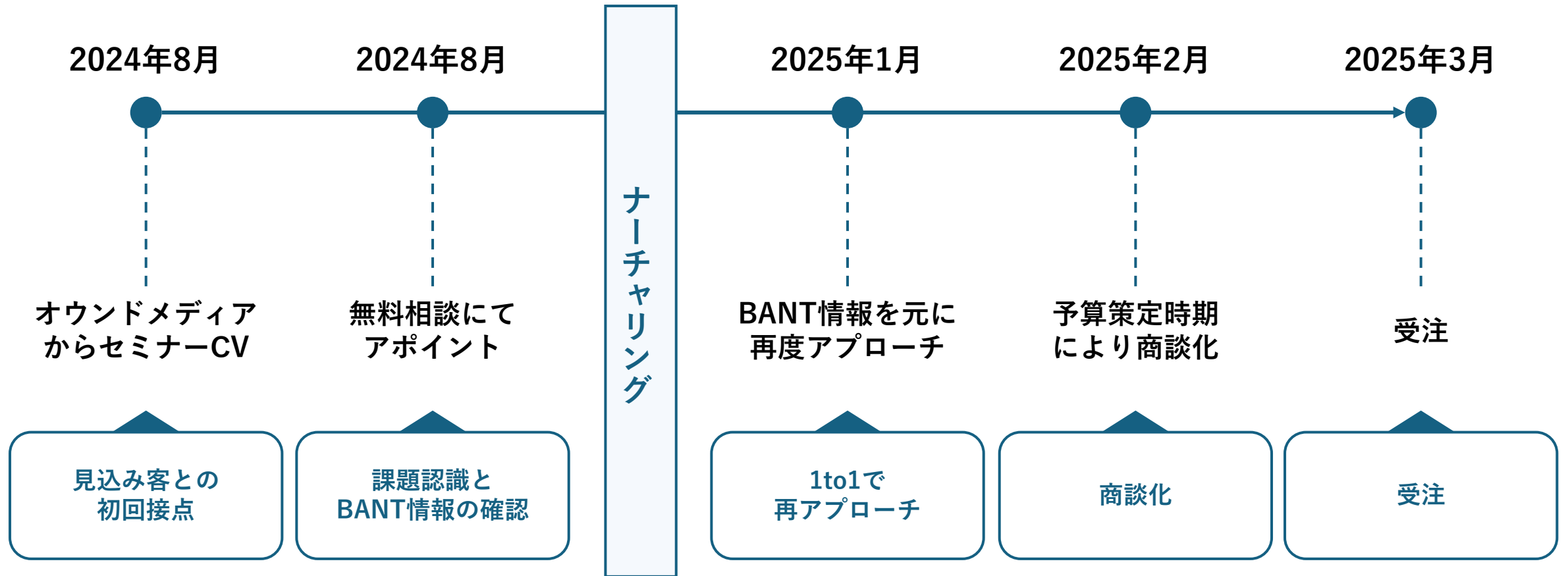
株式会社デジタルリフト
ブランドメディア事業部
SEOコンサルタント

**BtoB企業がオウンドメディア
を1年間で黒字化させるために
必要なことを理解する**

オウンドメディアの立ち位置や費用対効果の考え方

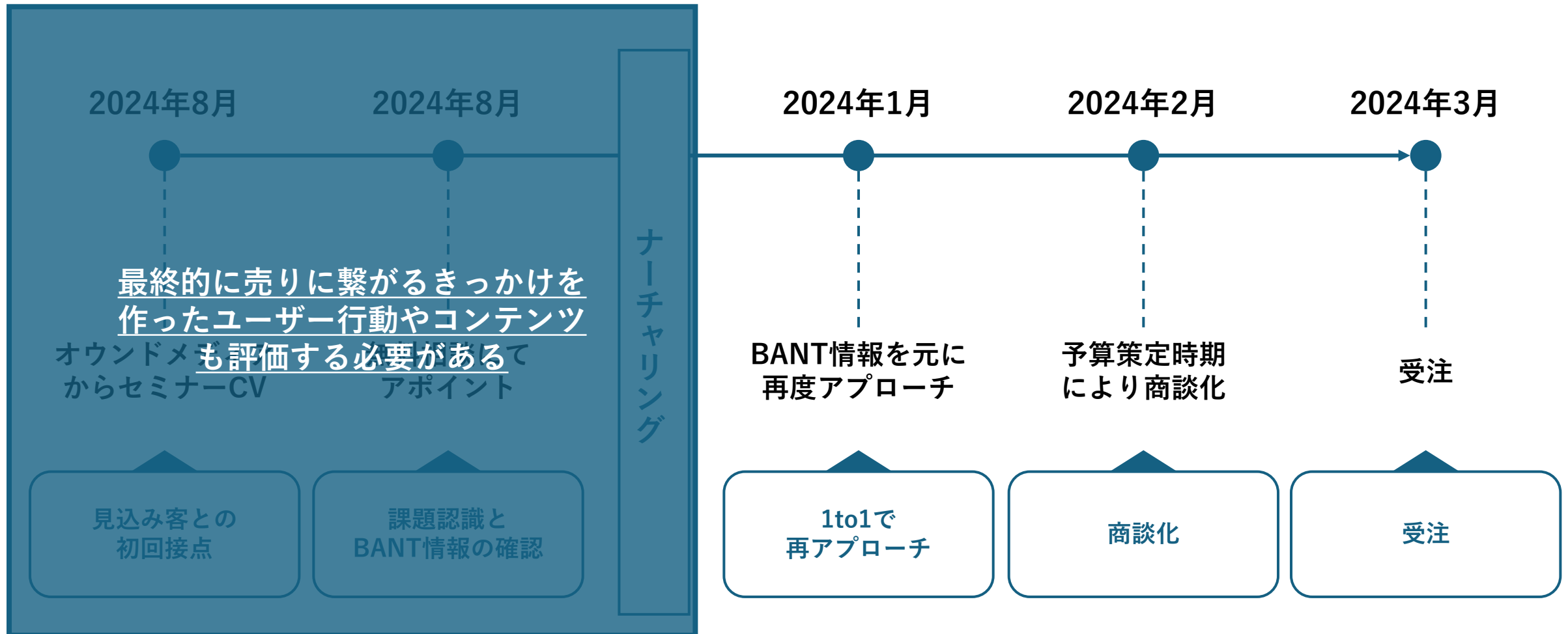
そもそもBtoBの場合検討度が長くすぐに売りに繋がりにくい

BtoB商材の場合、社内事情によって検討度が急に変わることが少なくない。そのため、集客できたからといってすぐに商談や契約に繋がるわけではなく、商材によっては数年かかる可能性もある。

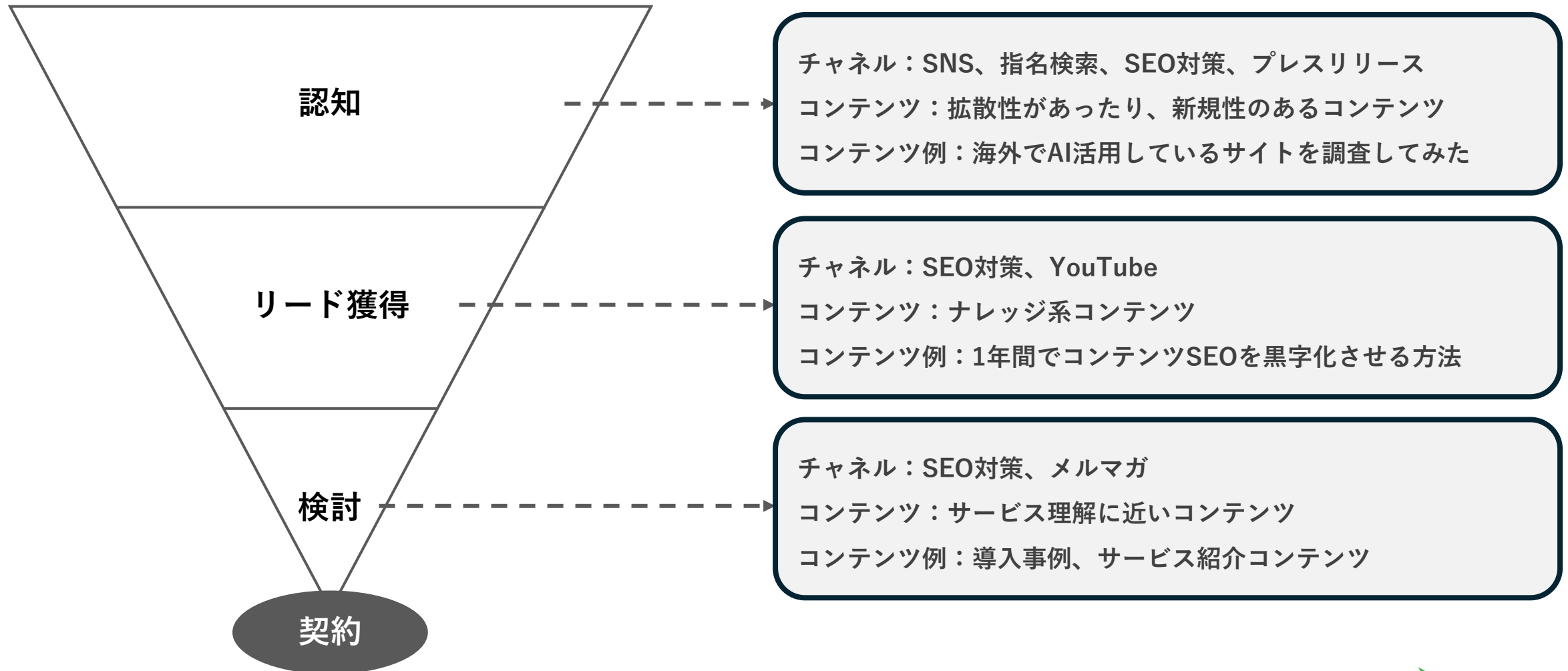


ラストCVや商談数のみを評価するべきではない

直接的にオウンドメディアが売上に貢献しなくても、きっかけや仕掛けやオウンドメディア経由。
そのため、ラストCV以外も評価をするアトリビューション分析をする必要がある。



下記のように、オウンドメディアはラストCVからの商談以外に様々な役割がある。



情報収集段階から顧客と接点をもち続けることで第一想起を獲得できる。また、ナーチャリング用のコンテンツとしても活用できリード獲得～商談獲得まで寄与しCPAやCACへ良い効果を発揮する。

BtoBでも第一想起した
商品を導入する確率

55.3%

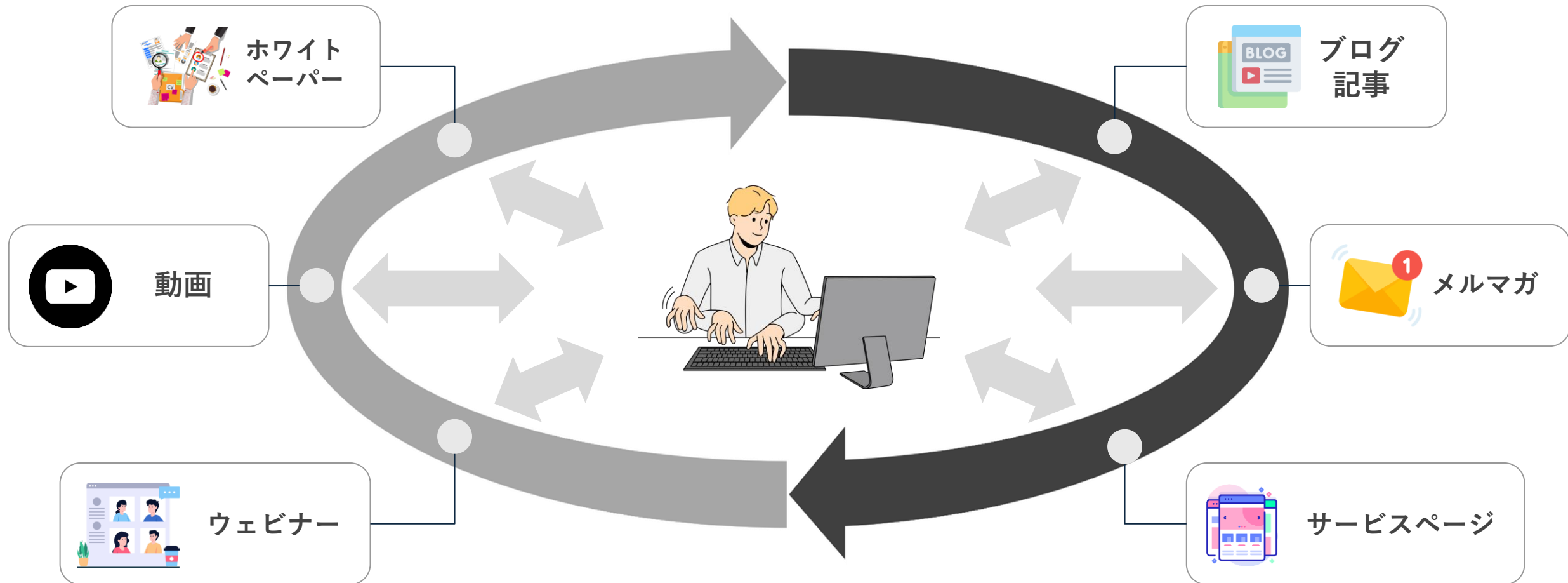
もともと認知していた
商品に問い合わせる
確率

48.0%

第一想起を獲得することで
顧客獲得単価を大きく下げる
ことが可能

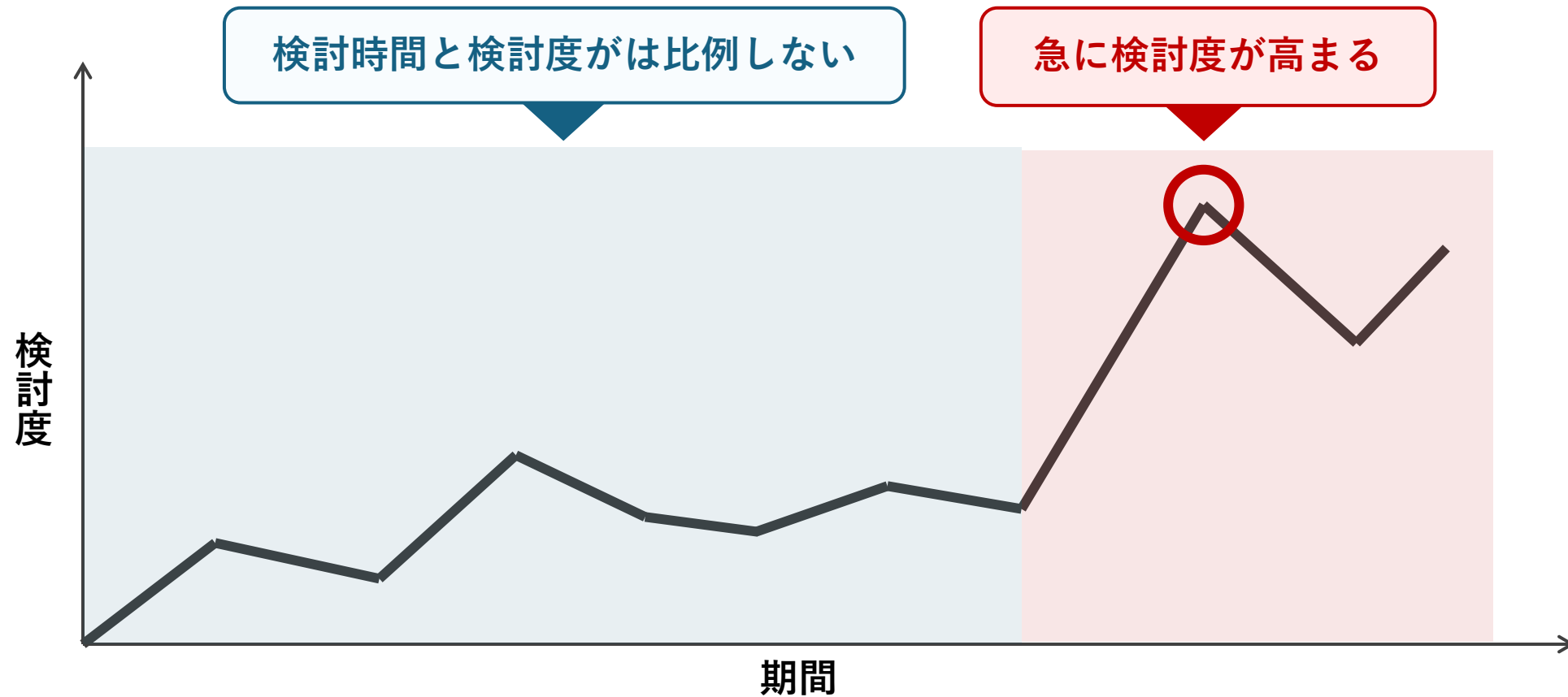
リードを獲得し顧客とのリレーションを強化する

リードを獲得しナーチャリングをすることで顧客との接点を持ち続ける。
すぐに商談化する顧客ばかりではないので、接点を持ち続け思い出してもらえる状態を作っていく。



検討度の高い顧客を発見する

BtoBの場合、様々なステークホルダーの影響を受けるため、検討期間と検討度がきれいに比例していかない。
そのため、接点を持ち続け検討度が高まったタイミングを見逃さないことが重要になる。



なぜオウンドメディアを黒字化させられず失敗に終わるのか

オウンドメディアを黒字化できない理由は、主に下記の3つが挙げられる。
どれが欠けても成果を出すことができない、

戦略問題

売りを出すまでの ロードマップがずれている

- そもそも売りに繋がる顧客にアプローチできていない
- 自社のバリュープロポジションが明確ではない
- アプローチできない顧客を狙っている可能性がある
- そもそもオウンドメディアの活用法が間違っている
- コンテンツから商談化やアポ獲得をする階段設計がない
- 狙うべきキーワードが間違えている

施策（量）の問題

体制が整わず施策を やり切れない

- コンテンツSEOであれば、コンテンツ数が足りないとそもそも成果でない
- 継続してコンテンツを作り続けられない
- 社内説得できず途中で運用をやめてしまう
- CVするために必要なコンテンツや情報が足りない

施策（質）の問題

大量のコンテンツは あるが質が低い

- 質の低いコンテンツ記事を大量に作成している（量が多いことが悪いわけではない）
- 自社の強みにマッチしていないコンテンツを作成している
- ノウハウ記事だけを作成している
- 受け皿となるホームページの質が悪い

この続きが気になる方は
ぜひウェビナー本編に
ご参加ください！

お申し込みは[こちら](#)