

# デジタルマーケティング支援サービス 概要資料

## BtoB企業特化のデジタルマーケティングカンパニーです。

### ■ 会社概要

商号： 株式会社リーディング・ソリューション



タナベコンサルティンググループ  
(東証プライム上場：9644) グループ会社

設立： 2004年9月1日

資本金： 1億2,000万円

所在地： 東京都千代田区丸の内3-4-1 新国際ビル4階

TEL:03-5860-3601



- 事業内容：
1. BtoBデジタルマーケティングのコンサルティング業務
  2. BtoB企業のデジタルマーケティング支援業務
  3. BtoB企業のWEBサイト構築業務

アクセス：



### ■ 役員

#### 代表取締役 中田 義将

経営コンサルティング会社入社後、グループ会社設立に参画。グループ会社役員を経て、2004年に当社を設立。上場企業・有名企業を中心に、多数のコンサルティング実績、マーケティング支援実績がある。著書に『「分析」で成果を最大化する BtoBビジネスのデジタルマーケティング』『新規顧客をウェブサイトで開拓する方法』がある。



#### 取締役 石田 修一

2007年当社入社。デザイナー、プランナーとして実務経験を積んだ後、Webサイト構築部門の責任者に就任。2018年5月より取締役に就任。WEBマーケティング、プランニングを中心に、ディレクション、デザイン、コーディング、プログラム開発、サーバー管理まで広範な知識と経験を有している。大手企業のWebサイトリニューアルプロジェクトを中心に、プロジェクト責任者として200件以上のサイト構築実績がある。

#### 取締役 月田 幸穂

人事コンサルティング会社入社後、法人営業、マーケティング部門を経て、2015年当社入社。ディレクター、プランナーとして実務経験を積んだ後、マーケティンググループのマネージャーに就任。2019年11月より取締役就任。ベンチャー企業から大企業まで、新規事業・新商品のデジタルマーケティングの立ち上げを得意としている。顧客に寄り添い、顧客と同じ目線で目標達成を目指すマーケティング支援スタイルは高い評価を得ている。

#### 取締役 奥村 格 (非常勤)

大手メーカーにて営業を経験後、株式会社タナベ経営（現株式会社タナベコンサルティング）入社。「常にクライアントの立場で問題解決を図る」を信条に、事業戦略・営業サポートを軸としながら、プロジェクトマネジメント、風土改革、人材育成に携わる。九州本部を経て、2019年4月より戦略総合研究所にて、マーケティング戦略の立案・推進を担当し、現在は常務取締役デジタルコンサルティング事業部長を兼任。2019年11月より当社取締役に就任。

#### 監査役 隅田 直樹 (非常勤)

監査法人にて法定監査や上場準備監査を経験後、2011年に株式会社タナベ経営（現株式会社タナベコンサルティンググループ）に入社。企業再生やM&Aに関するコンサルティングに従事した後、2014年に現コーポレート本部経営企画部に異動し同社の東証一部上場関連の業務に専任担当者として関与。現在は同社のコーポレート本部 本部長代理 財務部長を兼任。会計監査やコンサルティング、上場準備等で得た知見を当社の成長に活かすべく、2019年11月より当社監査役に就任。

創業65年を迎える日本の経営コンサルティングの  
パイオニアであるタナベコンサルティングを  
中核会社としたコンサルティンググループです。

**TCG** TANABE  
CONSULTING

株式会社タナベコンサルティング

- ストラジー&ドメイン
- HR
- コーポレートファイナンス
- デジタル
- M&Aアライアンス
- クリエイティブ&デザイン

創業65年を迎える日本の経営コンサルティングのパイオニアであり、全国10地域で  
ファーム(事業所)を展開。330社以上のアライアンス先と連携しながら、徹底したクライ  
アント中心主義のもと、大企業から中堅企業の経営者のパートナーとして、企業の経営  
全般を支援しています。

 リーディング・ソリューション  
**Leading Solutions**

株式会社リーディング・ソリューション

- 営業のデジタルシフト
- BtoB向けデジタルマーケティング支援
- ナレッジプロセスアウトソーシング

BtoBビジネスに特化したデジタルマーケティングサー  
ビスを提供。デジタルマーケティング関連の課題を有す  
る企業に対し、戦略策定から施策の企画・実施・PDCA  
までを一括代行するKPO (Knowledge Process  
Outsourcing) を提供しています。

**W** GROWIN' PARTNERS  
*making corporate innovation*

グローウィン・パートナーズ株式会社

- M&A全般の支援(クロスボーダー含む)
- バックオフィス部門に対するBPR/DX支援
- ベンチャー企業投資

コーポレート・イノベーションの創造を支援する企業とし  
て、公認会計士や金融機関出身者などのプロフェッシ  
ョナル人材を擁しています。600件を超えるM&A支援や  
会計・人事領域のBPR/DX支援などで、顧客企業の成  
長と成功の実現を支援します。



**J** JAYTHREE

株式会社ジェイスリー

- リサーチ&コンサルティング
- クリエイティブ
- マーケティング&グロース

クリエイティブを中心に500社を超える企業のブラン  
ディングパートナーとして、UX、CX (顧客体験価値)の  
向上、DXを支援。企業の価値をともに創り上げる多数  
のクリエイターやデザイナーを擁するプロフェッショナル  
集団です。



## TCG総人員数

多様なプロフェッショナル人材

592 人

## 総コンサルティング 実績社数

15,000 社以上

### 戦略 コンサルタント

イノベーション&テクノロジー、ビジョンマネジメント、組織開発、SDGs、食品・アグリ、建設、サプライチェーン、ライフ&サービス、製造

88 人

### HR コンサルタント

戦略人事、グループ人事システム、採用&キャリアデザイン、人材アセスメント、タレントマネジメント、トップマネジメント、アカデミー

61 人

### DX・デジタル コンサルタント

デジタルマーケティング (BtoC・BtoB)、ブランディングDX、ERP&マネジメントDX、ストラテジー&オペレーションズ

131 人

### クリエイティブ&デザイン コンサルタント

クリエイティブ&メディア、デザインプロモーション、SNSマーケティング、コンテンツマーケティング、ディレクション

43 人

### M&A コンサルタント

グループM&A、事業承継M&A、ファイナンシャルアドバイザー、クロスボーダーM&A、アライアンス

30 人

### ブランド コンサルタント

クリエイティブ&ブランディング、マーケティング&グロース、リサーチ、CXデザイン

22 人

### コーポレートファイナンス コンサルタント

グループ経営、事業承継&資本政策、マネジメントシステム、企業再生、グローバルファイナンス

34 人

### CRM コンサルタント

クライアントリレーション、MAツール、データベースマーケティング、テレマーケティング

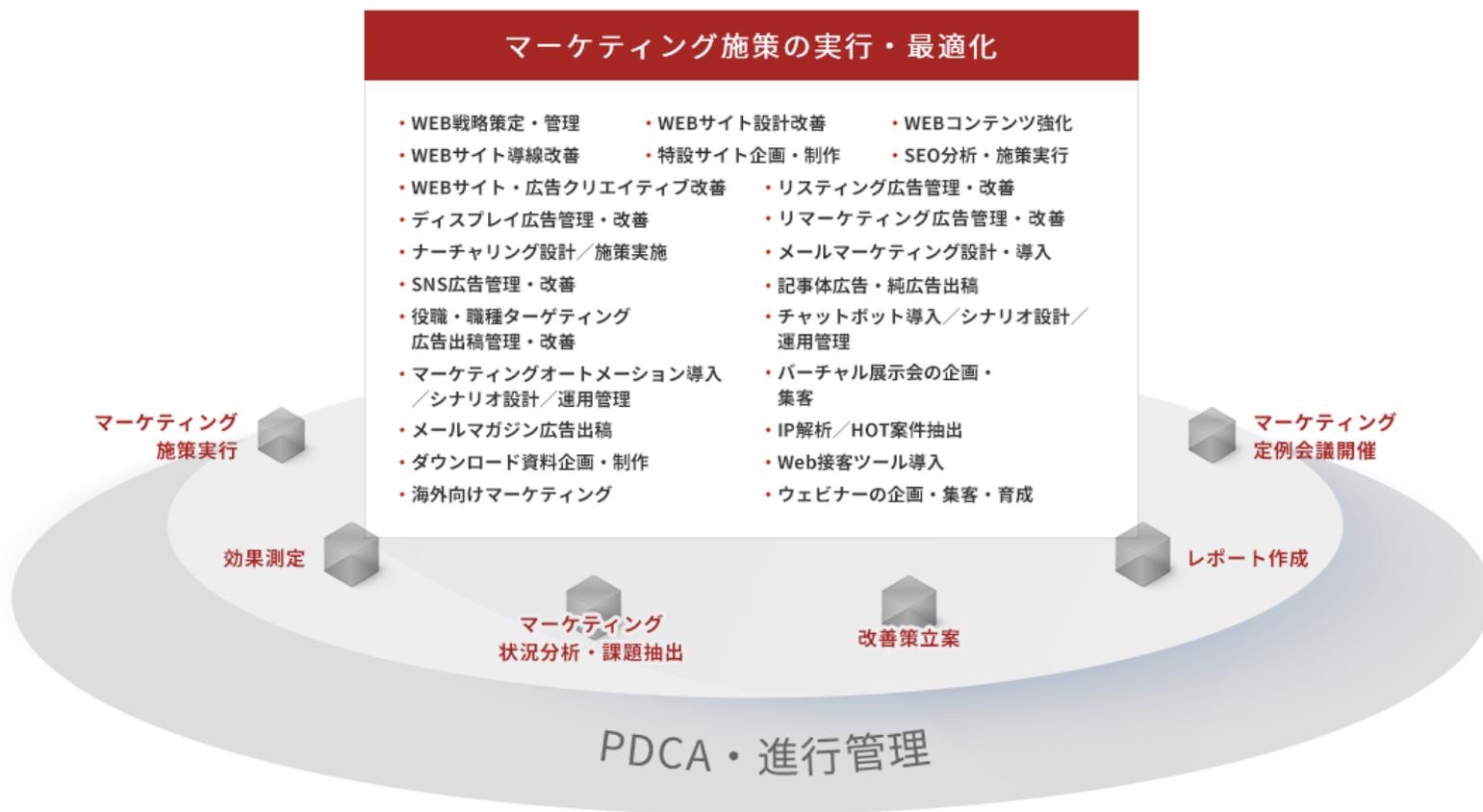
35 人



## ● サービス概要



戦略策定から、施策の企画・実施、PDCAまで  
貴社のデジタルマーケティング業務を一括代行し、マーケティング成果最大化を図ります。



「どうすれば、マーケティング成果を最大化できるだろうか？」

この問いへの答えを、創業以来、追求し続けてきました。

本サービスは、「成果創出の手法」が凝縮されたマーケティング支援サービスです。

## 手法1

予算の最適配分

## 手法2

80:20の法則

## 手法3

BtoBデジタルマーケティング  
210の施策

## 手法4

7段階の  
マーケティングレベル

## 手法5

一気通貫対応による  
確実な施策実行

## 手法6

データに基づいた  
客観的な改善提案



## 【手法 1】 予算の最適配分

予算配分の最適化は、成果創出に対して最もインパクトが大きい取り組みの1つです。

しかしながら、広告代理店はWeb広告のみ、制作会社は制作のみ、ツールベンダーはツール提供のみ、など、各社のカバー範囲に制約があり、複数企業と契約を結ぶ必要があるため、柔軟な予算配分を行うことが難しく、成果創出のハードルとなっています。

本サービスでは、以下のように、前月の結果に応じて、柔軟に予算配分を変更しながら成果最大化を目指すことができます。

### ■ 弊社クライアントの予算配分例（マーケティング予算90万円/月）

	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目
KPO基本費用	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
Webサイト運用・改善	100,000	150,000	100,000	75,000	50,000	50,000
広告制作	50,000		30,000		50,000	
SEO	50,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Google リスティング広告	250,000	200,000	150,000	125,000	100,000	100,000
Yahoo リスティング広告	100,000	150,000	100,000	75,000	75,000	75,000
Googl リマーケティング広告	25,000	30,000	50,000	50,000	50,000	50,000
業界ターゲティング広告			100,000	200,000	120,000	
役職ターゲティング広告						150,000
広告管理費	75,000	76,000	80,000	90,000	69,000	75,000
マーケティングオートメーション					100,000	100,000
企業解析	100,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
合計	900,000	886,000	890,000	895,000	894,000	880,000

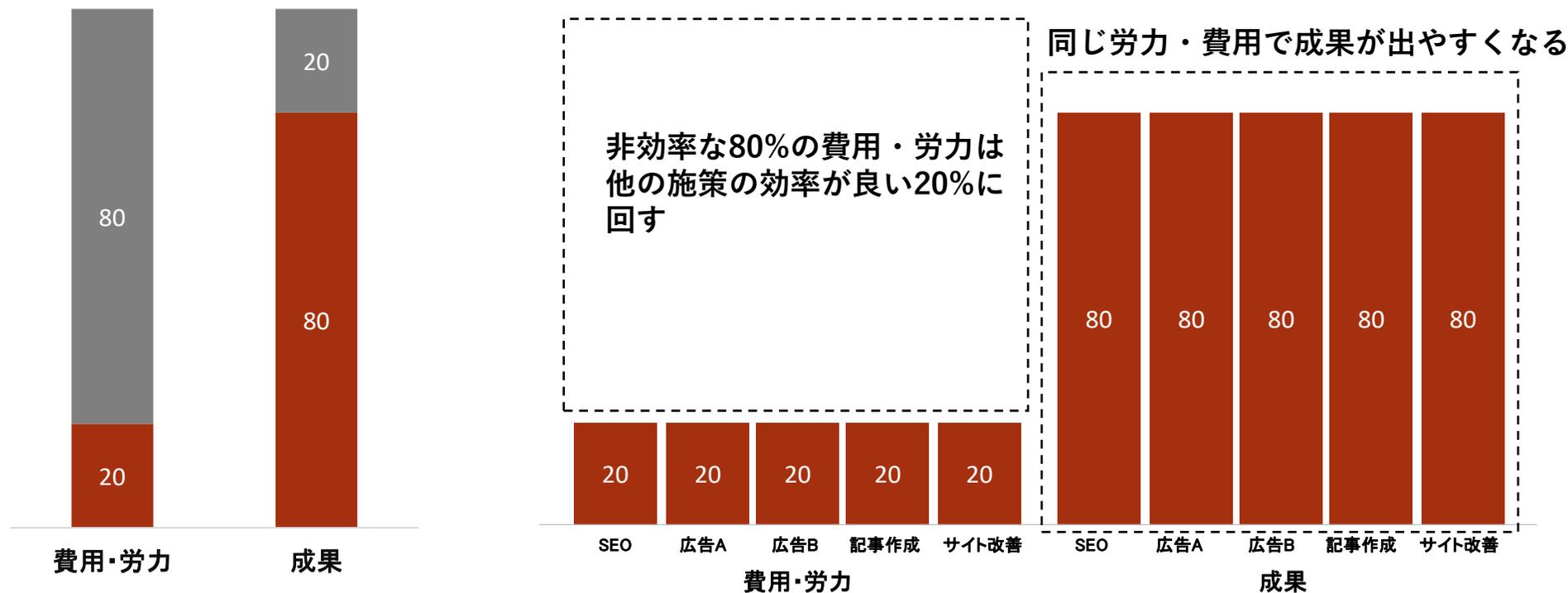
## 【手法 2】 80:20の法則



多くのデジタルマーケティングの取り組みにおいて、80%の成果は、20%の施策から生み出されます。たとえば、100万円のマーケティング予算があり、100万円を全てリスティング広告につき込んだ場合、20万円分の広告費で全体の80%の成果が創出され、残り80万円ですべての20%の成果しか創出されない状態になります。それならば、Web広告を成果が出ている20万円に削り、残りの80万円を、SEOやWebサイト改善、ツール導入に、かつ、成果が出る20%に充てることができれば、短期で成果を創出することができます。これらを実現できるよう、KPOサービスでは、できる限り広く施策を打てる体制づくりを行っています。

■ 1つの施策に費用と労力を集中投下

■ 80:20の法則に基づき、成果につながりやすい施策を広く実施



# 【手法3】 BtoBデジタルマーケティング50の取り組みテーマと210の施策



BtoBデジタルマーケティングのノウハウを50の取り組みテーマと210の施策として体系化して保有しています。あらゆる施策を駆使し、お客様の成果創出のために知恵を絞ります。

## BtoBデジタルマーケティング 50の取り組みテーマと210の施策

### マーケティング戦略

- 1 ポジショニング改善**
  - ・ポジショニング戦略の検討
  - ・代理市場からのCV獲得
- 2 ターゲティング**
  - ・ライフサイクル・購買行動4類型の整理
  - ・IP解析による分析
  - ・購買行動プロセスの明確化
  - ・企業ターゲティング広告による分析
  - ・営業優先順位に基づくターゲット整理
- 3 メッセージ検証**
  - ・強みの整理と具体化
  - ・トップページABテスト
  - ・リスティング広告ABテスト
  - ・ディスプレイ広告ABテスト
- 4 マーケティングプロセス設計**
  - ・マーケティングプロセス設計
- 5 競合分析・競合対策**
  - ・競合コンテンツ分析
  - ・競合SEO比較分析
  - ・競合SEOキーワード分析
  - ・競合広告クリエイティブ分析
  - ・競合広告出稿整理
- 6 検索市場分析**
  - ・キーワード調査、googleトレンド分析
  - ・SEOリサーチ分析
  - ・SEO調査状況分析
- 7 ロードマップ策定**
  - ・KPI策定
  - ・ロードマップ策定
- 8 予算配分最適化**
  - ・予算配分最適化

### Webサイト構成

- 9 ランディングページ制作**
  - ・重点商品ランディングページ制作
  - ・リード獲得用ランディングページ制作
- 10 商品サイト構築**
  - ・重点商品サイト構築
- 11 情報サイト構築**
  - ・ノウハウメディア（ブログサイト）構築
  - ・基礎知識サイト構築
- 12 サポートサイト構築**
  - ・会員限定サポートサイト構築
  - ・FAQサイト構築

### Webサイト構造

- 13 指名検索対応**
  - ・ユーザーズクエリ分析・検証
  - ・ユーザーシナリオ改善
  - ・社名・商品名検索シニエック
- 14 マルチ原ランランス対応**
  - ・SEO設計・原典整理
  - ・下層ページ優先順位SEO
  - ・ファーストビュー検証・改善
  - ・上位集地ページシナリオ改善
  - ・上位集地ページABテスト
  - ・キーワード分析とクリエイティブ改善
- 15 コンテンツマーケティング対応**
  - ・コンテンツマーケティング設計
  - ・下層ページ優先順位SEO
  - ・キーワード調査
  - ・コンテンツ管理表の作成
  - ・回遊性改善
  - ・上位記事向けタグクラウド資料制作
  - ・記事別CV集積度分析
  - ・カテゴリ別コンテンツ分析
- 16 MA連携対応**
  - ・チャット集出コンテンツ企画・制作
  - ・属性・ニーズ見極めコンテンツ企画・制作

### マーケティングツール

- 17 基本ツール**
  - ・Google Analytics 基本設定
  - ・Google タグマネージャー導入
  - ・Google マーケティングツール基本設定
- 18 マーケティングオートメーション**
  - ・初期設計
  - ・初期設定・フォーム連携
- 19 チャットボット**
  - ・初期設計
  - ・初期設定・Webサイト連携
- 20 IP解析**
  - ・初期設定
  - ・IP解析対応コンテンツ企画・制作
  - ・運用設計
- 21 Web接客**
  - ・初期設計
  - ・初期設定・Webサイト連携
- 22 BI**
  - ・Google データスタジオ初期設定

### Webサイト改善

- 23 ユーザビリティ改善**
  - ・デザイン性の向上
  - ・デザイントレンドへの対応
  - ・飛ばし読みへの対応
  - ・アイキャッチの追加
  - ・ナビゲーション改善
  - ・文章表現の改善
  - ・可読性・読み易ー
  - ・ページ別集積度のチェック
  - ・フォーム最適化
- 24 着地ページ最適化**
  - ・着地ページファーストビュー改善
  - ・着地ページABテスト（サイト内）
  - ・着地ページABテスト（広告側）
- 25 モバイル最適化**
  - ・モバイルユーザービリティ改善
  - ・軽量化・高速化
- 26 Webコンテンツ拡充**
  - ・コンテンツ分析
  - ・商品コンテンツ強化
  - ・営業コンテンツ強化
  - ・情報集積コンテンツ強化
  - ・商品コンテンツ強化
  - ・運用リード獲得用コンテンツ制作
  - ・準運用リード獲得用コンテンツ制作
  - ・運用リード獲得用コンテンツ制作
- 27 導線分析と改善**
  - ・ユーザーシナリオ策定
  - ・CVユーザー分析
  - ・Webサイト導線率分析
  - ・CV集積度分析
  - ・ユーザー行動分析による効果要因分析
  - ・チャットボット活用
  - ・Web接客ツール活用

### 顧客育成

- 31 ナーチャリングシナリオ最適化**
  - ・ナーチャリング対象領域の分析・検討
  - ・ナーチャリングシナリオ設計
  - ・会社の情報集積コンテンツ
  - ・商品集積率の最適化
  - ・成功事例集積コンテンツ
  - ・高認知度集積コンテンツ
  - ・MAへの活用
  - ・効果検証と改善
- 32 LTV最大化シナリオ策定**
  - ・顧客分析
  - ・集客設計と実行
- 33 リマーケティング広告最適化**
  - ・リマーケティングシナリオ設計
  - ・初期企画・初期設定
  - ・ターゲット最適化
  - ・広告クリエイティブABテスト
  - ・広告集地ABテスト
  - ・集客サイトとの連携
- 34 インサイドセールス立ち上げ**
  - ・インサイドセールス立ち上げ
  - ・対象リード・セールスパス要件の定義
  - ・トークスクリプト作成
  - ・リード管理フォーマット作成
  - ・効果検証と改善

### ロス削減

- 35 ボトルネック分析と改善**
  - ・SEO集積率内との比較分析
  - ・マーケティングレベルと非集積率整理
  - ・集積率分析と不均衡集積の改善
  - ・広告ロス分析

### ABM

- 36 ABM推進**
  - ・ABM立ち上げ
  - ・初期企画・設定
  - ・コンテンツ企画・制作
  - ・ターゲティング広告配信
  - ・広告配信最適化
  - ・効果測定とフィードバック

### 海外マーケティング

- 37 海外向けプロモーション**
  - ・基本計画策定
  - ・ランディングページ企画・制作
  - ・広告初期企画・初期設定
  - ・広告配信最適化

### 認知拡大・集客強化

- 38 SEO強化**
  - ・SEO構造最適化
  - ・TO最適化
  - ・上位集地ページ分析
  - ・キーワード出現頻度最適化
  - ・HTML記法最適化
  - ・画像最適化
  - ・リンク構造最適化
  - ・関連サイト被リンク獲得
  - ・関連コンテンツ制作と相互リンク
  - ・集客コンテンツ制作
- 39 リスティング広告最適化**
  - ・初期企画・初期設定
  - ・媒体別・キャンペーン別予算最適化
  - ・キーワード拡大
  - ・アカウント設計改善
  - ・マトラックス分析
  - ・キーワード詳細分析
  - ・入札戦略変更
  - ・入札単価自動調整
  - ・広告クリエイティブABテスト
  - ・広告集地ABテスト
  - ・レスポンスレートを改善
  - ・広告マシション設定
  - ・出稿対象分析
- 40 ディスプレイ広告最適化**
  - ・初期企画・初期設定
  - ・キャンペーン別予算最適化
  - ・配信最適化
  - ・マージイン最適化
  - ・広告出稿回数取り込み
  - ・マトラックス分析
  - ・入札戦略変更
  - ・入札単価自動調整
  - ・広告クリエイティブABテスト
  - ・レスポンスレートを改善
  - ・出稿対象分析
- 41 業種・役職ターゲット広告出稿**
  - ・初期企画・初期設定
  - ・キャンペーン別予算最適化
  - ・ターゲット最適化
  - ・広告クリエイティブABテスト
  - ・広告集地ABテスト
- 42 純広告・記事体広告出稿**
  - ・専門媒体への広告出稿
  - ・広告クリエイティブABテスト
  - ・広告集地ABテスト
  - ・記事体広告出稿
  - ・記事体広告・Webサイト相互連携改善
- 43 キャンペーン企画・実施**
  - ・キャンペーン設計
  - ・キャンペーンページ制作
  - ・広告初期企画・設定
  - ・フォーマットシナリオ策定・MA実施
  - ・効果検証とフィードバック
- 44 SNS広告出稿**
  - ・初期企画・初期設定
  - ・広告手法最適化
  - ・ターゲット最適化
  - ・広告クリエイティブABテスト
  - ・広告集地ABテスト
- 45 動画広告出稿**
  - ・広告企画企画・制作
  - ・初期企画・初期設定
  - ・ターゲット最適化
- 46 ローラー活動の推進**
  - ・ローラー立ち上げ
  - ・基本計画策定
  - ・必要コンテンツの企画・制作
  - ・効果測定とフィードバック
- 47 フォームマーケティング**
  - ・初期企画・設定
  - ・ターゲット最適化
  - ・広告クリエイティブABテスト
  - ・広告集地ABテスト
- 48 アウトバウンドコール**
  - ・初期企画
  - ・ターゲットリスト改善
  - ・トークスクリプト改善
- 49 DM企画・制作**
  - ・ダイレクメール企画・制作
  - ・ターゲットABテスト
  - ・広告クリエイティブABテスト
- 50 担当者向け基礎研修**
  - ・内製化範囲とロードマップ
  - ・基礎研修
  - ・集客別知識研修

### 内製化

2020年5月2日更新版

Copyright © Leading Solutions Co.,Ltd all rights reserved.

## 【手法4】 7段階のマーケティングレベル

BtoB企業のデジタルマーケティングには7段階の取り組みレベルがあります。

レベルごとに、必要なWebサイト要件、実施すべきデジタルマーケティング施策、成功要因があります。

たとえば、LEVEL2のWebサイトに、LEVEL5のデジタルマーケティング施策を実施しても成果は出ません。

現状の取り組みレベルにおける改善と、フィットする施策の実施、成功要因の獲得を行っていくことが必要です。

	Webサイト	デジタルマーケティング施策	成功要因
LEVEL1 会社案内 (ブランド表現)	会社紹介・事業案内・IR・採用など 会社紹介を中心としたWebサイト	社名検索への対応	企業ブランド・世界観の表現
LEVEL2 商品カタログ (ユーザタスク解決)	商品情報が豊富に掲載され、見込客が 自身に合致した商品を探すことが できるWebサイト	社名検索、商品名検索など 指名検索での上位表示 (純広告、タイアップ広告等)	分かりやすい導線設計 タスク解決のためのコンテンツ提供 高いユーザビリティ
LEVEL3 検索集客 (マルチエントランス)	Webサイト全体に検索エンジン対策が 施され、ユーザーがWebサイトの どのページに着地しても問い合わせが 獲得できるWebサイト	顕在ニーズキーワードでのSEO リスティング広告 リマーケティング広告	検索エンジンへの露出度の高さ 下層ページ着地からのシナリオ設計 他社との差異の訴求 ”自社にぴったり”の訴求
LEVEL4 リード獲得 (コンテンツマーケ)	記事コンテンツが大量に掲載されており 潜在見込客のリード獲得を行うことが できるWebサイト	潜在ニーズキーワードでのSEO ディスプレイ広告 メールマーケティング	大量のコンテンツ掲載 リード獲得の仕組みと導線 SEO・広告による集客力の高さ
LEVEL5 顧客育成 (MA活用)	見込客の興味関心や温度感を把握でき MAシナリオと連動するWebサイト	MA活用による1to1マーケティング	分析に適したサイト構成 見込客購買行動に沿ったMAシナリオ とWebサイトコンテンツ
LEVEL6 営業連携 (インサイドセールス)	同上	インサイドセールスチームによる 電話・メールフォロー、Web商談	適切なエスカレーション・リサイクル HOT度合いの見極め 定期フォロー・プッシュアップローチ
LEVEL7 テクノロジー活用 (インフラ整備)	Web接客ツールやIP解析・MAと連携し 見込客の行動や属性によって パーソナライズ化されるWebサイト	SFA・CRM・名刺管理などとの連携 行動・属性情報と連動した広告配信 高度な解析・効果測定	データ統合・マネジメント 高度なターゲティング パーソナライズド

## 【手法5】 一気通貫対応による確実な施策実行

複数企業にデジタルマーケティングを分散するメリットは、各社の専門性を活かした施策実施ではありますが、たとえば、広告は広告代理店に、Webサイトは制作会社に依頼をすると、「広告代理店が理想とする着地ページを制作会社が作り切れない（施策意図理解のズレ）」「広告成果が出ない理由を着地ページに求めてしまう（責任回避）」「1つの施策を実施するための労力とコストが大きい」「各社レポートもデータ取得ツールも異なり、数字が異なる」など、様々な問題が発生し、その対応と調整をするだけで莫大な労力がかかってしまいます。本サービスでは、戦略・仕組み作り・施策実行まで一気通貫で代行することで、このようなロスの発生を防ぎます。

	戦略策定	仕組み作り	施策企画	施策実行	効果検証	改善方針策定
	社内を実施		SEO会社・制作会社・広告代理店などがそれぞれ担当領域を実施		社内を実施	
従来型サービス 利用の場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 戦略策定・仕組み作りに必要な<b>基礎知識の収集に膨大な時間がかかる。</b></li> <li>○ <b>情報が不足</b>しており、自社に最適な戦略・仕組みのあるべき姿が見えない。</li> <li>○ 専任担当者がいない場合は、<b>そもそも時間が割けない。</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ BtoBの知見がないため、<b>各業者では施策の企画ができない</b>ことが多く、内製が必要</li> <li>○ 業者ごとに<b>業務を割り振り、整合性を取ることに膨大に時間がかかる。</b></li> <li>○ 各業者は自分の担当範囲の限定的な成果しか追わず、<b>全体最適にならない。</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 各業者の管理だけで手いっぱい、<b>効果検証や改善までは手が回らない。</b></li> <li>○ 業者ごとにレポートフォーマットが異なるため、<b>社内報告資料をゼロから作る必要がある。</b></li> <li>○ 業者ごとの契約の縛りがあるため、<b>改善策の打ち手がほとんどない。</b></li> </ul>	
KPOサービス 利用の場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 個別施策に縛られることなく、<b>全体最適の観点に立ち、広範囲な「打ち手」の中から、最適な施策をポイントを抑えて実施</b>していきます。</li> <li>○ 戦略策定から企画・ディレクション・効果測定まで一貫して代行することで、<b>業者間調整・レポート作成などの付帯業務を最小化</b>させます。</li> <li>○ 分析・改善提案・施策実行・管理など、時間がかかる業務は弊社で一括代行し、<b>各種意思決定や社内関係者とのコミュニケーションや報告、情報収集、コンテンツ企画・作成進行管理等、成果インパクトが大きい活動に時間がさける</b>ようになります。</li> </ul>					





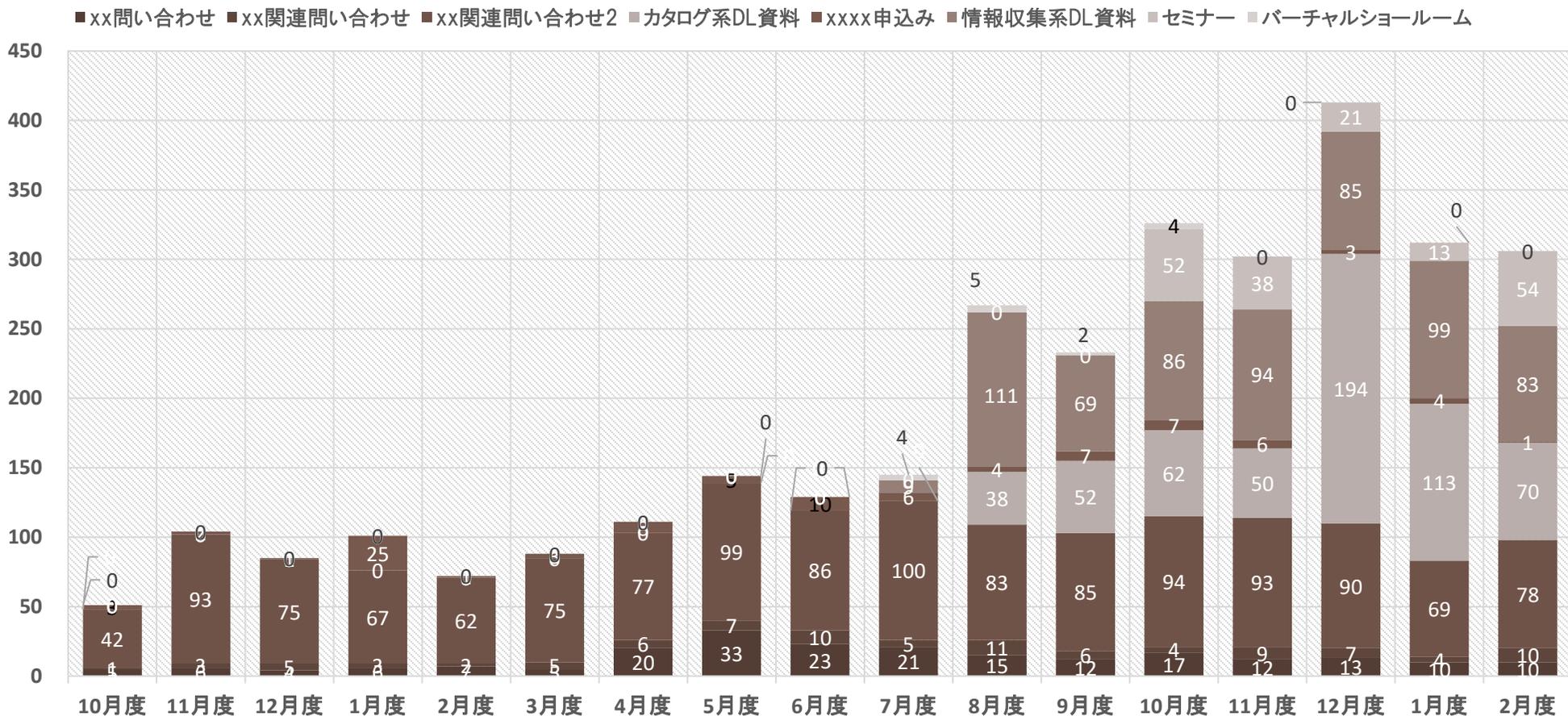
## ● 成果創出事例

# 成果創出事例（1）



業種 機械商社 従業員数 10,000名以上 運用予算 125万円/月

大手広告代理店にWeb広告出稿を委託していたが、なかなか成果につながらず、弊社に乗り換え。ご支援開始1年半で、50件程度だった問い合わせ・資料請求等の見込客発掘が、300件程度まで増加。予算配分の最適化、各種施策のチューニング、Webデザイン・導線設計等の改善、Webコンテンツの追加開発、ゴールアクション追加など、あらゆる施策を駆使して成果創出を実現。





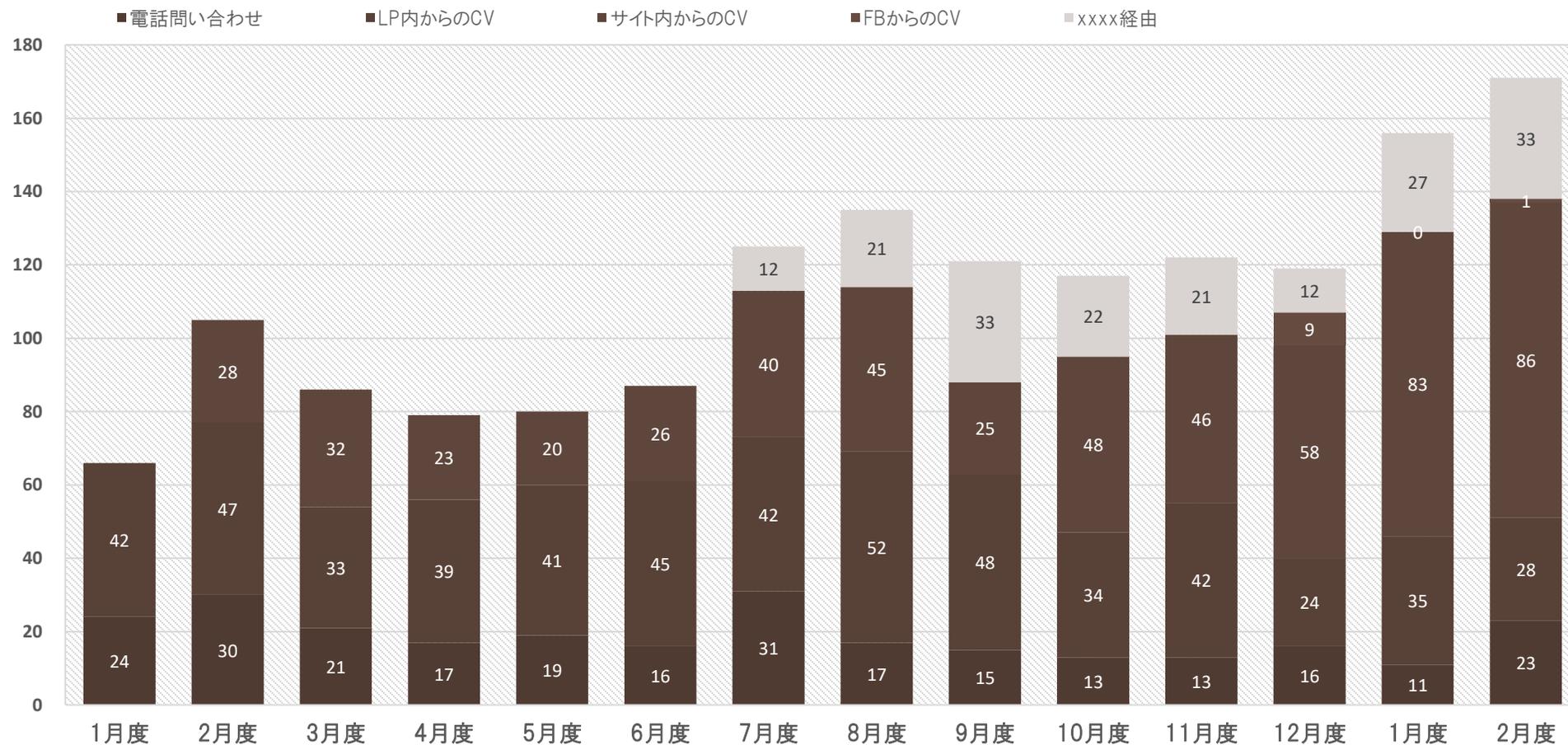
# 成果創出事例（2）

業種 営業支援サービス

従業員数 200名以上

運用予算 200万円/月

中堅広告代理店にWeb広告出稿を委託していたが、成果が頭打ちになり、弊社に乗り換え。  
 ご支援開始約1年、50～60件程度だった問い合わせが、150件程度まで増加。  
 予算配分の最適化、広告・SEOの徹底改善、コンテンツマーケティングの開始など  
 段階的に施策をバージョンアップしていくことで成果を創出。



# 成果創出事例（3）



業種 ITサービス

従業員数 1,500名以上

運用予算 70万円/月 ※月によって予算が変動

Webサイトリニューアルから支援。

約150件だったCVが、1年で400件程度に増加（問い合わせ数は20件前後から30件前後へと1.5倍に増加）  
SEOやコンテンツ作成・広告改善、メール配信改善など、複合的な支援によって成果が大きく伸びている。

