

失敗しないBtoB マーケティング会社の選び 方

～陥りやすいミスと防止策～



- 01 はじめに
- 02 外注先の企業選定で抱える悩み
- 03 Webマーケティングの戦略の立て方
- 04 顧客層ごとに有効な集客チャンネルとそれぞれの施策の市場
- 05 自社にあった施策の選び方
- 06 BtoBのWebマーケティング支援会社のタイプ
- 07 BtoBのWebマーケティング支援会社の相場
- 08 外注時に陥りやすいミスと防止策
- 09 依頼前に自社で整理しておくべきこと
- 10 BtoBのWebマーケティングを支援しているテクロ社のサービス
- 11 テクロ社のオンライン無料相談
- 12 外注先の企業選定は自社の現状と課題を把握してから



01 はじめに

2年間で40社以上のBtoB企業様にご利用いただいているテクロ社のプロジェクト継続率は88%です。
 そんなテクロ社が実施するWebマーケティング戦略の立て方と施策の優先順位を解説し、更にBtoBのWebマーケティングを外注する際に陥りやすいミスと防止策をご紹介します。

<p>広告代理店</p> 	<p>製造業</p> 	<p>人材</p> 
<p>ソフトウェア</p> 	<p>調査サービス</p> 	<p>EC</p> 
<p>コンサル</p> 	<p>M&A</p> 	<p>コミュニティ</p> 
	<p>テレアポ</p> 	<p>医療</p> 
	<p>士業</p> 	<p>動画制作</p> 

02 外注先の企業選定で抱える悩み

- ✓ コンテンツマーケティングやオウンドメディア運用を依頼する会社を探している方
- ✓ ノウハウ不足、社内人材不足により進め方を悩んでいる方
- ✓ どの会社に依頼すればいいのかわからない方



適切な外注先の企業選定をする方法とは…

企業選定の課題は「自社の現状と課題を明確にする」ことで解決

BtoB企業のWebマーケティング施策を把握し、自社にあった施策を行うことで、最終目標である売上向上を達成することができます。

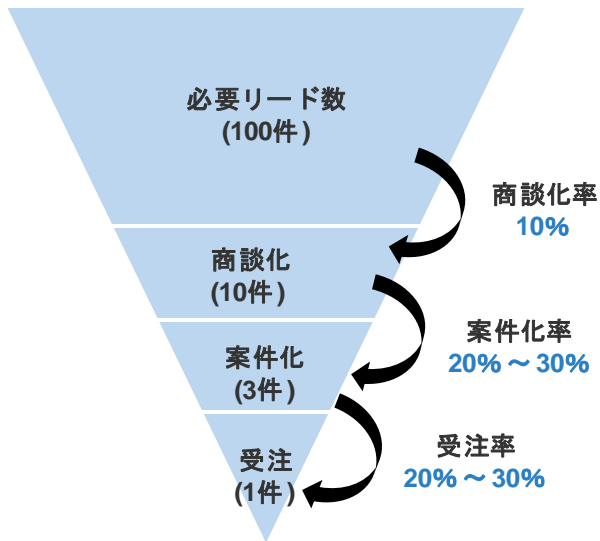
自社に合った施策を見つけるためには、自社の現状と課題を把握することで、どの企業が自社にしているのかを知ることができます。

本資料では、BtoBマーケティングの戦略の立て方や施策の優先順位、企業選びでよくあるミスとその防止策をご紹介します。

Webマーケティングの戦略の立て方

03 Webマーケティングの戦略の立て方

ステップ① 売上目標から必要なリード数を出す



売上目標を達成するため、マーケティング部門が獲得しなければならないリード数を計算するには…

売上目標を達成するために必要な受注数を出し、受注率、案件化率、商談化率でリード数を逆算。

03 Webマーケティングの戦略の立て方

ステップ② マーケティングにかけられる予算を計算する

ユニット
エコノミクス =

ユニットエコノミクスとは事業の採算を表す指標のこと

LTV
顧客生涯価値

1つの顧客から得られる売上の総額のこと
●LTV=購入単価×購入回数×継続期間

÷

CAC
顧客獲得コスト

顧客1社を獲得するために必要となるマーケティングや営業のコスト
●CAC=顧客獲得にかかるコストの総額÷新規顧客獲得数

ユニットエコノミクスが3以上が良いとされる

計算して適正値になるCACが、事業の健全性を保った上で、顧客獲得にかけられるコストの上限となる

03 Webマーケティングの戦略の立て方

ステップ③ ターゲットを明確にする

売上規模

業界・業種

役職

抱えている課題

実現したいこと

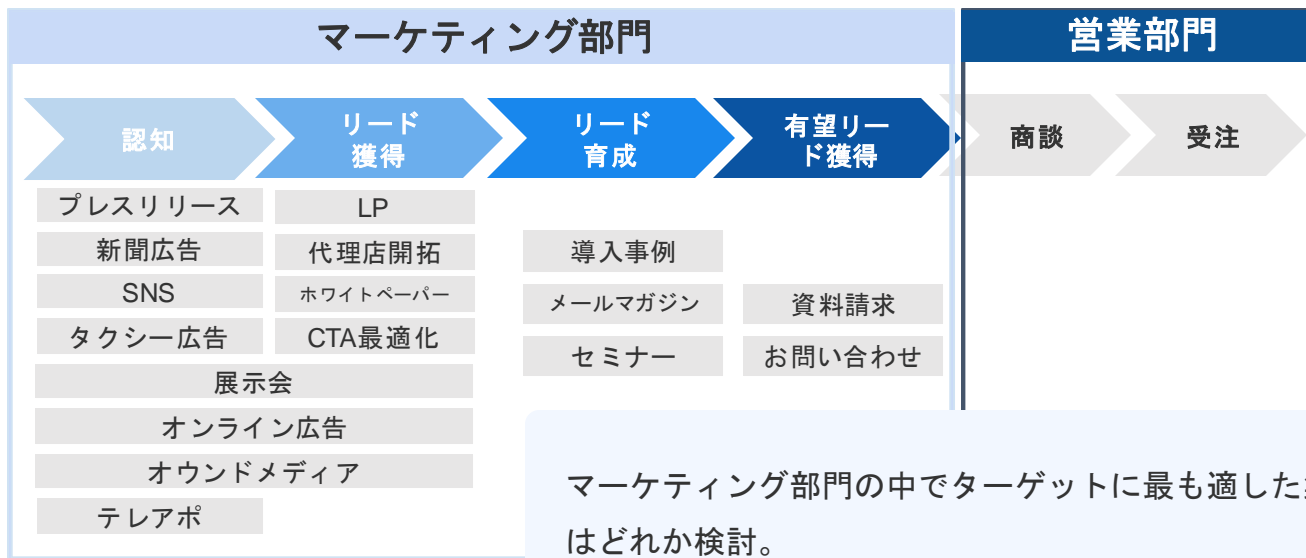
情報収集手段



ターゲットとなる顧客を明確にすることでニーズをつかみやすくなり、
適切なアプローチを取れるようになる。

03 Webマーケティングの戦略の立て方

ステップ④ どの集客チャネルがターゲットに有効か検討する



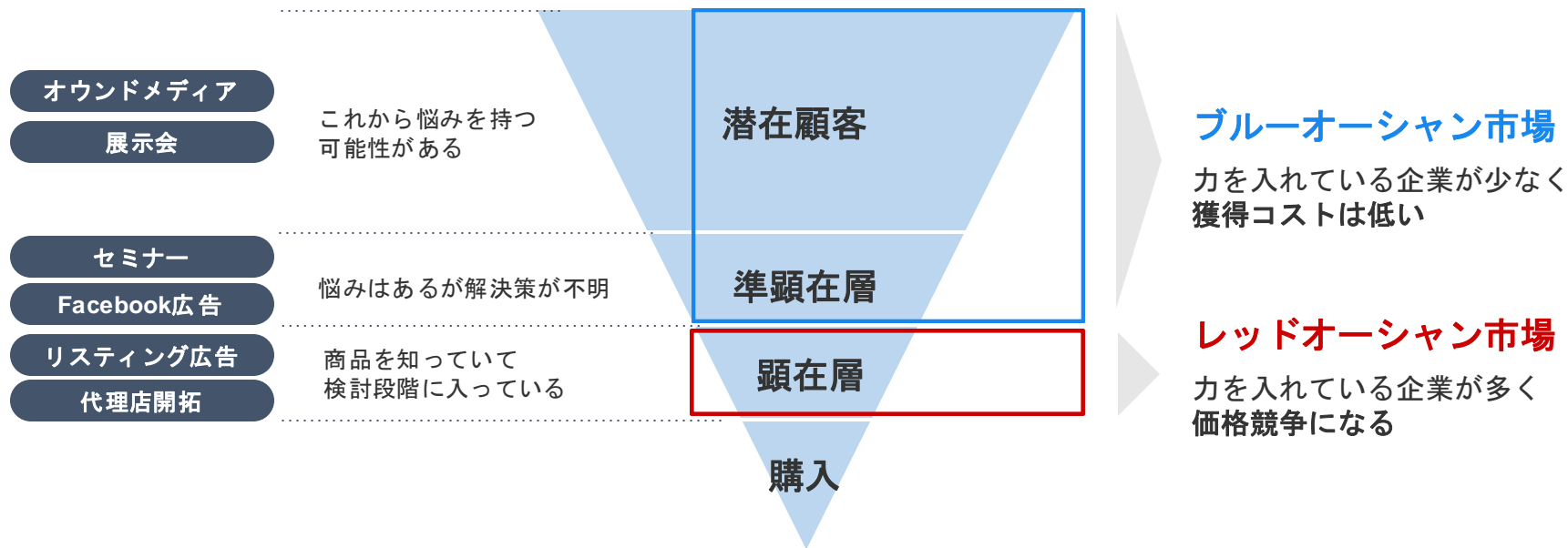
マーケティング部門の中でターゲットに最も適した集客チャネルはどれか検討。

ターゲットの温度感なども加味して考えると、より精度がUP！

04 —

顧客層ごとに有効な集客チャネルと それぞれの施策の市場

04 顧客層ごとに有効な集客チャネルとそれぞれの施策の市場



自社にあった施策の選び方

05 自社にあった施策の選び方



BtoBのWebマーケティング支援会社のタイプ

06 BtoBのWebマーケティング支援会社のタイプ

社内に担当部署があり、外部アドバイザーが欲しい

コンサルタント型

BtoBマーケティングの全体の戦略設計を行うコンサルティング形式。施策の実行は別会社に委託する必要がある。

マーケティング全体の戦略を相談したい

コンサル＋施策実行型

BtoBマーケティングの全体の戦略設計から施策の実行まで一貫して行う会社。ワンストップで任せることができる。

戦略は決まっているが社内リソースが足りない

施策実行型

全体の戦略は決定しており、実務的なリソースが足りない場合に有効です。

ツール導入によってコンテンツ制作を容易にしたい

BtoBマーケティング支援ツール型

BtoBのコンテンツマーケティングを実行、効率化できるツールを提供しています。

BtoBのWebマーケティング支援会社の相場

07 BtoBのWebマーケティング支援会社の相場

	コンサル型	コンサル+施策実行型	施策実行型	支援ツール型
戦略立案	○	○	×	×
記事の作成	×	○	○	△
MAの運用	×	○	△	△
料金	30万～100万	50万～150万	30万～50万	5万～50万

実務や支援ツールであれば、価格を抑えることができますが、一方でコンサルやすべてを任せる場合はある程度予算が必要になります。自社の予算と課題を把握して検討しましょう。

外注時に陥りやすいミスと防止策

①KPIが実現不可能な数字で設定されている

■ ■ 防止策 ■ ■ KPI設定は、現実的で達成できるような目標を設定する

- ・ 現実的に達成できる見込みがあるか
- ・ 明確なKPIになっているか

楽観的な数字を設定してしまうと当然「未達」となり、プロジェクトの進行を妨げてしまいます。達成できる見込みはあるのか、また具体的にイメージできるような明確なKPIになっているかをしっかりチェックすることが必要。

08 外注時に陥りやすいミスと防止策

②コンサルに依頼したが、施策を実行するための
社内の稼働リソースがなくなかなか進まない

■■ 防止策 ■■

1. 施策の実行に要する時間を洗い出す
2. 社内に稼働リソースがあるかを確認

→社内で内製化できるならコンサルの導入

→内製化が厳しそうなら実行まで外注できる企業を検討

08 外注時に陥りやすいミスと防止策

内製化を進めてみたが、専門知識を持ったメンバーがおらず

SEO順位が上がらず成約に繋がらない

■■ 防止策 ■■

SEOの知識を持った社内メンバーがいるかの確認

→ノウハウを持ったメンバーがない場合、最初は専門家に依頼し
徐々に内製化に移行するのがおすすめ

08 外注時に陥りやすいミスと防止策

クラウドソーシングで記事作成を外注したが、
ライターへのディレクション作業と記事の修正作業に追われる

■■ 防止策 ■■

1. ライターをマネジメントする体制があるか
2. SEOに詳しいディレクターがいるか
3. クラウドソーシングを活用した場合に想定される稼働時間を見積もる

本来すべき仕事への影響を最小限に抑えることが可能に！

依頼前に自社で整理しておくべきこと

09 依頼前に自社で整理しておくべきこと

①提案依頼書の作成

どんな課題を解決して欲しいのか依頼内容を整理することで、より具体的な提案を受けることができる。

整理すること

1. 目標数値と現状の数値
2. 依頼したい範囲の明確化
3. 暫定のスケジュール（開始希望日）
4. 暫定の予算

依頼提案書

プロジェクト概要
依頼の背景とプロジェクトの目的

対象サイト
サービスサイト:
オウンドメディアサイト:

ターゲット
メインターゲット:
サブターゲット:

KGI・KPI
KGI:
KPI:

現状数値

現状課題

提案実施開始と希望スケジュール

予算

※サンプル

09 依頼前に自社で整理しておくべきこと

②支援会社の選定チェックリスト

<input type="checkbox"/>	自社と違い業界の成功事例があるか
<input type="checkbox"/>	定期的なレポートニングがあるか
<input type="checkbox"/>	担当者のレスが早くスムーズにやりとりができるか
<input type="checkbox"/>	費用対効果があうか

BtoBのWebマーケティングを 支援しているテクロ社のサービス

10 BtoBのWebマーケティングを支援しているテクロ社のサービス



伴走型Webマーケティングプラン

	サービス内容
サイト制作	WordPress簡易構築
戦略立案	戦略立案
	キーワード調査
運用	10記事制作・修正
	Webサイト解析
	CMSアップ
	画像アップ
	ホワイトペーパーデザイン・実装
サポート	チャット対応
	月に1回のMTG

サービス概要

オウンドメディアの企画から解析、記事の投入・デザインの修正などすべての業務を行います。Webサイトに来訪する個々のユーザーに最適なコンバージョン導線を用意します。

費用

初期費用：**なし** 月額：**60万円**

※期間は**6カ月**～

テクロ社のオンライン無料相談

11 テクロ社のオンライン無料相談

よくあるお悩み

- ◆ 依頼する会社を探している方
- ◆ ノウハウ不足、社内人材不足により進め方を悩んでいる方
- ◆ どの会社に依頼すればいいのかわからない方

御社の現状や課題を明確にするお手伝いを致します。

[無料相談を申し込む](#)

BtoBマーケティングのプロ/専門のコンサルタントが60分無料で相談にのります。



11 テクロ社のオンライン無料相談の流れ

ご相談の流れ



右記ボタンからフォームに飛び申込みを行ってください。



1~3営業日後、担当者から日程調整のご連絡を差し上げます。



ZOOMにて最大60分コンサルトにご相談いただけます。

[申込みはこちらから](#)

12 外注先の企業選定は自社の現状と課題を把握してから



BtoBのWebマーケティングを外注する際はまず自社の現状と課題の把握から始めましょう。弊社テクロではWebマーケティング支援をコンサルティングから、実作業まですべてお手伝いしております。

これから本格的にWebマーケティングを行いたい方はぜひご相談ください。



会社名

テクロ株式会社

所在地

〒150-0046 東京都渋谷区松濤1-28-2ワークコート渋谷松濤

設立日

2016年10月12日

代表取締役

天野央登

事業内容

Webマーケティング・Webメディア運用

[申込みはこちらから](#)