

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を公開！



- 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。

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…

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。

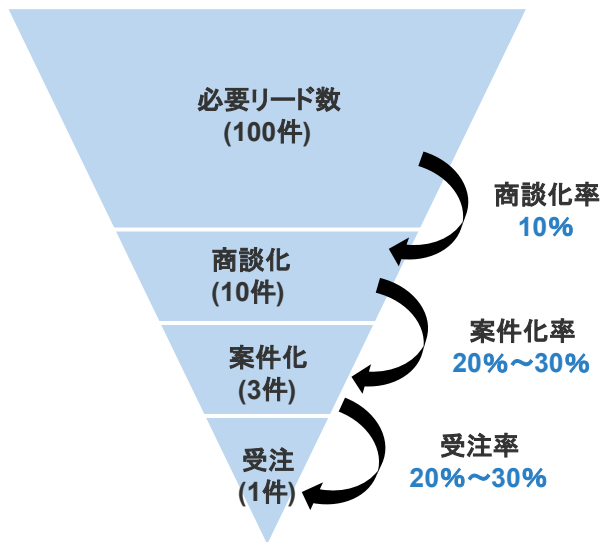
自社に合った施策を見つけるためには、自社の現状と課題を把握することで、どの企業が自社にしているのかを知ることができます。

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

=

LTV
顧客生涯価値

÷

CAC
顧客獲得コスト

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

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

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

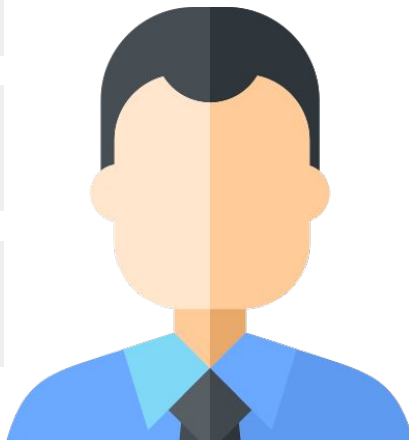
業界・業種

役職

抱えている課題

実現したいこと

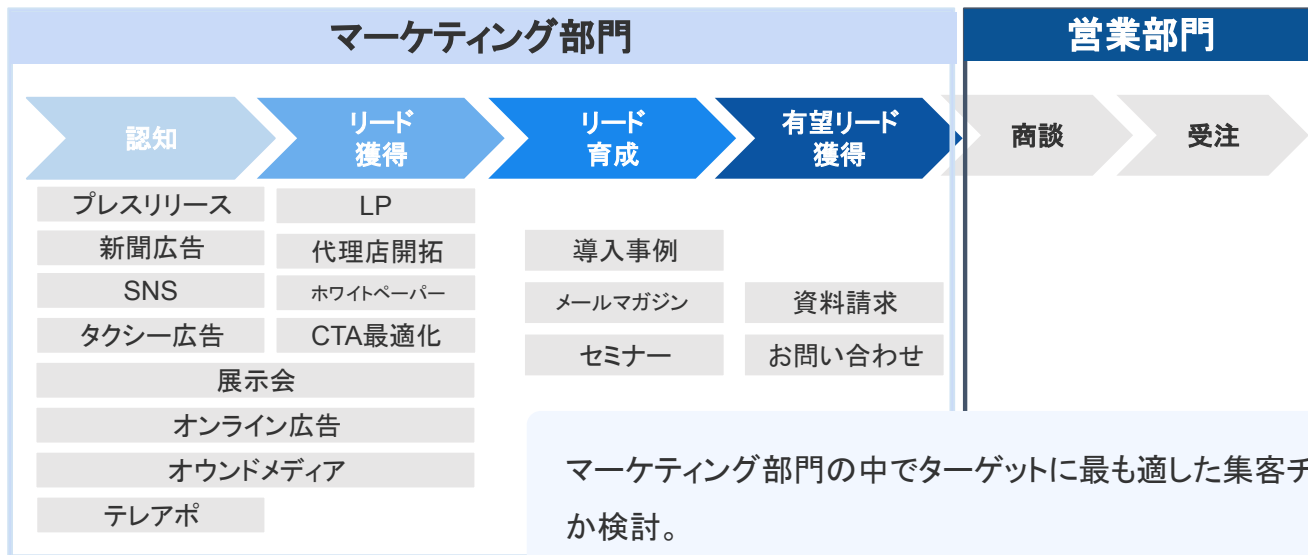
情報収集手段



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



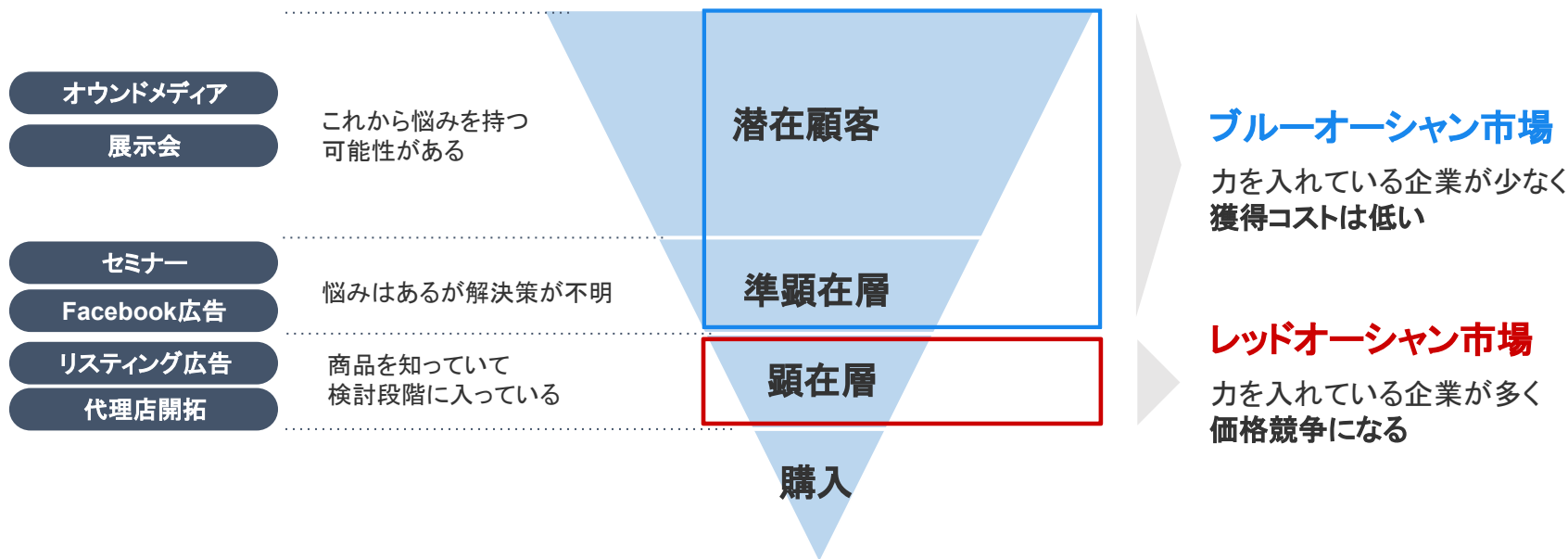
マーケティング部門の中でターゲットに最も適した集客チャネルはどれか検討。

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ン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	20万~50万	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。

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いない場合、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

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:	※サンプル
現状数値	
現状課題	
施策実施期間と希望スケジュール	
予算	

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"/>	定期的なレポーティングがあるか
<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



戦略立案

- 全体戦略設計
- キーワード調査
- KPIの設定

コンテンツ作成

- 記事ライティング (月10本)
- CMSアップロード
- 画像設定 (サムネイルなど)

※初月は記事納品なし、納品は2ヶ月目以降
※記事文字数は競合に合わせて変動します
(最低4000文字、平均5000文字程度)
※記事修正は原則1回までとなります。

コンサルティング

- チャットでの相談対応
- 定例ミーティング (月1回)

サイト改善

- WordPress簡易構築
- WordPress保守運用
- サイトスピード改善

ホワイトペーパー作成

- ホワイトペーパーの作成 (1本)

※文章については調整しながらの作成になります。
※工数によっては記事本数と相殺させていただく場合もあります。
※次回契約更新以降は 3ヶ月1本

レポート

- 月次レポート
- 振り返りレポート (6ヶ月に1回)

28

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
- ◆ ソウハウ不足、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

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。

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](#)



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](#)

11 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	〒150-0001 東京都渋谷区神宮前1-5-8 神宮前タワービルディング12階
設立日	2016年10月12日
代表取締役	天野央登
事業内容	BtoBマーケティング支援・BtoBオウンドメディア運用支援

[申込みはこちらから](#)