

# 押さえておくべき BtoBマーケティングの施策

おすすめの施策も公開！



- 01 はじめに
- 02 BtoBマーケティングの施策一覧
- 03 BtoBの顧客の検討フェーズを理解する
- 04 BtoBマーケティングの施策の優先順位
- 05 BtoBマーケティングを支援しているテクロ社のサービス
- 06 テクロ社のオンライン無料相談



# 01 はじめに

BtoBマーケティングの購買目的は「課題解決」です。

顧客に買ってもらうためには、顧客が自社製品を選ぶ理由が必要になります。

BtoBマーケティングを行う時には「顧客が抱える課題に対して自社であればどう解決できるか」、顧客の検討フェーズを理解した上で最適なアプローチを行います。

最適な施策を最適な順番で行う必要があるのです。

本資料では施策の一覧とおすすめの施策(王道)を紹介しています。

興味関心フェーズ

課題認識フェーズ

比較検討フェーズ

パートナー選定  
フェーズ

# BtoBマーケティングの施策一覧

## 02-1 BtoBマーケティングの施策一覧

### リード獲得(オンライン)

- SEO
- Webサイト/LP改善
- 広告出稿
- SNS運用
- ブログ執筆
- 外部メディアへの寄稿
- 外部メディアへの広告出稿
- 事例作成
- ホワイトペーパー作成
- プレスリリース配信

### リード獲得(オフライン)

- 展示会出展
- カンファレンス開催
- セミナー開催
- DM送付
- 紹介
- 書籍出版
- 登壇
- テレアポ
- 飛び込み
- テレビCM
- 交通広告
- 業界紙への広告出稿

### リード育成

- インサイドセールス
- メールマガジン
- 紙DM送付
- セミナー開催
- リマーケティング
- リターゲティング広告
- MAツール導入
- リードへの架電
- フォローコール
- 失注顧客へのフォロー

自社でどの施策を行うかはBtoBの顧客の検討フェーズやマーケティングの全体像を把握しておく必要があります。

# BtoBの顧客の検討フェーズを理解する

## 03-1 BtoB顧客の検討フェーズを理解する

BtoBマーケティング施策で創出できるリードの検討状態は様々なため、顧客の検討フェーズを理解しておく必要があります。

興味関心フェーズ



興味はあるけれど、今すぐ導入の必要性は感じていない。

課題認識フェーズ



製品・サービスが解決すべき課題を理解しているため、そのための情報収集をしている。

比較検討フェーズ



いくつかの企業の製品・サービスを認知しているため、比較検討に向けてより詳しい情報収集を図ろうとしている。

パートナー選定フェーズ



気になる製品・サービスの情報収集は終わっており、導入に向けて最終のパートナー先選定に入っている。



一般的に、フェーズが進行していた方が商談化率(アポ率)は高くなりますが、反比例して新たな候補として検討してもらえる確率は低くなります。

# 初めてのBtoBマーケティングでおすすめの施策



## 04-1 初めてのBtoBマーケティングでお勧めの施策

これから初めてBtoBマーケティングに取り組む場合におすすめの施策は以下の通りです。



SEO  
リスティング広告  
Facebook広告  
コンテンツ発信  
展示会出展  
メディア露出  
業界誌への広告出稿  
郵送/FAX DM  
テレビ/タクシー広告

Webサイト/PL改善  
CTA設計  
事例インタビュー  
ホワイトペーパー  
セミナー開催

インサイドセールス  
営業資料改善  
MAツール

セールス強化  
オンライン商談  
SFAツール  
ターゲット見直し  
価格見直し

プロダクト展開  
CS強化  
サポートサイト



ただし、認知から順番に行っていけばよいわけではなく、優先順位があるため、その点に注意が必要です。  
次のページで解説しているので併せて確認しておきましょう。

継続利用

# BtoBマーケティングの施策の優先順位

## 05-1 BtoBマーケティングの施策の優先順位

まずは認知よりも **CVを優先** する。



- 1 **CVR(コンバージョンレート)改善** : CVが1%以上の状態を作る
- 2 **認知拡大** : サービスや会社の認知を拡大する
- 3 **リード獲得後、商談化までの改善** : フィールドセールスの効率を上げる
- 4 **商談から受注までの改善** : セールスの受注率を上げる
- 5 **受注後の改善** : 顧客満足度を上げる

「とりあえず認知拡大をしようとして、サイトに誘導する広告を出稿したものの、CVに全くつながらない」といったケースが多い。そもそも商材がよくない可能性も検討すべきですが、**サイトのCVR改善が0.5%~2%(コンバージョン数/セッション数)未満であれば、先にCVR改善に取り組むべき**です。その上で、認知拡大施策を実行しましょう。

04 \_\_\_\_\_

# BtoBマーケティングを支援している テクロ社のサービス

## 04-1 BtoBマーケティング支援を行っ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)

13

# テクロ社のオンライン無料相談

### よくあるお悩み

- ◆BtoBマーケティングをはじめたいけどリソースが足りない
- ◆施策に関する知識がない
- ◆BtoBマーケティングで自社に合った最適な施策を知りたい

御社のWebマーケティングの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。



### 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](#)



## 05-3 顧客の検討フェーズを理解し、自社に合った施策を行う

顧客の検討フェーズを理解し自社にあった施策を行うことで、リード獲得につなげることができます。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](#)