



サンプル企業XYZ様へのインバウンド マーケティング サービスのご提案

ご提案先：サンプルクライアント

更新日：2014年11月12日

概要

サンプル企業XYZ様はこれまで、優れた業績を積み上げてこられてきましたが、今こそ、さらなる高みを目指すときです。過去に何度かマーケティング活動に取り組んできたものの、特に目を引く成果は得られていないと伺いました。マーケティングには総合的なアプローチが必要です。顧客獲得の目標を達成するために、ぜひインバウンド マーケティング パートナーとの提携をご検討ください。

目標

目標は、1年以内に200件の新規顧客を獲得することです（1か月に換算すると約17件）。現在の成約率が35%なので、1か月あたり約50件の有望なリードを獲得する、つまり、約50件のリードをファネルの最下層まで進ませ、セールスチームに引き継ぐ必要があります。20%のリードが購買ファネルの最下層まで進むと仮定すれば、ファネルの最上層または中間層で250件のリードを獲得しなければなりません。訪問者からリードへの転換率は現時点で1.2%ですが、今後3%程度に引き上げることが目標です。3%の転換率で250件のリードを獲得するには、1か月あたりのトラフィック量を現在の4,500件から8,300件に拡大する必要があります。

サービスの内容

最初の1か月に実施するサービス

12か月にわたるマーケティング計画の策定（1か月目）

- マーケティング計画を書面で提出します（当社名「Nectafy」にちなんで、「Necta」プランと呼びます）。ここでは、貴社の現状分析を行った後、貴社が1年以内にリードジェネレーションの目標を達成するための具体的な戦略や取

り組みについて概要をご説明します。

バイヤーペルソナの作成（1か月目）

- インバウンドマーケティングを効果的に実施するには、ターゲットの人物像を把握しなければなりません。貴社で既にご存じの情報をご提供いただくと共に、新たなインサイトを収集し、その両者を組み合わせていくつかのバイヤーペルソナを作成します。バイヤーペルソナとは、貴社にとって理想的な架空のクライアント像です。ペルソナの特徴を明らかにして、それを基にコンテンツを作成していきます。

ウェブサイトのリニューアル（1か月目）

- ここで重要なのは、インバウンドマーケティングの効果を高めるようなデザインにリニューアルすることです。貴社のデザイナーにご協力いただきながら、マーケティング目標に沿った新しいデザインを目指します。

最初のサイト立ち上げに向けた2種類のオファー作成（1か月目）

- 貴社の既存コンテンツを再利用して、ファネルの最上層向けと中間層向けの2種類のオファーを作成します。既存資産を再利用することで、すぐにリードを獲得できるだけでなく、翌月以降に公開する新たなオファーの作成に取り掛かれます。

エディトリアルカレンダーの作成（1か月目）

- コンテンツ作成をスムーズに進められるように、執筆者全員のスケジュールがひとめでわかる共同のエディトリアルカレンダーを作成します。

2～12か月目に実施するサービス

週次コンサルティングと月次レポート

- 戦略を継続的に提示して、月次レポートで進捗をご報告します。これにより、取り組みが順調に進んでいることをしっかりと確認していただけます。コンサルティングは、毎週1時間の電話またはウェブ会議で行います。さらに、こ

れ以外にも時間を設けて、現在の成果の分析や次の段階に向けての戦略策定についてご支援します。

HubSpotの管理 + トレーニング&サポート

- HubSpotツールの細かな運用管理を行います。それと並行して、各種ツールの使い方（ワークフロー、リストセグメンテーション、ランディングページに関する操作など）についてもご説明します。私たちは12か月の間、パートナーとして常に貴社に寄り添いながら、サービスを提供することを目指しているため、プラットフォームの仕組みや効果的な利用方法についてもお伝えしていきたいと考えています。パートナーシップが終了した後も貴社の皆様がご自身でマーケティング活動を継続していけるように12か月間サポートすることが、当社の目標です。

週次のキーワード分析

- 何が効果を上げているのかを検証し、進行中のインバウンドマーケティング活動にさらに改善できるポイントはないか検討します。検索エンジンの評価ばかりを気にするわけではありませんが、インバウンド手法に基づいたコンテ

ンツがどのようなキーワードで検索されているのかを把握しておく必要があります。

週2件のブログ記事投稿

- 貴社のブログに毎週2件の記事を投稿できるようにご支援します。インバウンドマーケティングを成功させる鍵は、ターゲットオーディエンスを惹き付ける鮮度の高いコンテンツを継続的に作成することです。コンテンツの種類に応じて以下のようなプロセスが考えられます。
 1. 技術的な内容の記事：貴社のご担当者にコンテンツを執筆いただいた後、当社チームが書式やトーンを調整し、インバウンド手法のベストプラクティスに沿って編集を加えます。公開作業やプロモーションも当社が担当します。
 2. 比較的一般的な内容の記事：貴社のご担当者からお話を伺って、それを基に記事を執筆、投稿することも可能です。この方法なら貴社にとっても効率的かと思います。
 3. 動画：貴社で1つのトピックについて映像を撮影されましたら、当社でインバウンド手法に適した短い動画に編集します。

コンテンツプロモーション

- ブログ記事やオファーを公開した後は、当社がTwitter、LinkedIn、Google+、Facebookでプロモーションを実施します。

Eメールマーケティング

- Nectaプランで策定した12か月間の戦略に基づいて、Hub SpotツールでのEメール マーケティング キャンペーン全般をお手伝いします。

月1件のオファー作成

- 新たなオファーを提供すれば、新たなリードの獲得につながります。そのため、オーディエンスが思わず読みたくなるような新しいコンテンツを継続的に作成することが重要です。ブログ記事と同じように、貴社の皆様にご協力いただきながら、毎月1件の新しいオファーを作成できるようにご支援します。貴社から必要な情報や知識体系をご教示いただいたうえで、当社の専門スキルを活かして書式やレイアウトを調整し、配信を行います。

各オファーからリード獲得に至るプロセス全体の準備

- オファー公開の効果を高めるには、CTA、ランディングページ、フォーム、サンキューページ、フォローアップEメールといったコンテンツを用意して、それらが互いに連携するように設定することが重要です。

ワークフロー自動化とリストセグメンテーション

- リードの関心に合ったコンテンツを提供することで、貴社への信頼感を高め、より多くのリードが購買ファネルを前進してくれるようになります。そのために自動のワークフローを設定し、リストセグメンテーションを行います。

オンページSEOのモニタリング

- ウェブサイトの各ページがオーガニック検索で最大の効果を上げられるように最適化します。

CRMに関するガイダンスと統合

- 貴社のセールスチームに最適なCRMシステムの選定をお手伝いします。HubSpotとCRMシステムのデータを関連付けることで、オンラインリードの成約率を向上できます。また、HubSpotとCRMを接続すると、マーケティングコストのROIについて精度の高いレポートを作成できるようになります。

成果の測定

- 1年間のパートナーシップが期間満了を迎えるころには、1か月あたり250件のリード獲得数が可能になっています。この目標は、おそらく12か月もかからず、もっと早い段階で達成できる見込みです。
- オンラインマーケティングを一元化し、相互に連携させることで、新しいビジネスチャンスをつかめるようになります。サンプル企業XYZ様にもその成果をきっと実感していただけるでしょう。

サービスの価格

インバウンド マーケティング サービス全般

月額〇円

その他の費用

ハブスポットのインバウンド マーケティング プラットフォーム

月額〇円*

期間

2015年1月第1週からサービス提供を開始できます。

利用条件

HubSpot製品の利用料金は、Nectafyを通じて購入した場合でも、ハブスポットに直接お支払いいただく必要があります。リテーナー契約の月額料金は、毎月のお支払いサイクルの開始時（開始日に応じます）に、小切手、ACH送金、ビジネス向けPayPal、または相互に取り決めた手段によってお支払いいただけます。

当社からのお約束

私たちは、1つのことをお約束します。この提案書に基づいてサービスを提供し、100%ご満足いただけるように全力を尽くすことです。現行のマーケティングリターナー契約については、その月の料金を支払ってから1週間以内にご連絡いただいた場合、その月の料金を返金させていただきます。



貴社に合った提案書をご希望の場合

この提案書サンプルが皆様のお役に立てば幸いです。私たちは、できる限りビジネスの透明化を図りたいと考えています。

この提案書は、ある潜在クライアントとの個別コンサルティングの結果をベースに作成しました。貴社に合ったインバウンドマーケティングの提案書をご要望の場合は、[こちらのページ](#)からお問い合わせください。打ち合わせを設定させていただきます。

