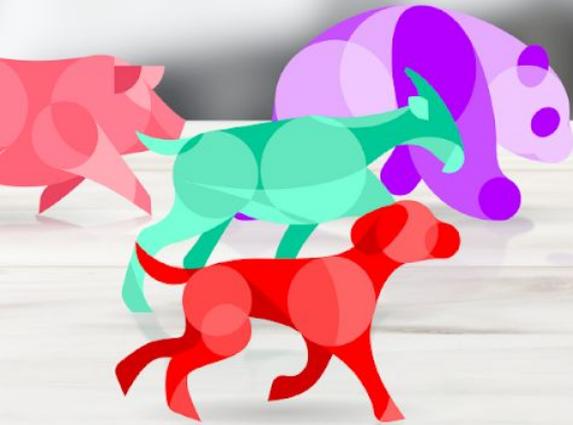


【コンサルティング会社様向け】

MA運用支援コンサル 施策 事例集

～えそら合同会社様～



点で混在していたWebマーケティング施策を、線をつなぎ商談の最大化を実現！
作成したホワイトペーパーでダウンロード数 174件！

業種 UXコンサルティング

会社規模 5～10名

メイン担当

社長・マーケ担当

有効リード数

1500件

MAコンサルティング導入前の課題

- ・点になっている施策をMAツールで一元管理したい（セミナー集客、無料相談、Slackでの個別連絡etc...）
- ・記事経由でのorganic流入はあるものの、そこからCVが発生しておらず新規リード獲得に寄与していない。

実際に行った施策

【WP作成編】

- ① ホワイトペーパーコンテンツの調査
- ② ホワイトペーパー構成・レイアウトの作成
- ③ ホワイトペーパー添付メール配信

【体制整備編】

- ① 点になっている施策の洗い出し
- ② 全体設計図の作成
- ③ BowNowのステータス状況に落とし込み、タスクの簡易化





MAコンサルティングで行った施策

① ホワイトペーパーの作成

概要

ホワイトペーパーに関する知見がない、状態からホワイトペーパーを企画、作成

フェーズ①

ターゲット顧客が欲しが
る情報からホワイトペーパー案を作成



フェーズ②

ホワイトペーパーの構成を作成。
内容をお客様と議論



フェーズ③

レイアウト、デザイン化、納品。資料
ダウンロード案内のメール作成

結果

1資料あたり年間38リード獲得を達成！

※総獲得リード数(ダウンロード数):年間174件

ホワイトペーパー制作支援って何するの？

STEP1

4つの不に合わせてコンテンツ案ブレスト、狙いたいターゲット、現在保有しているリードなどからどれを作成するのか議論

▼参考

検討レベル	不信、不要	不信、不要	不信、不要	不適、不急
内容	新規事業立ち上げ系コンテンツ	リサーチ関連 WP	PoC関連コンテンツ・手法系コンテンツ	事業説明コンテンツ
詳細	新規立ち上げに必要な要素	リサーチ依頼に必要な準備物	PoCで検証すべきものとは？	概要資料(比較)
	新規立ち上げ失敗事例集	リサーチ調査完璧ガイドブック	PoCぱっちりマニュアル	事例集
	考慮ポイント			サービス活用場面説明資料
	体制			他サービスとの掛け合わせ事例
	予算。意思決定要素			セミナー資料一部紹介
	<新規事業の立ち上げフェーズ>			
	①新規事業開発のプロセス(内容のご用意可能か？UXデザインとは？ +事業開発視点)			
	②失敗事例			
	③フレームワーク			

STEP2

デザイン化できたWPを納品、修正内容もお客様と議論 DL案内メールも同時作成、配信

成功する新規事業アイデアを生み出す /
オススメの7ステップ

えそらLLC

01 本当にそれに関心しているのか？

「こんなものがあつたらいいな」というアイデアをたくさん出すことはできます。しかし、最終的に、顧客が本当にほしがれるプロダクトを自蔵しなければなりません。

アイデア出しを始める前に、生活者の悩みを深く理解する

本当に関心しているか

- 生活者が本当に悩んでいるのか
- それを早くでも解決したいという重要な課題か
- それを解決するが難しいのか

本当に悩んでいるのか

- 自分自身の生活や仕事に悩まれているのか
- 生活者の悩みを解決できるか
- 生活者の悩みを解決できない理由がわかっているか

02 本当にその悩みを解決できるのか？

「こんなものがあつたらいいな」というアイデアをたくさん出すことはできます。しかし、最終的に、顧客が本当にほしがれるプロダクトを自蔵しなければなりません。

アイデア出しを始める前に、生活者の悩みを深く理解する

本当に悩んでいるのか

- 生活者が本当に悩んでいるのか
- それを早くでも解決したいという重要な課題か
- それを解決するが難しいのか

本当に悩んでいるのか

- 自分自身の生活や仕事に悩まれているのか
- 生活者の悩みを解決できるか
- 生活者の悩みを解決できない理由がわかっているか

03 本当にその悩みを解決できるのか？

どうすれば、そのような未来を実現できるのか、アイデアを発想します。

高次元のアイデアを出すためのヒントは、既にその問題を解決するという視点があります。

アイデア出しを始める前に、顧客の悩みを深く理解する

本当に悩んでいるのか

- そのアイデアによって誰がどう困るのか
- どうして悩みが解決されるのか、本当に新しい未来は手に入るのか
- 生活者の悩み、それを解決しにくい自分をイメージできるか

ストーリーボードでアイデアを可視化する

アイデアをストーリーボードに格納することで、発想に繋がることが可能になります。これを生活者に役立ててもらう中で、アイデアを育てる。あるいは否定する理由がどこにあるのかを探り、早くべき良いアイデアを同時に発見できます。

<POINT>

- 最初に書き出す「物」にアイデアを可視化し、検証サイクルを回すことで、

実現された価値をプロダクトとして正しく再現できるかを検証し、相性の良い、初期のターゲットとなる顧客を探します。

プロダクト化のハードルを乗り越える

本当に悩んでいるのか

- そもそも解決できるのか
- (顧客が本当に) 価値を再現できるのか
- (顧客が解決できなくて) 顧客を惹きつけられるのか

<POINT>

- 顧客を惹きつけられるまでには、顧客がプロダクトを認める価値にも価値がつけられるはず。
- それにより顧客の申し手を再現できるようなやり、顧客のターゲットを絞り込む必要。

えそらLLC

成功する新規事業アイデアを生み出す /
オススメの7ステップ

えそらLLC

鈴木さま

いつもお世話になっております。
えそらLLCの加藤でございます。

これまでの弊社の新規事業開発支援の知見から、
新規事業の成功に欠かせないポイントをおまとめた資料が完成しました。

新規事業を成功させるためには何をしなければいいの？
7つのステップに分け、解説しています。
ぜひご活用ください！

資料をダウンロードする▼
<https://esaura.jp/download/whitepaper/>

成功する新規事業アイデアを生み出す おすすめの7ステップ

<目次>

- ・ 新規事業の打率は1割？
- ・ 新規事業の成功に欠かせない7つのステップ
- 1 本当にそれに関心しているのか？



MAコンサルティングで行った施策

② BowNow運用フローの作成

概要

点になっていた施策たちを整理し、施策ごとの目的と優先順位の整理

フェーズ①

現状の施策を洗い出し
ヒアリング



フェーズ②

スプレッドシート上に業務を
可視化



フェーズ③

BowNowでどのように表現す
るか決めて作成

結果

BowNow上で顧客の管理の実現 結果的にツール登録目標の10件を突破

流れ設計シート

