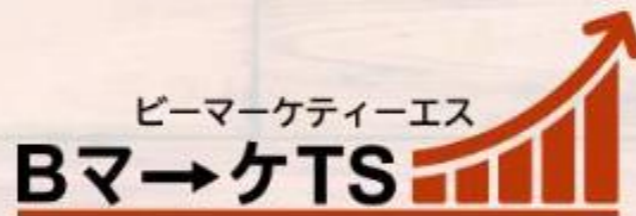




BtoBマーケティングを伴走型でトータルサポート



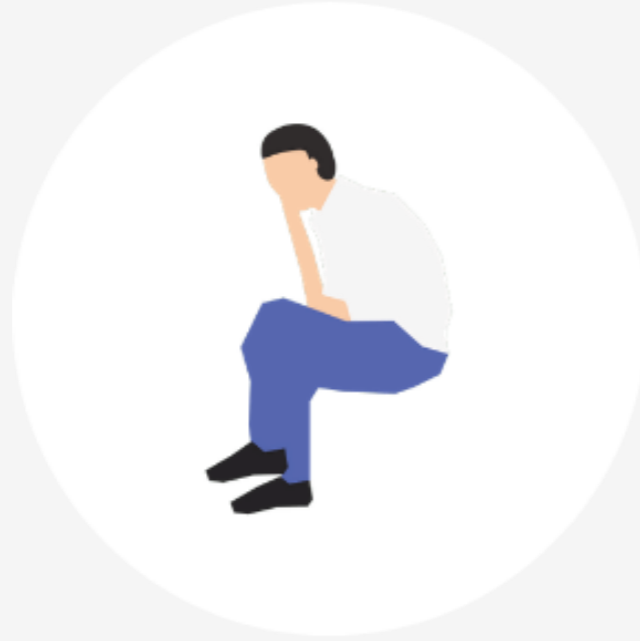
D4DR inc.



D4DR inc.



こんな方におすすめ



- BtoBマーケティングの知見やリソースがない
- WEBサイトからのリードが思うように獲得できない
- 新規獲得に偏重してしまい、見込み客への対応ができていない



- リード獲得から育成まで、ノウハウを貯めながら成果を出したい
- リード管理データが整備されていない
- MAなどのツールを導入したが、うまく活用できない



- PDCA体制が整っておらず、データを蓄積しても活用されない
- メルマガやコンテンツなどの施策の投資対効果が分からない
- 営業部門とマーケティング部門の活動が分断されている

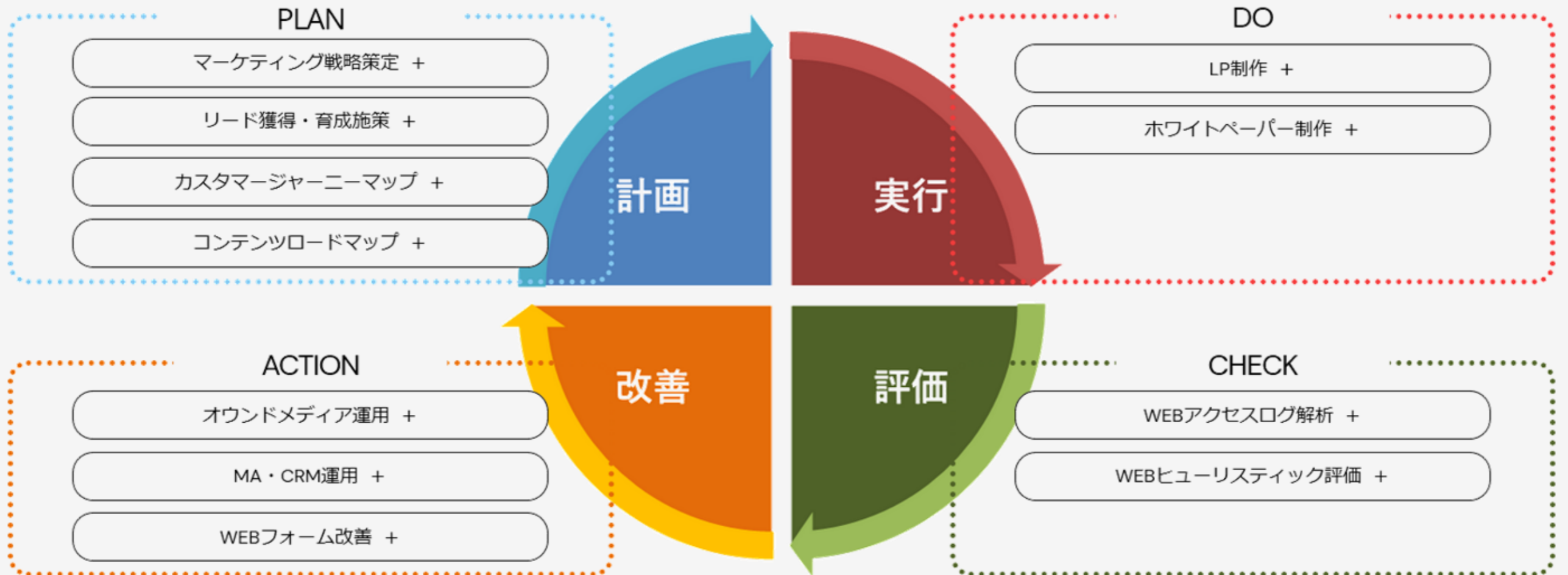
D4DR BtoBマーケティングのこだわり

- お客様の課題や運用体制、予算などのリソースを伺い、**1社1社に適した支援**を行います。
- お客様の**数年後（将来）**を見据え、**ノウハウを共有**します。
- まずは行動。テストマーケティングを低予算で早く重ね、**成果の兆しにいかに早く到達**するかを重視します。

戦略立案から施策実行・運用までトータルサポート

BtoBマーケティングは、戦略立案からリード獲得・育成などの施策、Webサイトの運用、ツールの支援など、行わなければならないことが大変多くあります。

D4DRの「Bマ→ケTS」は、お客様1社1社の課題やリソースに合わせ、サポートいたします。



PLAN



マーケティング戦略策定

ターゲット区分	ニーズ・課題	電先行
A 専門人材不足大企業 (現場主導型・新機軸事業)		
B 専門人材不足中小企業		
C サービス拡大傾向ベンチャー企業		
D スタートアップ企業 (インフラエンジニア)		
合計		

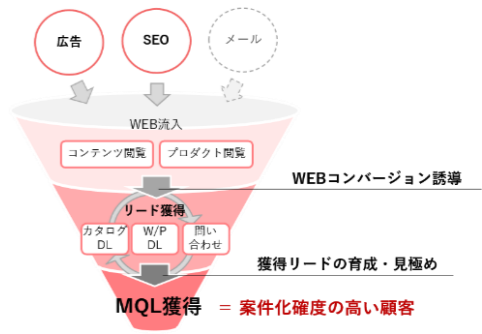
	ターゲット数	D4DR補正
B	509,254	509,254
C	105,302	113,153
D	52,918	39,867
合計	667,475	662,273

ターゲット区分	電先行
B: 顕在層	149,632
B: 潜在層	359,621

- 自社調査や顧客調査、競合企業調査などのリサーチを行い、3CやSWOTの視点で現状を分析。
- ターゲット顧客を定め、獲得する方針を策定します。

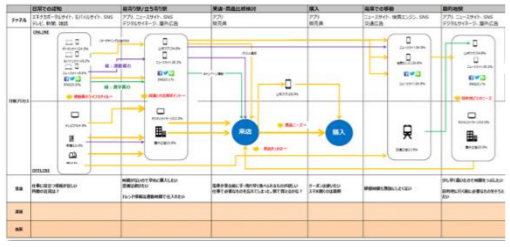
リード獲得・育成施策

- リード獲得施策
 - コンテンツマーケティング、セミナー集客など案件獲得に向けた施策を洗い出し、貴社の課題やリソースと照らし合わせ施策の優先度を策定し、実行に向けたアドバイスをします。
- リード育成施策
 - メールマーケティングや顧客管理など、リード育成や既存顧客の掘り起こしを目的とした施策を洗い出し、優先度の高い施策のプランニングや実行に向けたアドバイスをいたします。



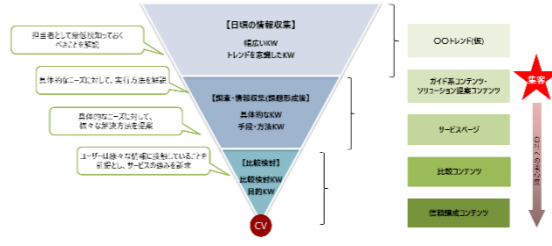
(※施策によっては、D4DRが実行までお引き受けすることも可能です)

カスタマージャーニーマップ



- カスタマージャーニーマップを作成し、プロダクト・アウトではなく、顧客視点でマーケティング施策を立案します。
- ブランドの認知からリード獲得、育成、案件化に至るプロセスの中で、顧客の行動や心理を踏まえて、「どのようなタイミング」で、「どのチャンネル」を活用し、「どのような体験」を提供していくか、などのあるべき姿を設計します。

コンテンツロードマップ



- D4DRのコンテンツロードマップでは、流入させたいキーワードを軸に、検索ボリュームや競争性などを調査したうえで、どのようなコンテンツを作成していけばよいかを体系立てて企画立案します。
- これからコンテンツマーケティングを始める方、作成したコンテンツに物足りなさを感じている方をサポートします。

DO

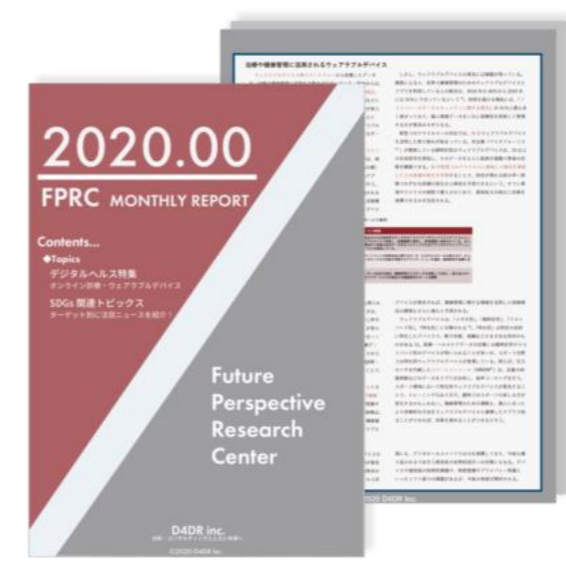


LP（ランディングページ）制作



- リスティング広告やディスプレイ広告を運用しているが、なかなかリードが増えないという課題をお持ちの方におすすめです。
- LPにおいて重要なのは、情報の網羅性ではなく、情報の強弱です。
- お客様の関心を持っていること、差別化できることを明らかにし、提示すべき情報構造の企画立案、ワイヤフレーム作成、コーディングまで、貴社Webサイトの制作・運用体制に合わせて柔軟に支援します。

ホワイトペーパー制作



- リード獲得するために、どのような内容のホワイトペーパーを制作すべきか、リード育成するためにどのような気づきを与える情報がよいか。
- ホワイトペーパーは目的に応じてコンテンツやクリエイティブの使い分けが必要です。
- マーケティングの目的に合わせて、ホワイトペーパーの企画・制作を支援します。

CHECK



WEBアクセスログ解析



- WEBサイトへの集客（訪問数）増加とコンバージョン数（率）の改善を目的として、訪問者の属性や行動を分析し、WEBサイトの構造やページの改善、強化施策の方向性を見い出します。
- 主にGoogle Analyticsを使用し、チャネルや検索クエリなどの流入経路、閲覧ページや離脱ポイントなどの行動トリガーやボトルネックを明らかにします。

WEBヒューリスティック評価

	全体総括	TOP	ランディングページ(LP)
A社	<ul style="list-style-type: none"> Top LP、フォーム全てがしっかり作られておりCVRが高いことが想定される。 ページの役割がはっきりしているため、情報がわかりやすく、はっきりと記されているためわかりやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 網羅性が保たれている。ただ一様に情報を並べるのではなく、多くのユーザーが求めているであろう情報、ニーズが求めている情報など加減を考え、配置・デザインされている。 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーの心理を想定したストーリーが完全に作られている。 最も訴求したい点を大きく、詳細に取り上げ、その後の点は必要最低限の情報のみを記載している。 料金体系や問い合わせ期間などありにもかわらず、それらを綺麗にまとめ、わかりやすく促している。
B社	<ul style="list-style-type: none"> 「押し強い」サイトである。 近年、検索ツールが発達する中で、「押し強い」サイトに誘引の多いユーザーが多いことを考えると、今後苦守しそふである。 (たと「押し強い」リットを研むユーザーも当然一定数いる。) 	<ul style="list-style-type: none"> 情報は網羅的ではあるが、種類はあまりついていない。 様々なユーザーを想定しており、来訪者が自分言化できるような見出しや、情報である。 	<ul style="list-style-type: none"> 説明率がわかりにくい。「料金シミュレーター」にページの様々な箇所から到達できるように設計されており、利便のわかりにくさ等をおきになっている。 訴求したい点は明確である。
C社	<ul style="list-style-type: none"> 現状、Topページ以外のページがあまり機能していないこともあり、Topページの役割である「誘導性」とLPの役割である「強い訴求」の両方を満たそうとした結果、どっちつかずの中途半端なページとなってしまっている。 また、現状、訴求要素が訴求したい情報を羅列している状態になっており、ユーザーの心理を想定し、ユーザー視点でコンテンツを行っていく必要がある。 またTopページだけでなく、種々のページの役割と目的をはっきりと定義し、コンテンツの追加、修正を行っていく必要がある。 		

- D4DRのWeb専任コンサルタントが、いくつかの軸を定め、貴社のWEBサイト全体もしくは重要なページを評価します。
- 競合他社のサイトやベンチマークしたいサイトを同時に評価し、競合（ベンチマーク）サイトにおいて貴社サイトにない要素などを洗い出し、改善ポイントを特定かつ具体化していきます。

ACTION

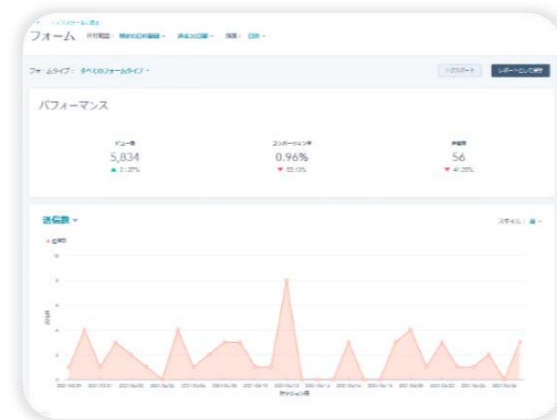


オウンドメディア運用



- サイトコンセプトの設計からコンテンツの企画、制作まで幅広く支援します。

MA・CRM運用



- MAやCRMなどのツールは導入しているけど、うまく活用できていない、という課題をお持ちの方におすすめです。
- 体制の構築や利用マニュアル作成、使うべき機能の選定など幅広く運用を支援します。

Webフォーム改善

- フォーム離脱率が85%を超えている場合、最も効率良くCV数（リード数）を増やす方法はフォーム離脱率の改善です。
- 他社の優れたフォームや問い合わせ導線を参考にしながら、貴社の予算感に適した改善方法をご提案します。

サービスメニュー例

D4DRのマーケティングノウハウや調査力、技術力を駆使し、「成果を出すため」のコンサルティング、実行支援、運用代行をいたします。
以下以外の個々の施策のご支援も承っておりますので、お気軽にお問い合わせください。

リード獲得支援



主にWEB集客施策を中心にご支援いたします。

WEBへの流入増加から、コンバージョンレート改善まで、一貫した施策の立案と施策実行支援を行います。

リード育成支援



主にツールやメールを活用したリード育成・顧客管理施策を中心にご支援いたします。

顧客視点に立った施策の立案から実行支援を行います。

テストマーケティングBPO



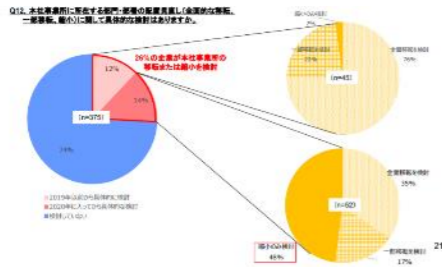
目的・目標をしっかりと定め、低コストかつスピーディに、施策実行、効果の見極め、予算の再配分を繰り返す高速PDCAサイクルを回し、効果的な施策にたどりつくサポートをいたします。

プロジェクト アウトプット例

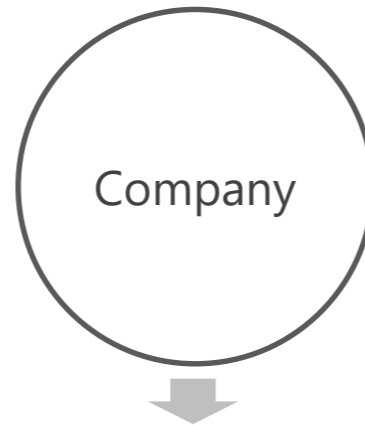
SWOT分析による解決すべき課題の見える化

Market

- オープンデータや公開されているアンケートデータをもとに今後の市場動向を把握する。

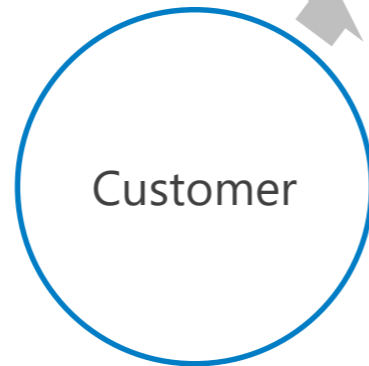


- 顧客にヒアリングを行い、選定理由や不採用理由、課題などを整理する。
- 貴社の顧客データを基に、企業規模・業種×案件化回数・LTVなどをクロス分析し、顧客構造の分析を行う。

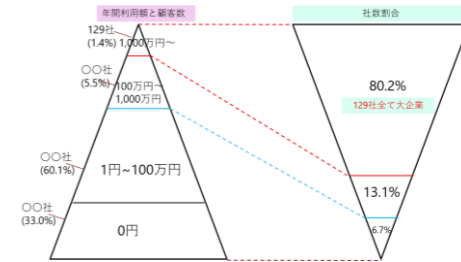


- 各営業チームのリーダーにヒアリングを行い、自社が考える強みや課題を整理する。
- CRMの入力記録や自社サイトへのアクセスログから既存顧客や潜在顧客を調査する。

SWOT分析



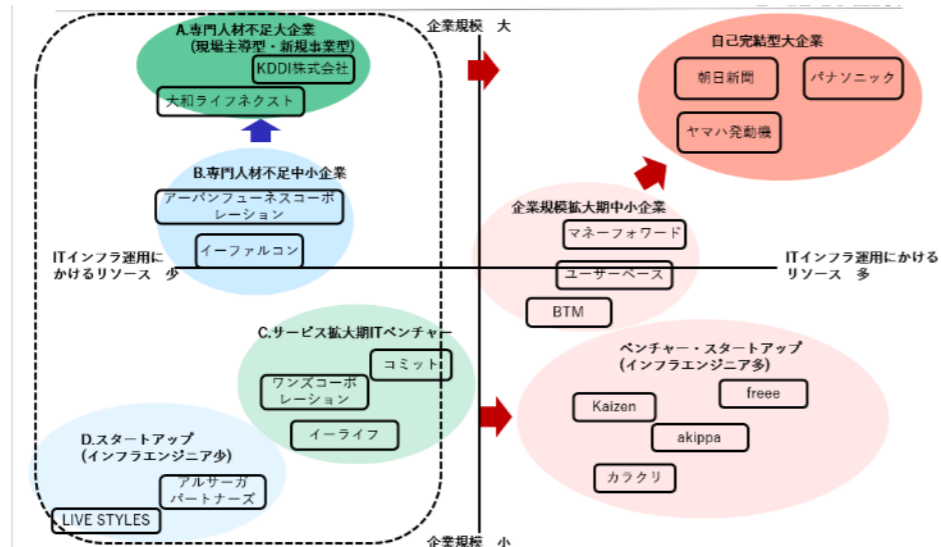
- 競合調査専任コンサルタントが、競合企業へヒアリングを行い、マーケティング戦略や差別化戦略、組織構造などを調査する。



プロジェクト アウトプット例

STP分析

- 競争企業動向、市場動向、顧客ニーズをもとに顧客をセグメントする。
- 自社の強みや市場性を勘案し、ターゲットを定め、ニーズや課題、チャネルなどのターゲット顧客仮説を策定する。



カスタマージャーニー設計

- 策定したターゲット(ペルソナ)の行動や心理、ニーズや課題を可視化し、「どのようなタイミング」で「どのチャネル」を活用し、顧客接点を持つかなど、あるべき姿を検討する。
- さらに、現状の施策とあるべき姿のギャップを把握し、あるべき姿に到達するための施策を検討する。



プロジェクト アウトプット例

テストマーケティングBPO

1. 目標、KPI指標の設定
2. 施策を**低コストで実現**するための方法検討
3. 結果の確認、指標レポートの作成と改善の方向性提案

□ テストマーケティング パターン (例)

→ 目的：WEBサイトのCVR向上 施策：サービスLP制作とオンライン面談システムの導入

1サイクル：1.5ヶ月程度

1.KPI指標の設定

- ・面談日程調整ページ推移率：10%
- ・CVR：1.5%
- (現状のCVR：0.3%)

2.方法検討

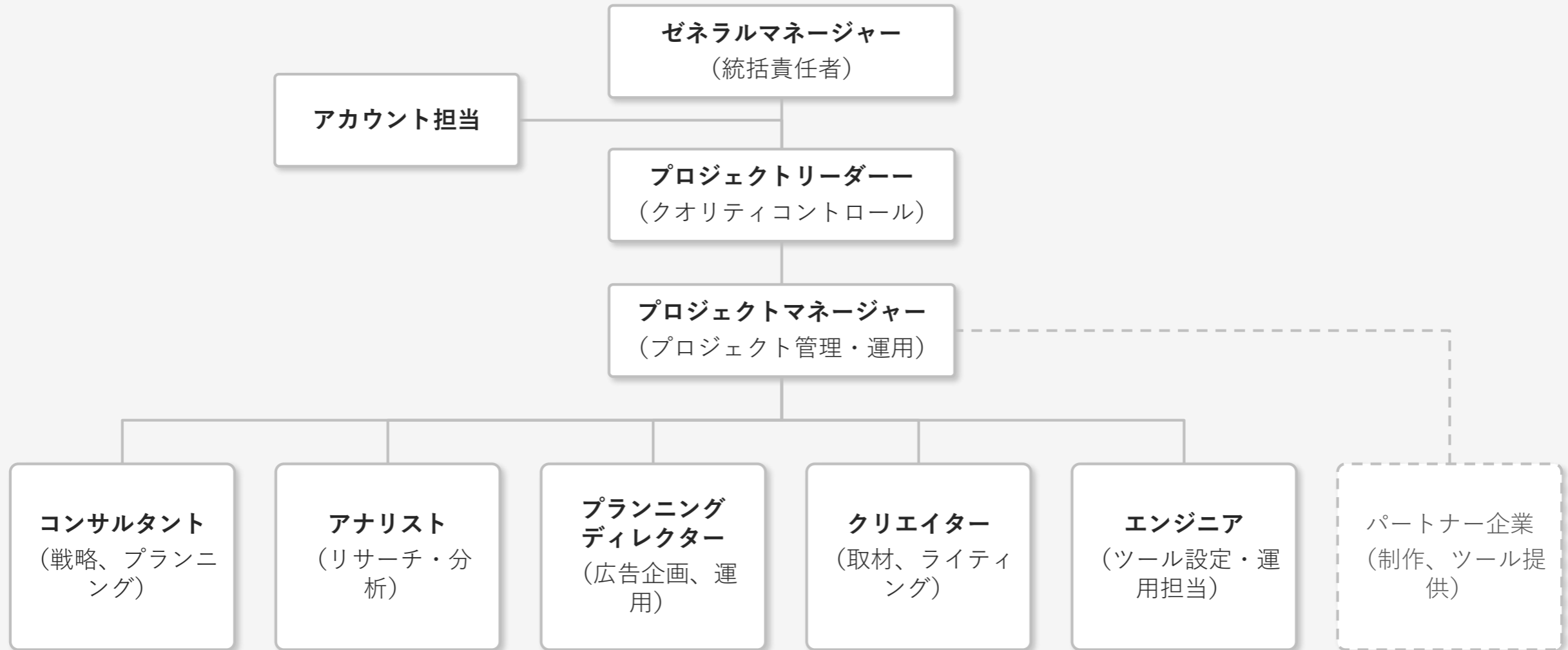
1. ノーコード(Webflow)でLP制作
 2. ノーコード(Adalo)で面談予約機能を作成
 3. 営業は面談対応可能時間を毎朝更新
 4. IPaaS(Zapier)でslackに予約の通知設定
- トータルコスト=約2,000円/月

実行・
運用

3.結果の確認と改善

- 結果の確認
 - ・ LPの離脱率、遷移先ページを確認
 - ・ 面談予約ページの離脱率を確認
 - ・ 面談予約件数(CV数)の確認
 - ・ CVRの確認
 - ・ 運用上の課題点を確認
- 改善の方向性
 - ・ LPの訴求ポイント

専門スタッフによる充実した体制で御社をサポート



プロジェクトまでの流れ

STEP 01



オンライン面談

お客様の現状や課題についてWeb会議システムや電話でお伺いします。弊社のサービスについても紹介させていただきます。

ご予約の受付は[オンライン無料面談予約システム](#)から24時間受け付けています。

※ご希望に応じて、対面でのお打ち合わせも可能です。

STEP 02



ご提案・お見積り

お伺いしたお話しをもとに、最適なプランをご提案いたします。プランは短期的な成果を重視するものから、中長期に成果を求める戦略的なものまで幅広く対応しています。いずれの場合も、プロジェクトのゴール、進め方をお客様にご確認頂きます。

お見積りについては、予算感に合わせてご提示することも可能です。

STEP 03



ご契約

ご依頼頂く内容が決定しましたら、お申し込み手続きを進めて参ります。ご契約書をご用意しますので、内容をご確認頂き、契約書を締結致します。

STEP 04



プロジェクト開始

プロジェクト進行は、プロジェクトマネージャーを中心に専門のスタッフがメンバーとして入る一つのチームを形成して実施します。

頻繁にコミュニケーションが必要になりますので、お客様側のご担当者と定期的な打ち合わせやチャット、メールを通じてご連絡させていただきます。

無料・低予算でもマーケができる！！

様々な施策を体感できるサイト：「Bマ→ケTS」 (*順次、コンテンツ拡充中)

みなさんの「知りたい」を解決！

低予算で、クイックに成果を出すにはどうしたらいいのだろう？

BtoB向けのWEBサイトに必要なコンテンツって何だろう？

流行りのノーコード開発って、なにができるのかな？

ABテストを実施したいけど、何から始めればいいのか？

施策の効果って、どのくらい期待できるかな？




<https://mktg.d4dr.jp/>

💡 ツール等の使い方・作り方、実際の動きを紹介

- › ネット広告 
- › ABテスト
- › SEOコンテンツ 
- › Web接客
 - › チャットBot 
 - › WebPOPアップ 
- › WEB予約システム 
- › CMS
- › フォーム最適化
- › マーケティングオートメーション 

💡 施策の成果も公開します

- › アクセスログ解析レポート 
- › 広告レポート

会社紹介

ディー・フォー・ディー・アール株式会社

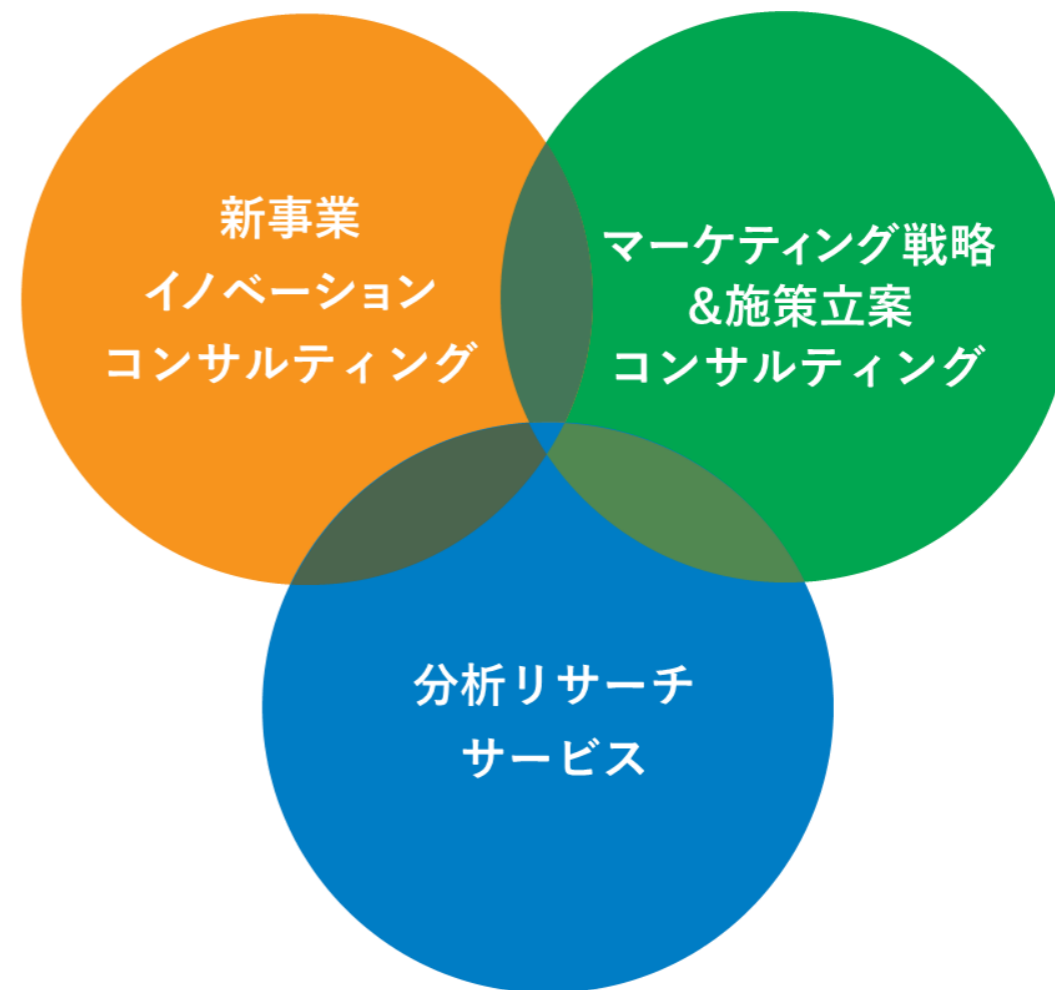
D4DR inc.

ディー・フォー・ディー・アール株式会社

D4DR = ドーパミンD4受容体タンパク質 (好奇心を司る遺伝子)



設立	2002年4月17日
資本金	2,000万円
役員構成	代表取締役 社長 藤元健太郎 代表取締役 副社長 斉藤隆史
所在地	本社：東京都港区三田1-6-7 WATANABEビル2F 札幌リサーチセンター：北海道札幌市中央区北2条西2-32
主な業務内容	ITを活用したビジネス分野における戦略・マーケティングコンサルテーション Webサイト、SNS、ECサイトの分析・評価、プロデュース 市場および消費者を対象とするリサーチ事業 企業の知識創発支援、社内の知識創発システムの導入支援 IT分野におけるコンソーシアム、各種委員会のプロデュース、事務局支援



D4DR コンサルティングサービスの特長

1. 柔軟かつクイックな伴走型サポート

幅広い業務に精通するコンサルタントを中心とした少数精鋭のチーム体制で、企業の課題やリソース・体制に合わせて、お客様に寄り添うパートナーとして、柔軟かつタイムリーな支援をいたします

2. 幅広い企業ネットワーク

大企業～ベンチャー・スタートアップ企業、官公庁まで、幅広い業界の企業・団体や有識者とのコネクションを持ち、先進的な取り組みあるいは成功事例などの情報提供や協業マッチングを実現します

3. 豊富なコンサルティング実績

創業以来20年間、多くの企業・団体のデジタルマーケティング・デジタルトランスフォーメーションの支援を通じて培ってきたコンサルティング手法を用いて、お客様の目標達成を支援いたします

取り組み実績（一例）

○ マーケティングコンサルティング / 実行支援

- プロバイダ企業サービスサイトのアセスメント、戦略立案、サイト改善プランの立案
- ソフトウェア企業のカスタマージャーニー設計
- ホームサービス企業のWEBサイト改善企画立案
- IT企業のBtoBデジタルマーケティング戦略立案
- IT企業のWEBコンテンツ制作支援
- 商業施設の顧客デジタル戦略立案

- 大手小売り業のネットとリアル店舗融合のEC戦略の再構築
- ソーシャルメディア戦略立案，効果指標策定，ポリシー策定（大手アパレル会社）
- 携帯における行動情報連動サービスの実証実験の企画と調査分析（大手通信会社）
- EC参入戦略立案と事業計画策定，実行支援（環境サービス企業）
- インターネット活用戦略立案と目標設定，Web開発，運用支援（大手ガス会社）
- ネットサービスのマス&ネット&交通広告連動プロモーション戦略&戦術立案（通信会社系ネットサービス）
- 酒類メーカーのプライベートDMP検討支援

○ 事業戦略コンサルティング

- e空間（デジタルサイネージ，微弱ワンセグ，可視光通信等）を活用したサイバーとリアル連携による実証実験支援（経済産業省など）
- 今後の広告業界のシナリオ策定と戦略立案（大手広告代理店）
- 家電ネットワーク化による新しい事業モデル立案支援（大手電機メーカー）
- 次世代照明基盤プラットフォームの調査研究（経済産業省）
- 動画共有サービスの事業化可能性についての調査研究コンサルテーション（大手通信会社）
- バイラルCMの現状分析と展開実験プロデュースと評価分析（大手ポータル）
- Web2.0における社会システムソリューション分野の事業機会調査（大手電機メーカー）
- MRO事業参入におけるマーケティング戦略立案とWeb機能設計支援（中堅メーカー）
- Webサイトインターフェイス改善リニューアル支援（大手証券会社）
- 大手通信事業社オープンイノベーションコンソーシアムのプロデュース，総合コーディネート

○ その他コンサルティング

- IT時代における付加価値型オフィスの戦略立案（不動産会社）
- ナレッジマネジメントと知識創発コミュニティの導入支援コンサルテーション（大手SI会社）
- 知識創発型の業務改革ワークショップ運営（大手通信事業者）
- 社内勉強会（多数）
- コンペ企画立案支援（広告代理店，SI会社等多数）

○ データサイエンス

- ブログ，Twitterの分析サービス（化粧品，家電，自動車，携帯電話，日用品，エネルギー，鉄道等）
- コールセンターデータのテキストマイニング分析と問題発見システム構築支援（大手ソフト会社）
- メルマガ配信における行動情報分析による最適化プロジェクト（大手通販会社）
- 関心空間を利用した口コミ分析調査（大手広告代理店）
- ログ分析による定点観測と4半期の提言（大手ガス会社）
- Webサイト／モバイルサイトの評価（アパレルメーカー，ガス会社，航空会社，不動産会等）

D4DR inc.



Dream for Digital Revolution

▽問い合わせ先

E-mail: inf@d4dr.jp

URL: www.d4dr.jp

Twitter: [@d4dr_jp](https://twitter.com/d4dr_jp)

TEL 03-3457-8646