



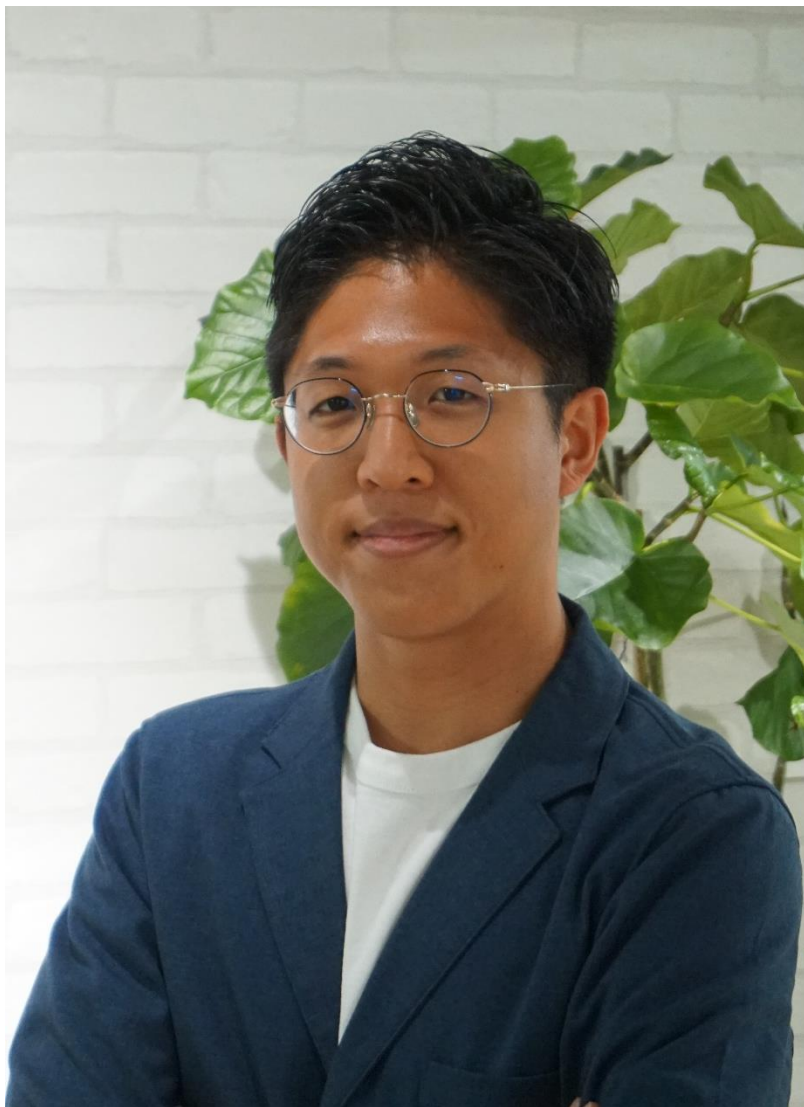
運用
ノウハウ

コンテンツ
作り

オウンドメディア 入門編！



2021.11.16 12:00-13:00 C/N/C × マンガマーケティングの
SHINFIELD



株式会社CINC

アナリティクス事業本部 営業部

マネージャー

高橋幸大

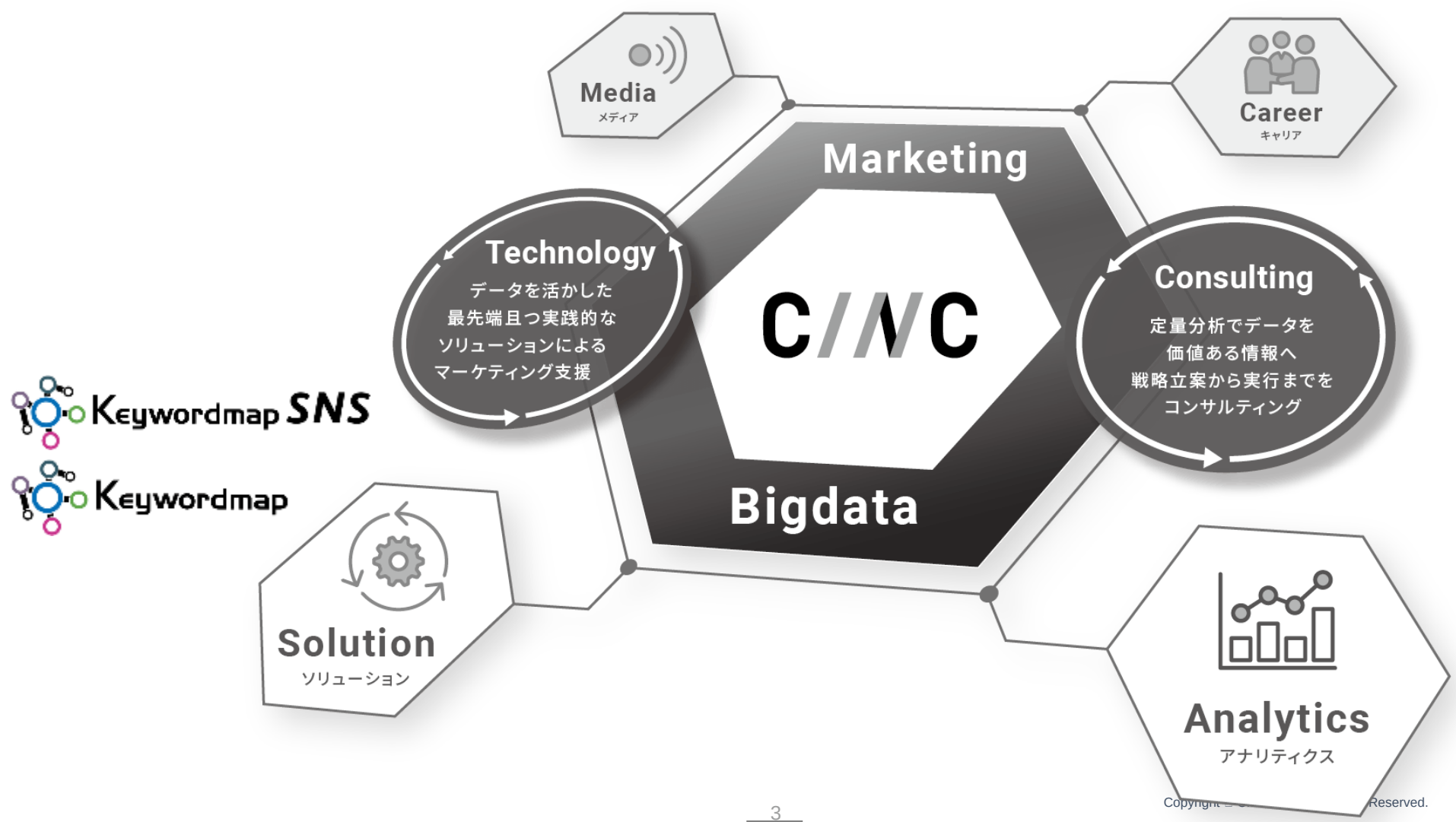
2015年からフリーペーパー会社で企画営業を行い、2019年3月にCINCへジョイン。

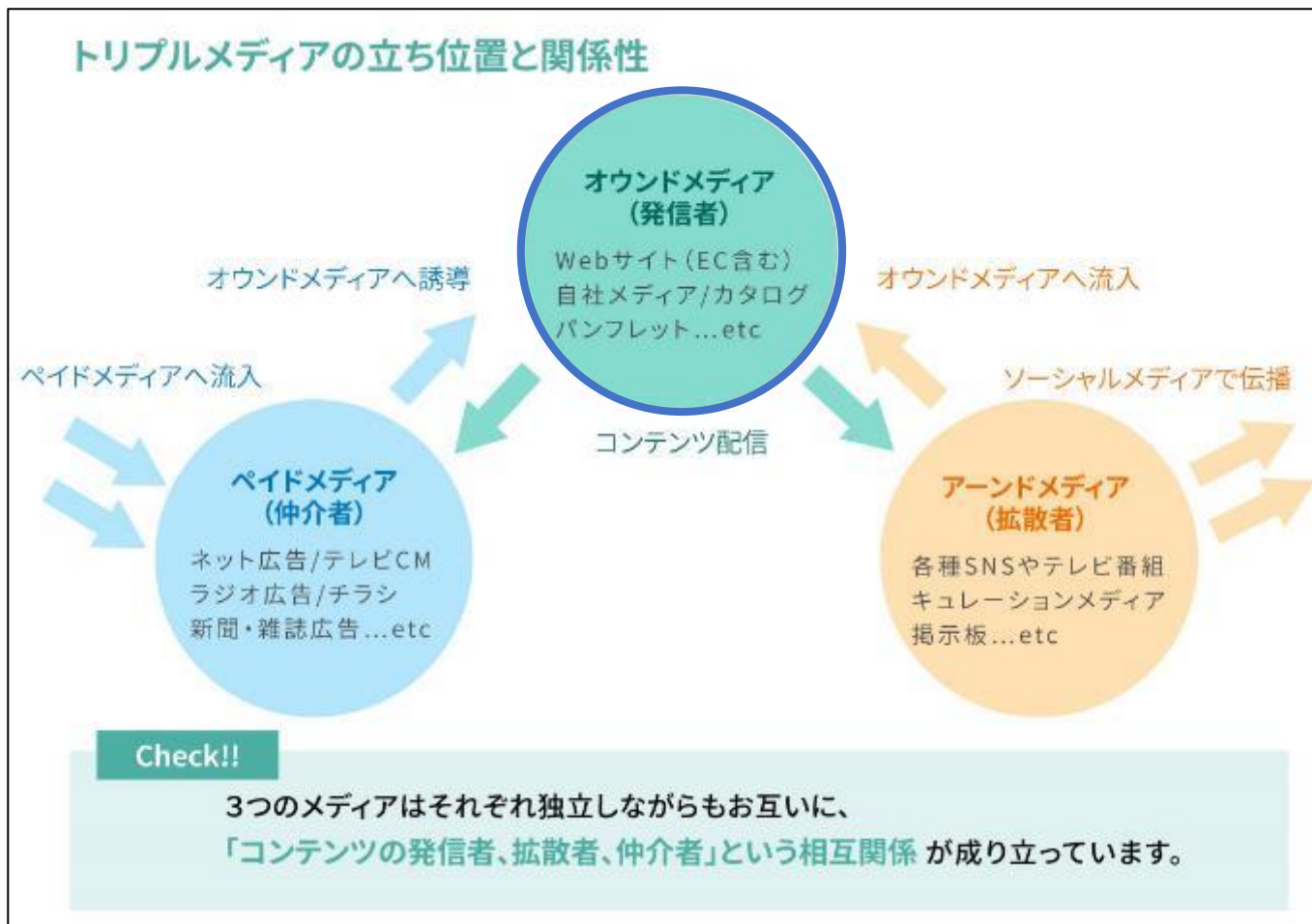
これまで前例のなかった新規営業のセールス・既存顧客のコンサルタントという二刀流を実現し、その年の新人賞を獲得。

2020年8月からはセールスチームのマネジメントに携わり、Qの売上ギネスを仲間と創る。2021年5月にはチームメンバーとともに、MVP、新人賞、サポーター賞という3冠を獲得。



ビッグデータを基盤にしたWebマーケティング支援会社





引用： <https://innova-jp.com/owned-media-meaning/>

→今回は検索経由流入を狙った自社運営サイトを指す

よし、オウンドメディア運用で
リード（問い合わせ）増やせそうだ。
やってみよう。やり方変えてみよう。

サイト構築

コンテンツ作成

メディア運用

メディア運用を
始める前に

コンテンツ
作成の基本

KPIとすべき
分析指標

制作パートナーの
選び方

問い合わせを
増やすポイント

カロリーの低い
コンテンツ改善

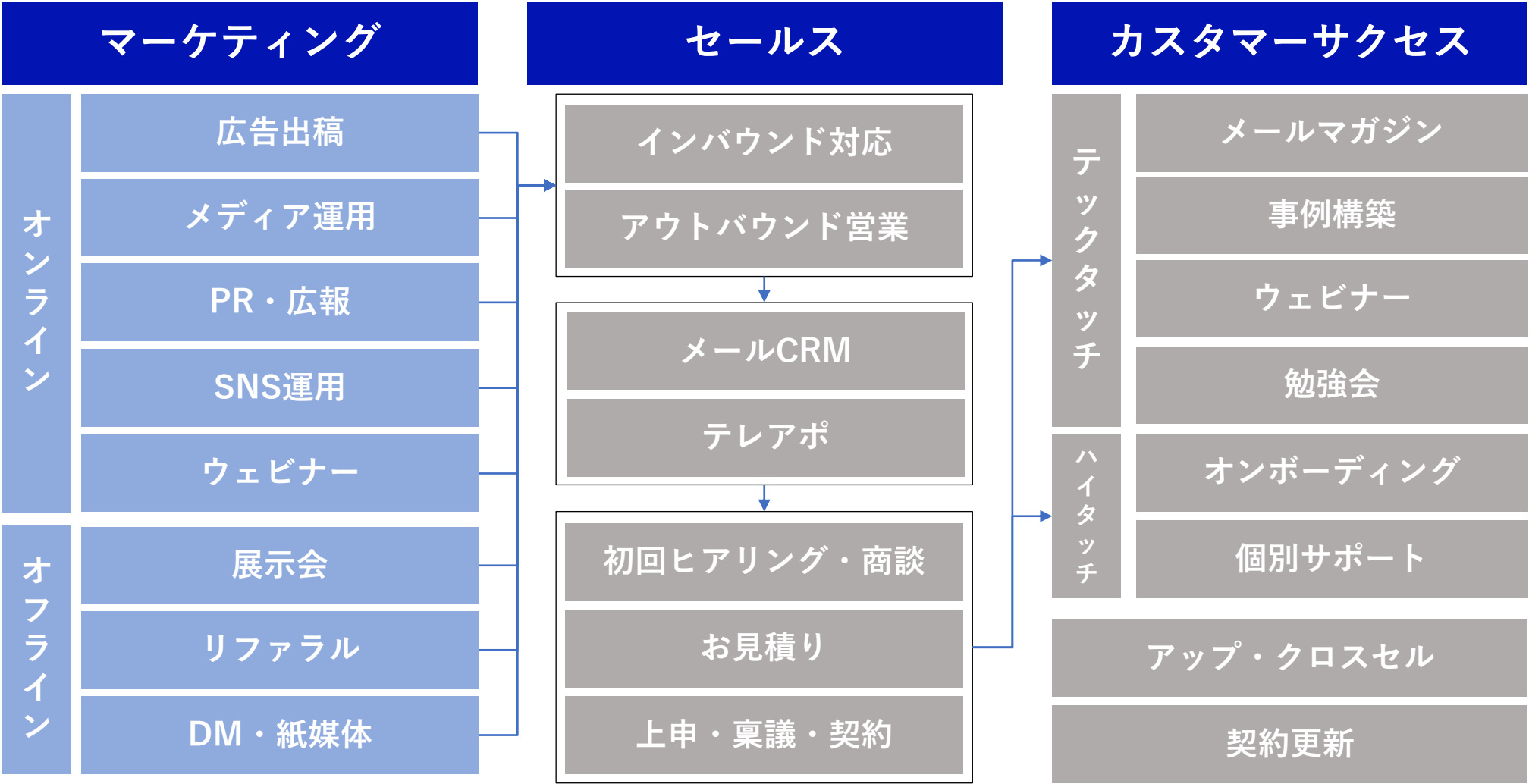
ROI算出に
必要な費用感覚

成果最大化の
運用体制

持続運用において
重要なこと



リード獲得からスタートする営業活動





- 名刺獲得、ブース提案
- スプレッドシート管理
- 荷電とメールアプローチ
- 限定的な接点





検索	60.6 %		
専門サイト	13.2 %	紙媒体	4.8 %
店舗・営業マン・セミナー	5.8 %	SNS	7.8 %
家族・友人・知人	7.8 %		

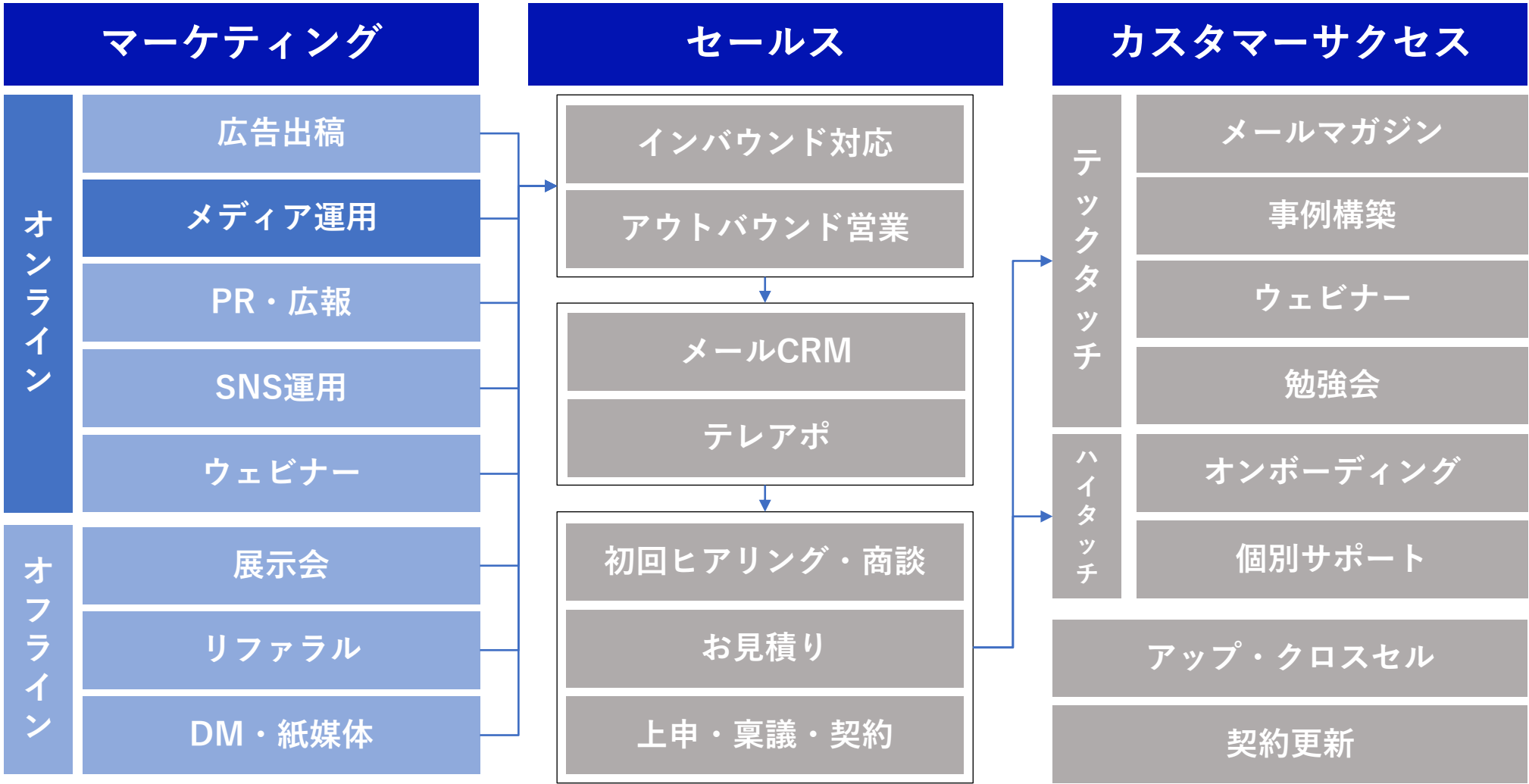


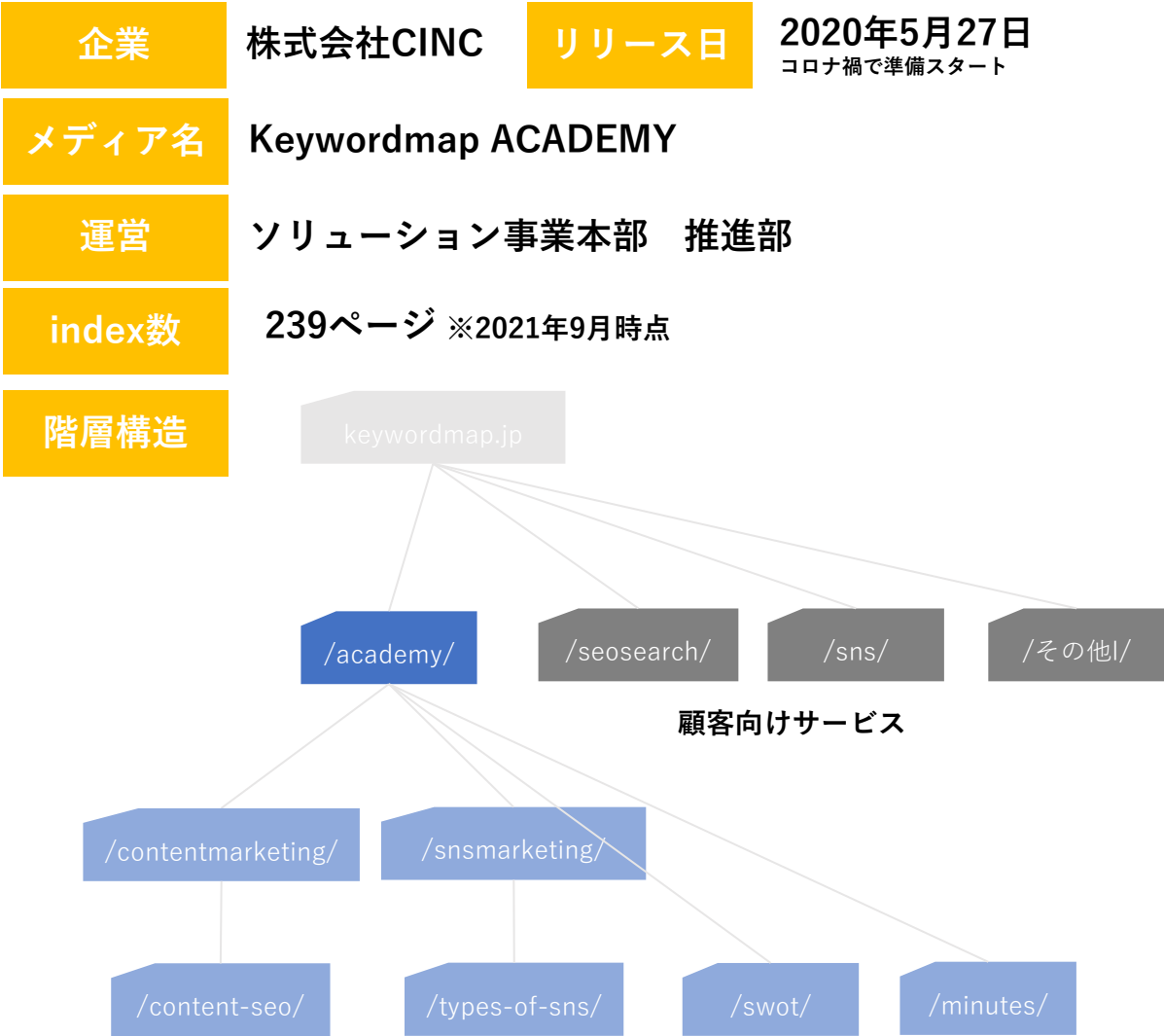
Source) 買い物における情報収集手段の利用時間シェア N=1000
博報堂・Paasons Advisory 調査

引用： <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ja-jp/marketing-strategies/data-and-measurement/butterflycircuit1/>

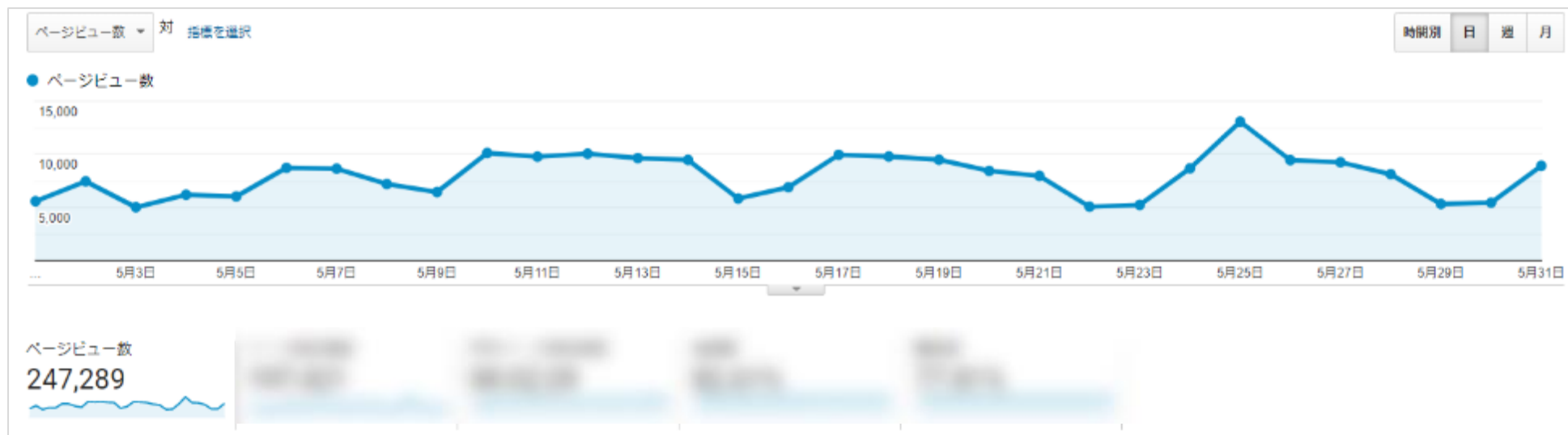


オウンドメディア運用によるリード獲得を重視

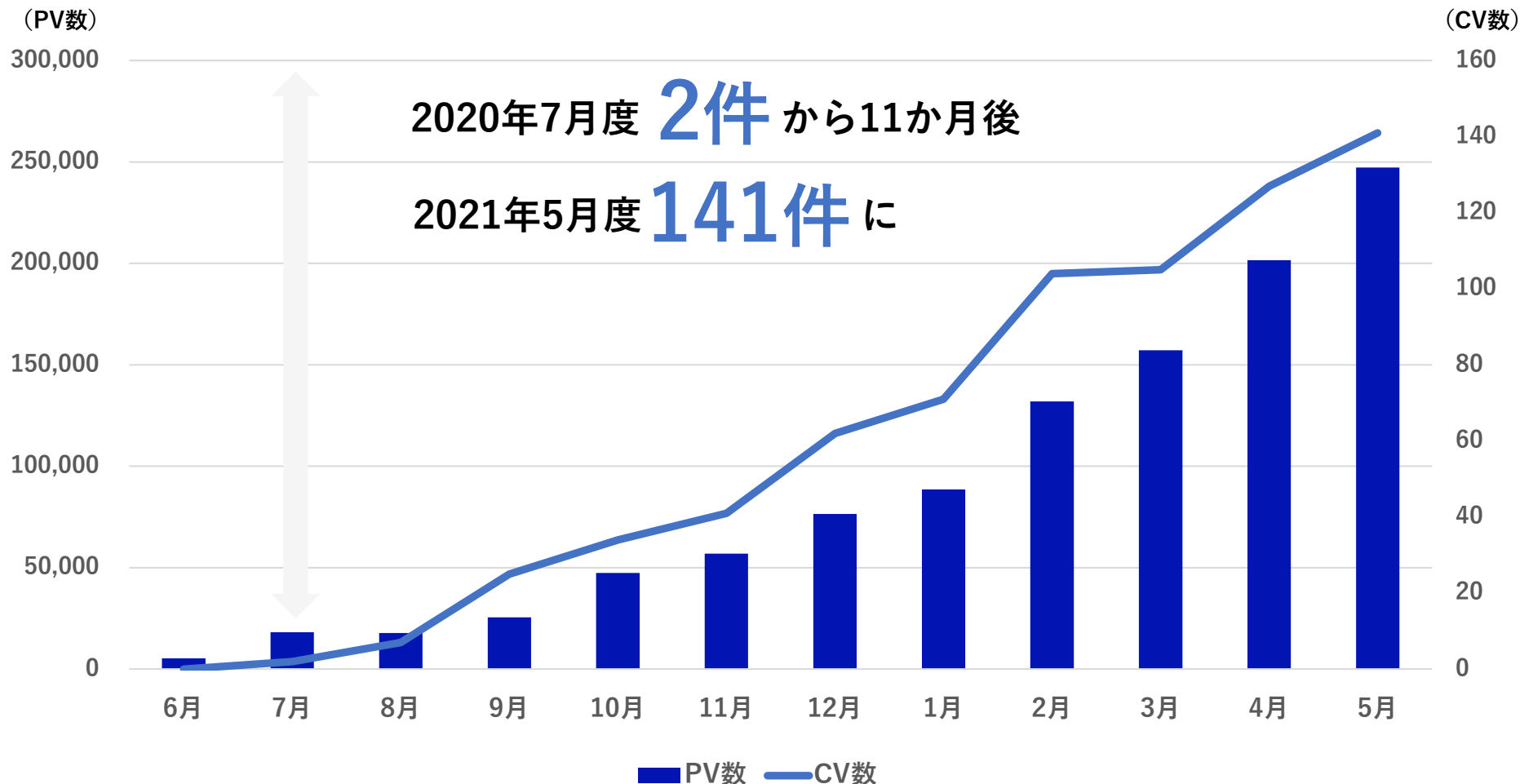




2021年5月末時点で**24.7万PV/月**達成



PVの伸びに合わせてCV（お問い合わせ）数も増加
ターゲットの求めるコンテンツによる集客によって問い合わせに繋げる



サイト構築

コンテンツ作成

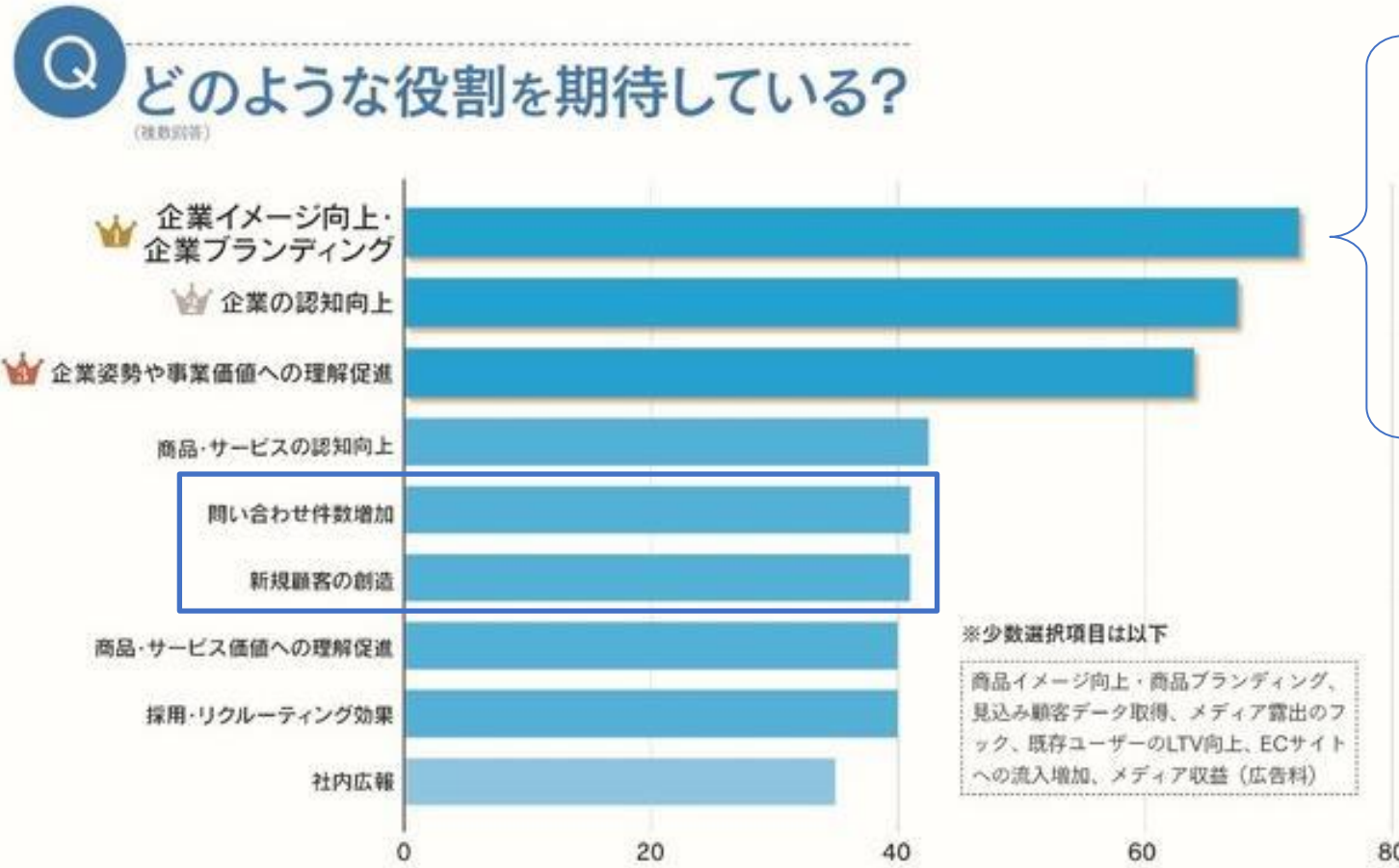
メディア運用

メディア運用を始める前に

4つの考えておくべきこと

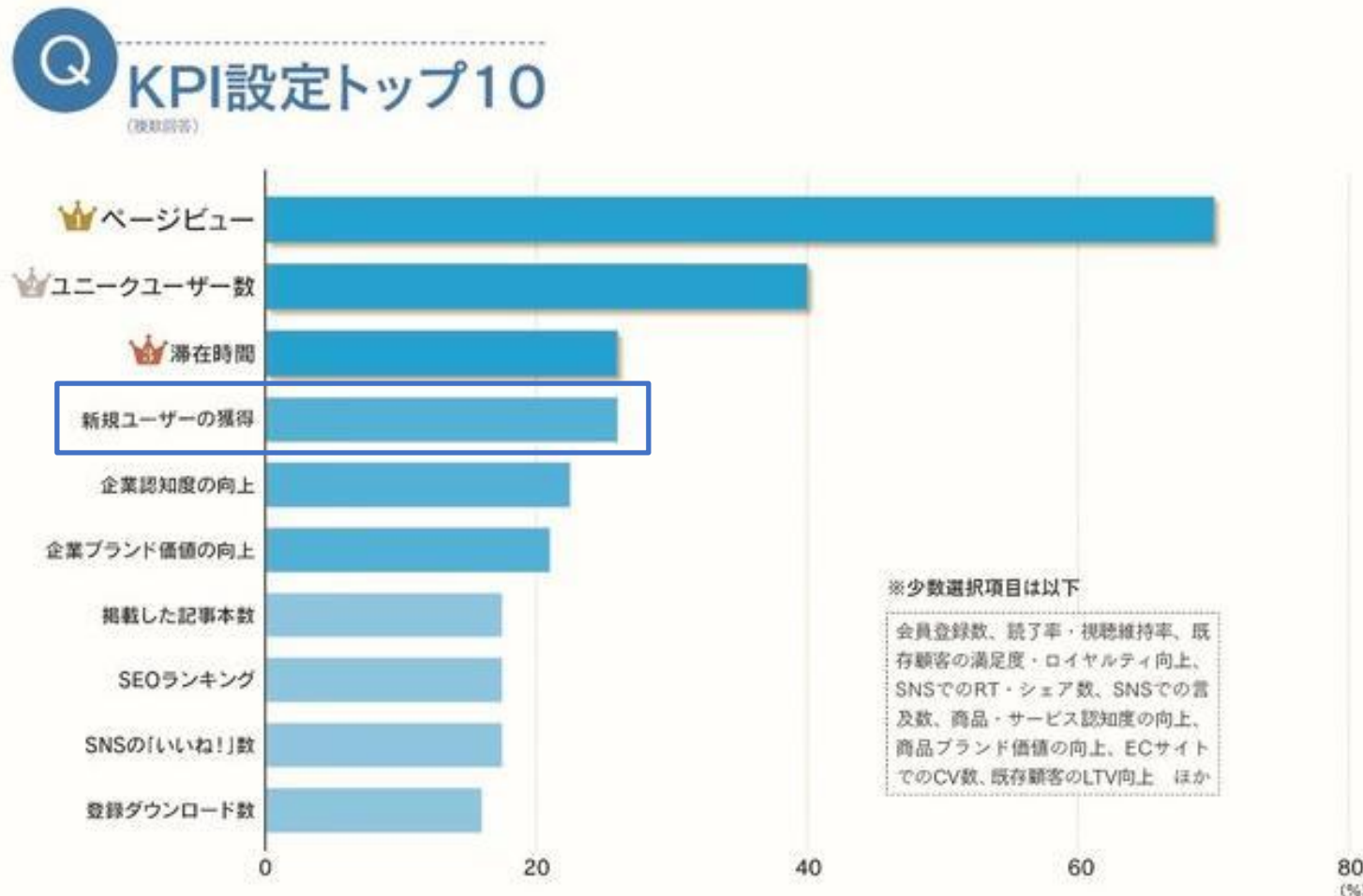
1. 運用目的の定義
2. ターゲットと役割
3. 体制/リソースの確保
4. メディア導線の設計

オウンドメディアにどんな役割を期待していますか？（複数回答）



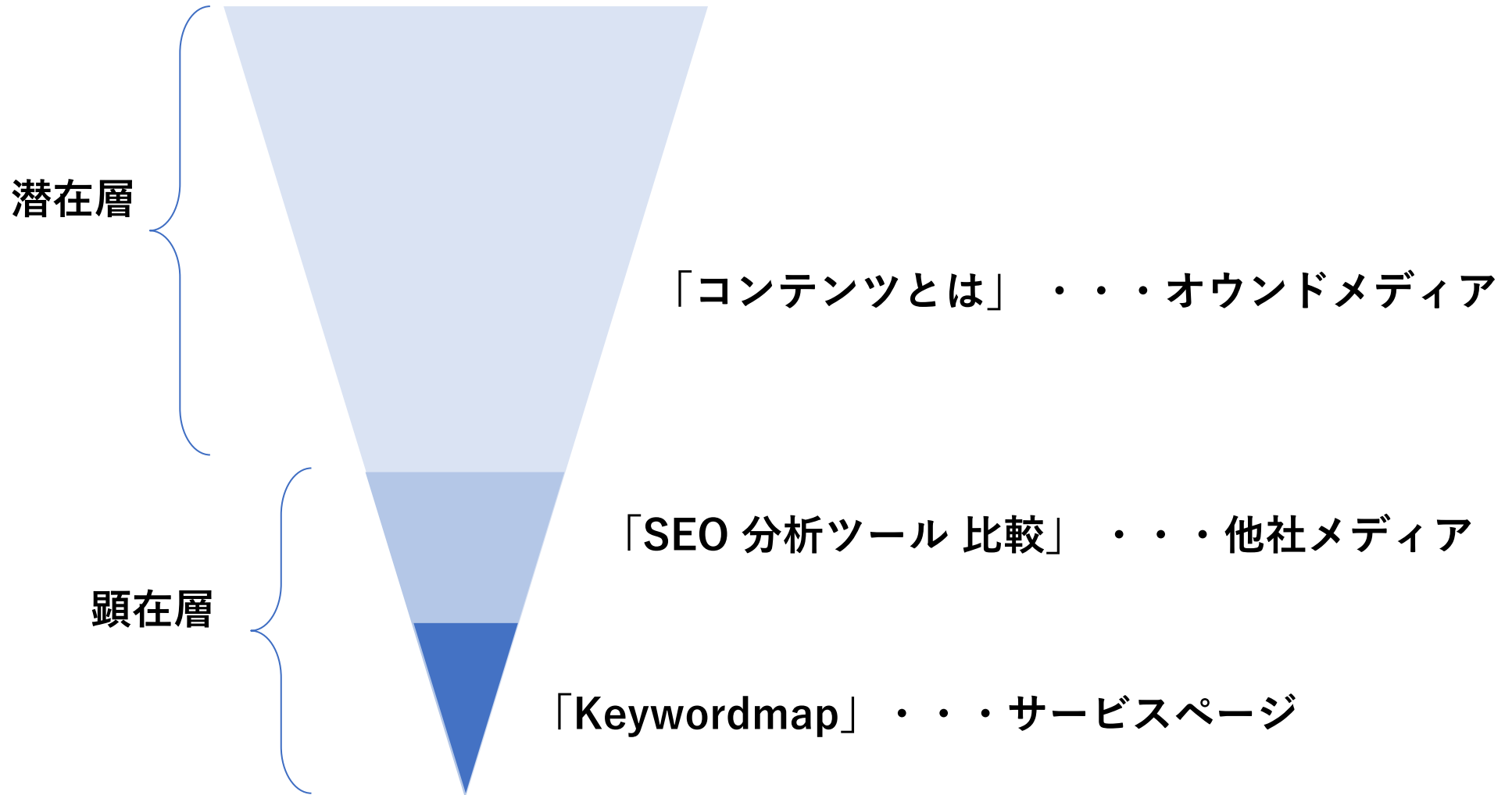
指名検索増加
競合差別化
価格競争の回避
採用内定率

KPIとして何を設定していますか？（複数回答）



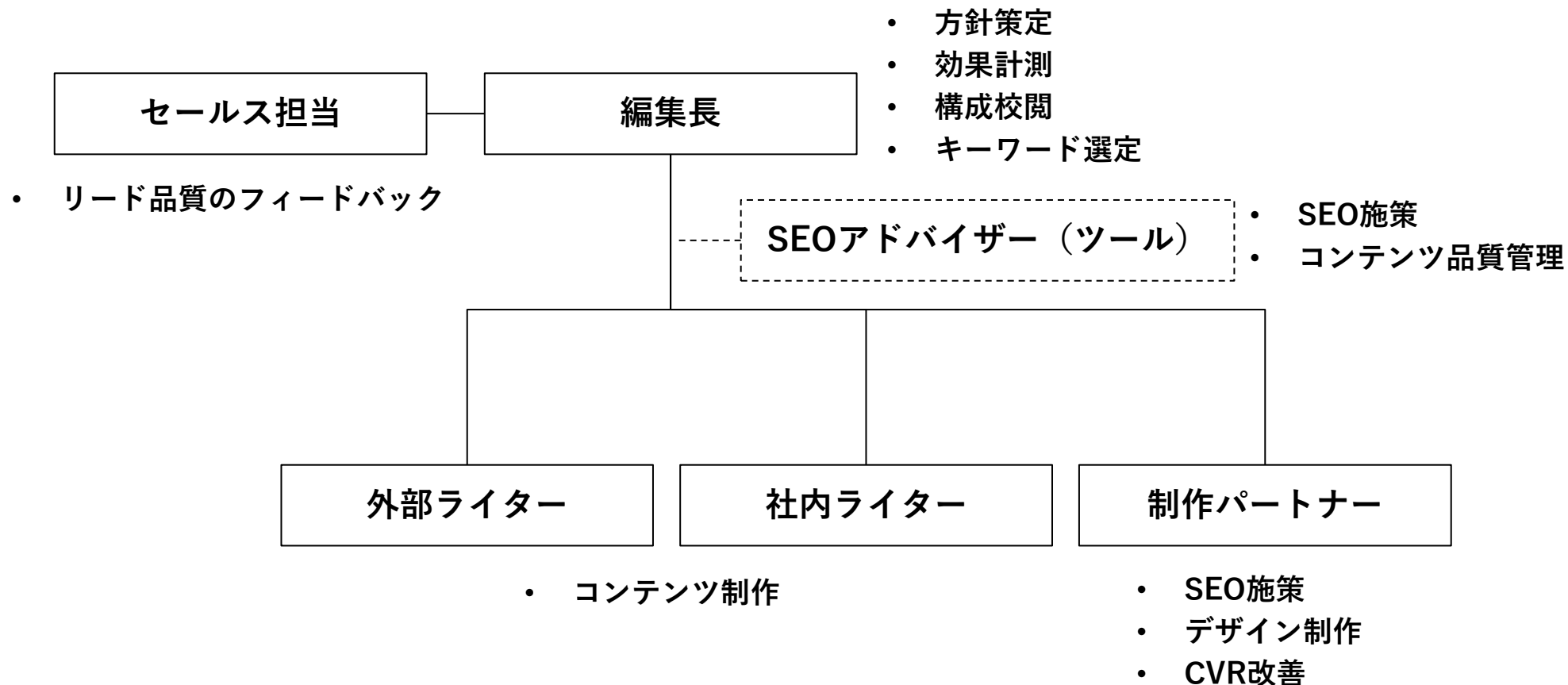
引用：測定に関しては、「ページビュー」をKPIとする回答が最も多く、今回調査したうち、月間平均PV数は、半数が5万PV以下という結果でした。

引用：2021年6月1日PR times <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000328.000002888.html>





兼業でも可、責任所在は明確に



//

Confidential

【１】ユーザーニーズの予測



【2】顧客接点構築と負の解消



【3】プロダクト提案



導入企業様

スタートアップから大企業まで、幅広く利用頂いております。

https://*****/content/



https://*****/media/



サービスページ・企業ページ配下のディレクトリ
→サイトの評価を引き継いだ状態でスタート

※但しメディアの**専門性**、**権威性**、**信頼性**が一致する場合

サイト構築

コンテンツ作成

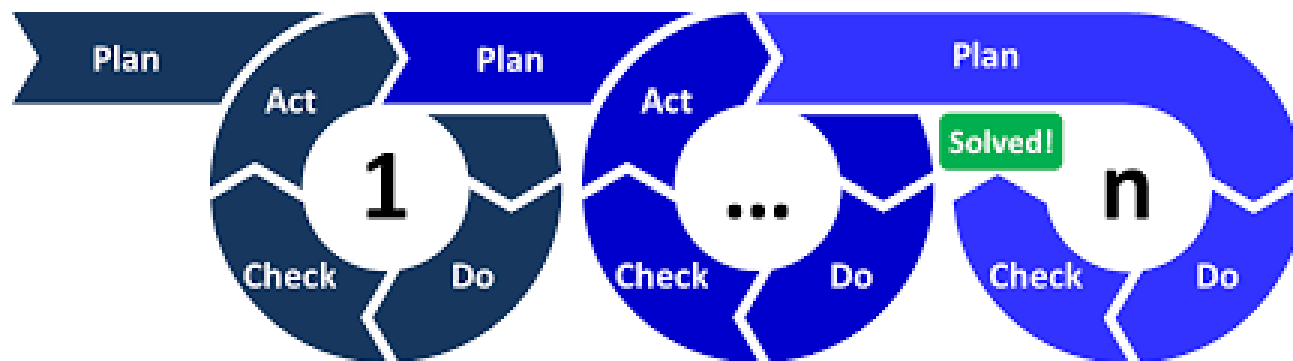
メディア運用

制作パートナーの選び方

3つのポイント

1. パートナーとして
2. 見積もり
3. SEO視点
 - 検索に強い
 - UIUX

時間を掛けて成果に寄り添うパートナーとして関係構築



CVR改善・EFO・デザイン制作・メールCRM・リニューアル等

SEOとCMS構築の要件を確認する

御見積書

株式会社ユーティル 御中

企業サイトリニューアルに伴い、
下記の見積もりを提出いたします。

金額(税別): ¥1,438,800

見積書発行: 2017年02月03日

住所: 神奈川県横浜市

法人: 株式会社ユーティル

代表取締役: 佐藤 健

TEL: 045-555-1234

Eメール: info@util.co.jp

FAX: 045-555-1235

品名	数量	単価	金額
① 基本構築(制作費含む)	1点	¥130,000	¥130,000
② 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
③ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
④ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑤ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑥ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑦ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑧ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑨ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑩ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑪ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑫ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑬ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑭ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑮ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑯ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑰ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑱ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑲ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
⑳ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉑ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉒ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉓ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉔ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉕ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉖ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉗ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉘ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉙ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉚ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉛ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉜ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉝ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉞ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㉟ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊱ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊲ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊳ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊴ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊵ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊶ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊷ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊸ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊹ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊺ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊻ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊼ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊽ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊾ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000
㊿ 制作費	1点	¥130,000	¥130,000

SEO

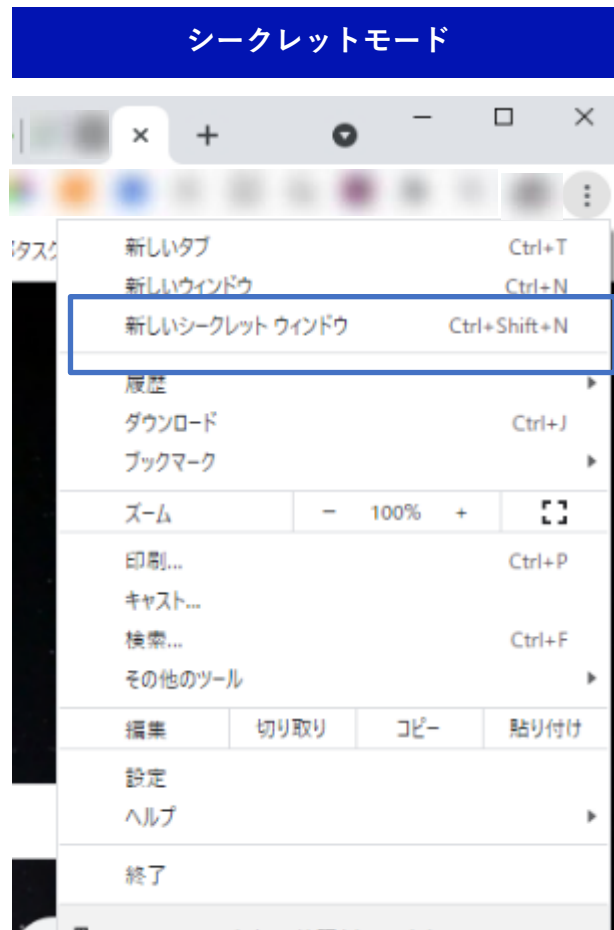
- メディアのテーマ(専門性)における議論
- 基礎SEOへの対応を網羅しているか

CMS構築

- Webサイトやコンテンツを構築・管理・更新できるシステム
- Wordpress
- オープンソース・セキュリティ・バージョンアップ対応

検索上位企業から探す

例：「Webメディア 制作ホームページ」 「制作会社 SEO」 策



検索連動広告

記事コンテンツ

会社サービスページ

モバイル検索（スマートフォン）への十分な対応



【モバイルフレンドリーテスト】

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>



【PageSpeed Insights】

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>



サイト構築

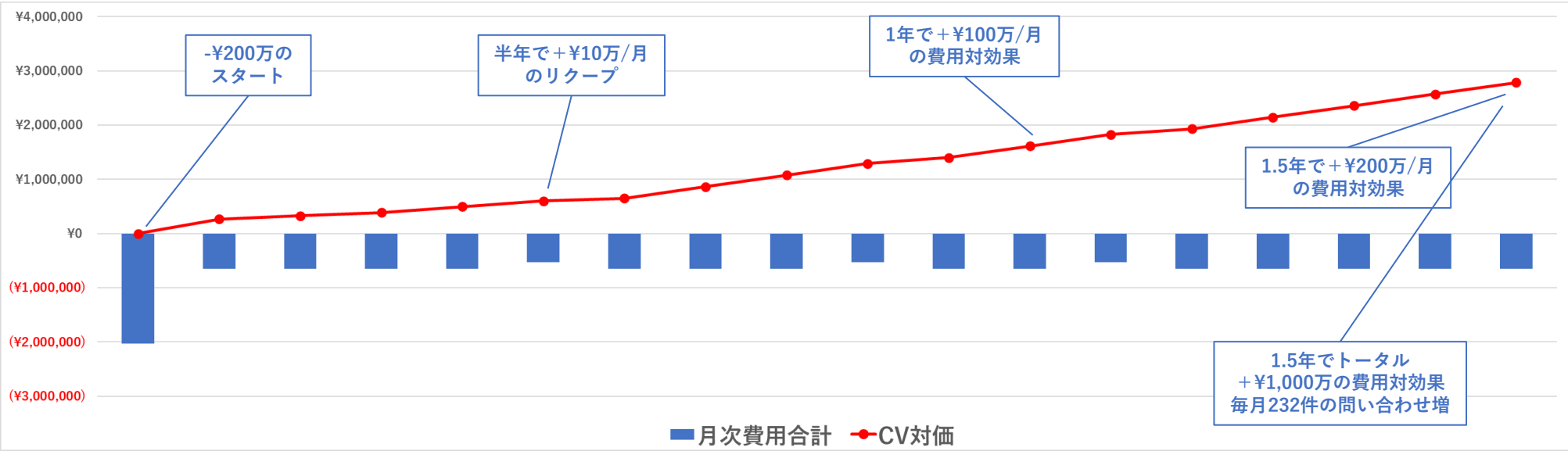
コンテンツ作成

メディア運用

ROI算出に必要な費用感覚

中期的・継続的な資産創出を計画

シミュレーション	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
記事本数累計	30	40	60	80	100	120	130	150	170	190	200	220	240	250	270	290	310	330
新規記事追加	10	20	20	20	20	10	20	20	20	10	20	20	10	20	20	20	20	20
PV (/media/配下)	20000	22500	27500	32500	41300	50100	54500	72260	90020	107780	116660	134420	152180	161060	178820	196580	214340	232100
新記事追加PV		2500	5000	5000	8800	8800	4400	17760	17760	17760	8880	17760	17760	8880	17760	17760	17760	17760
CV数	0	22.5	27.5	32.5	41.3	50.1	54.5	72.3	90.0	107.8	116.7	134.4	152.2	161.1	178.8	196.6	214.3	232.1
CV対価	0	¥270,000	¥330,000	¥390,000	¥495,600	¥601,200	¥654,000	¥867,120	¥1,080,240	¥1,293,360	¥1,399,920	¥1,613,040	¥1,826,160	¥1,932,720	¥2,145,840	¥2,358,960	¥2,572,080	¥2,785,200
サイトリニューアル	(¥1,500,000)	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0	¥0
ライティング外注	(¥125,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥125,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥125,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥125,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥250,000)	(¥250,000)
社内工数	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)	(¥400,000)
月次費用合計	(¥2,025,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥525,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥525,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥525,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥650,000)	(¥650,000)



- ・ サイトリニューアル費用¥1,500,000
- ・ 月10本コンテンツ追加（外注制作@¥25,000）※すでに過去メディアを類似メディアを運営しておりリニューアル時に2万PV/月からスタート
- ・ 社内工数1人月¥800,000（編集長0.5人月、SEOアドバイザーorツール¥200,000、アルバイト¥200,000）
- ・ CV対価@¥12,000（広告出稿で問い合わせ1件獲得するときに掛かる費用）

サイト構築

コンテンツ作成

メディア運用

コンテンツ（記事）作成の基本

基本中の基本

1. 上位表示するために
2. 検索意図の探し方

検索者の検索意図に答えるコンテンツ

オンライン会議

おすすめ

マイク

検索



テレワークに
おすすめのマイク5選

第1位



第2位



動機

検索
行動

購買

会議室で複数人の声を
ノイズ無しで拾ってくれるマイク



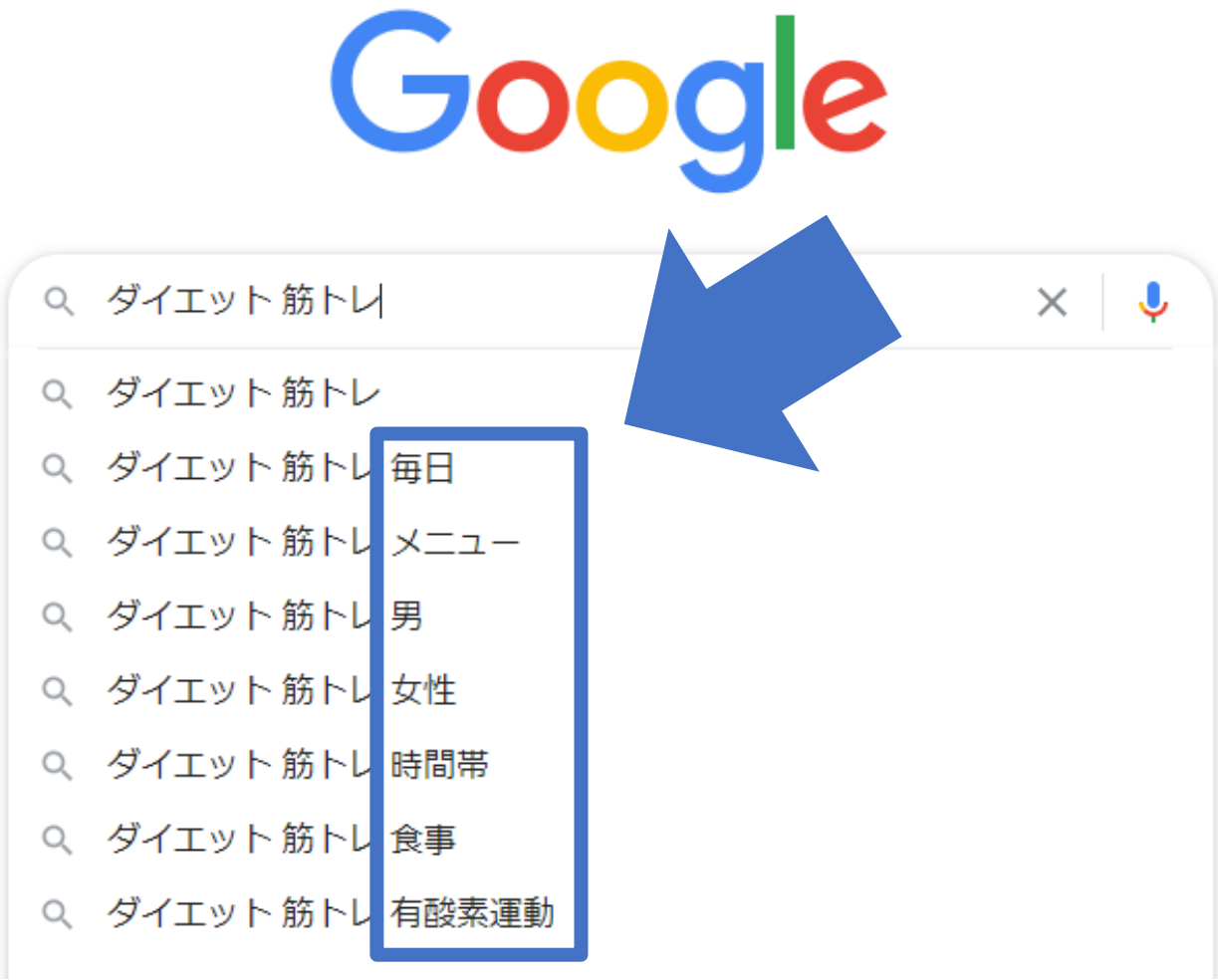
オンライン会議で
お勧めする機材

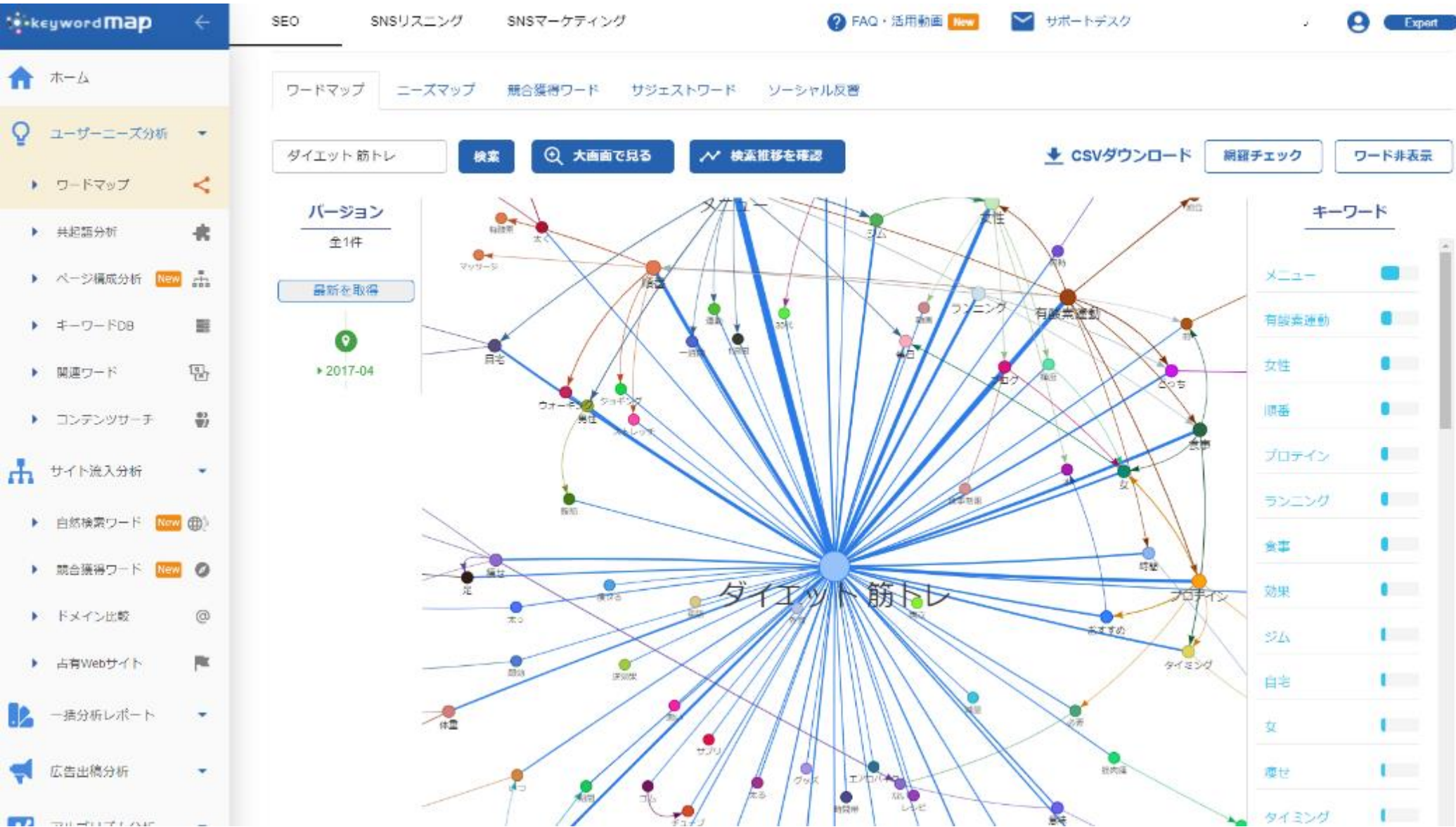
複数人で利用できるマイク

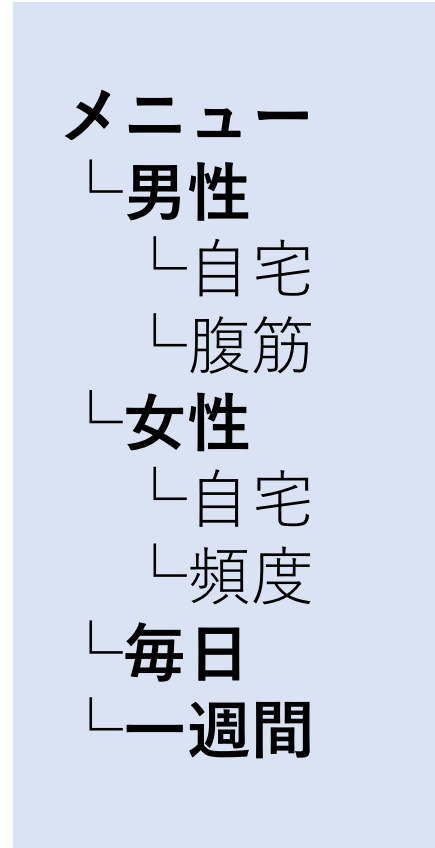


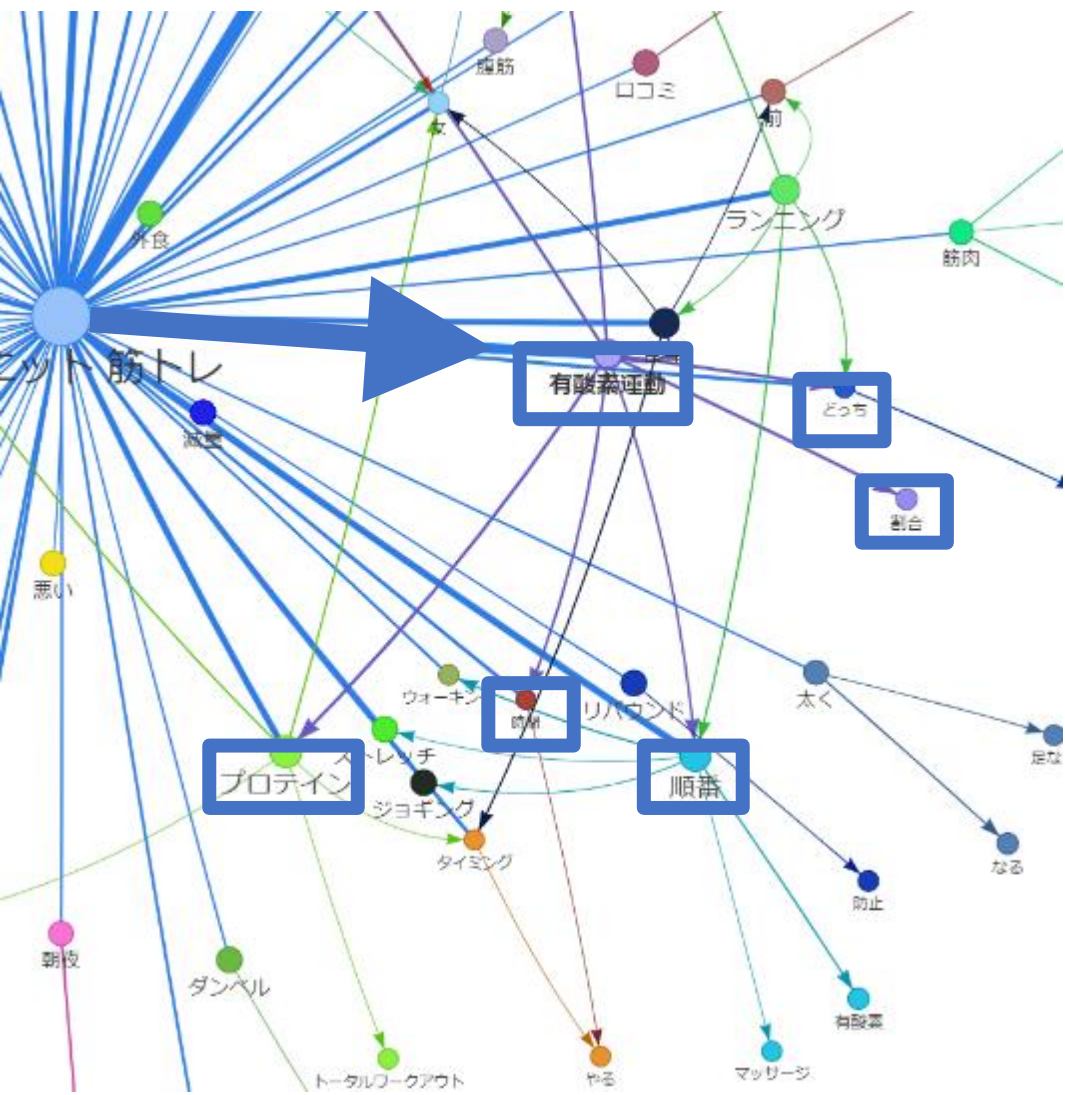


ユーザーの知りたいことを明確にする









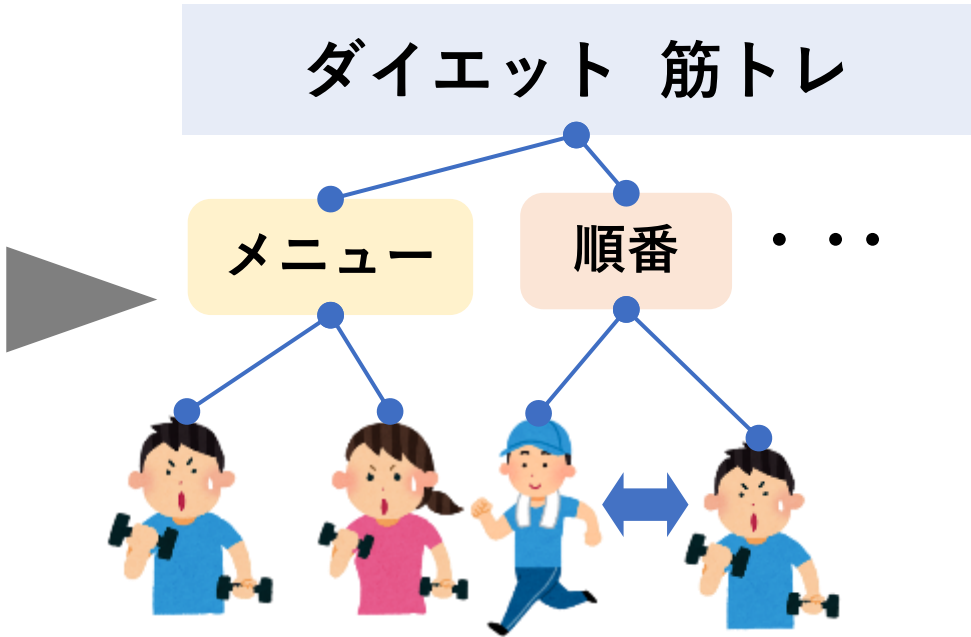
- 有酸素運動
 - └ 時間
 - └ タイミング
 - └ やる時
 - └ 順番
 - └ ジョギング
 - └ ストレッチ
 - └ プロテイン
 - └ タイミング
 - └ どっちが先



検索意図を網羅し「答え」となるコンテンツを作成



”ダイエット 筋トレ“は
筋肉強化のトレーニングの
検索意図だけではない



サイト構築

コンテンツ作成

メディア運用

問い合わせ（CV）を増やすポイント

「PVが取れてもCVが取れない」にならないために

1. CVの取れるキーワード選び
2. 検索キーワードとのCV導線の一致



Google広告出稿データを用いたキーワード選び

主軸 キーワード	掛け合わせ キーワード	CVR	競合性	CPA	順位得点	10位以内 記事ページ ヒット数	▼スコア	対策 優先度
Tシャツ	ビッグ tシャツ レディース	1.20%	90%	¥1,260	5	8	10,995	1
ピアス	ダイヤ フープピアス	0.90%	60%	¥2,300	1	10	5,341	2
ブレスレット	アメトリン ブレスレット	1.70%	80%	¥1,500	2	4	4,570	3
ブラウス	40 代 ブラウス	1.70%	100%	¥870	4	3	4,481	4
チノパンツ	チノパンツ ストレッチ	2.40%	60%	¥1,260	1	9	4,082	5
スラックス	スラックス ワンタック	2.40%	100%	¥870	2	6	3,508	6
ヘアバンド	ヘアバンド 布	1.20%	100%	¥3,200	4	1	2,150	7
スウェットパンツ	スウェットパンツ カットオフ	0.90%	90%	¥1,260	5	8	2,041	8
ワイドパンツ	ワイドパンツ リネン	0.90%	100%	¥1,500	4	7	1,229	9
ネックレス	彼氏 ネckレス プレゼント	1.30%	80%	¥3,200	1	4	1,198	10
ポロシャツ	メンズ ポロシャツ おしゃれ	1.30%	90%	¥650	4	8	1,095	11
デニムパンツ	サルエルデニムパンツ	1.20%	80%	¥1,260	1	3	1,016	12
パーカー	マウンテン パーカー レディース	1.30%	80%	¥1,260	0	2	839	13

CVしやすいキーワードを選んで対策コンテンツを作る

指標	確認ポイント
CVR	CVしやすいKWかどうかを確認
競合性	競合もCVに繋がるKWと認識しているかどうかを確認
CPA	費用対効果を確認 ※CPAが高いKWほどSEOで狙えると良い
現状自社順位	順位上昇・流入増加ポテンシャルがあるかを確認
10位以内記事ページヒット数	記事で上位獲得が可能かを確認

検索キーワード（動機）とCV導線を一致させる



「フォロワー推移」を調べる方法と
実現するツールをストーリー上で紹介



サイト構築

コンテンツ作成

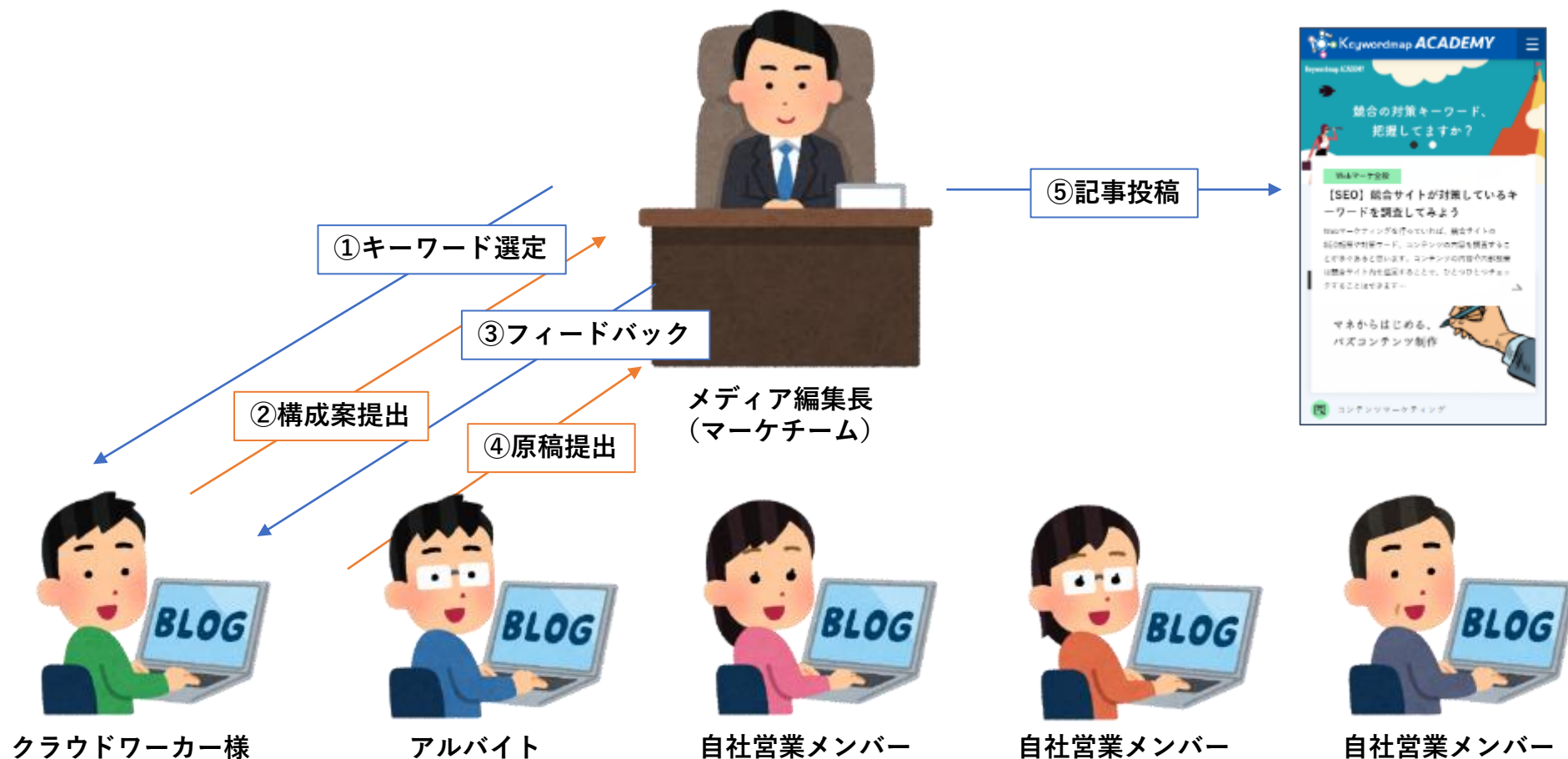
メディア運用

成果最大化の運用体制

キーワード選定（記事テーマ）まで丸投げせず社内

Keywordmap ACADEMYは

クラウドワーカー様・インターン生・営業メンバー10名で執筆、マーケチームの編集長の体制で運営中



記事構成案の段階を経て手戻りを少なく

11月記事作成
2020/11/6 (金) 記事構成案 提出済み

【作業工数の目安】8時間
記事構成案作成：60分
記事構成案修正：30分
原稿作成：240分
原稿修正：150分
こちらを目処にカレンダーでスケジューリングしていただくと進めやすいかと思います！

▼記事概要

キーワード : クローリング意味
タイトル文 : クローリングとはどんなもの？SEO対策におけるクローリングの必要性やメリットを解説
文字数 : 4000字

見出し1 : クローリングとは

▼リード文・前置き (40~80字)

▼本文

★クローリングはGoogleなどの検索エンジンがページ内容の情報を収集する手法

↳SEO対策にも有効

↳情報収集をするロボットがクローラー

★クローラーとクローラビリティ

↳クローラーは検索エンジン側が、ページ情報を収集するロボット

↳クローラビリティはサイト管理者側が、検索結果で検索上位にページを上げてもらうためにクローラーを誘導する技術

共有可能なシートで原稿を管理
コメントをつけることで修正箇所を指示


13:34 11月24日


上位サイトの傾向を見ると、クローリングを広義にとらえています。

[もっと見る](#)


13:21 11月24日


上コメントのとおりです。

Googleなどの検索エンジンに合ったような言及の仕方は選んでいます。


13:23 11月24日


具体例を挙げると、的な表現にしてほしいです。

検索エンジン側、たとえばGoogleのページ情報を収集するメインのクローラーはGooglebotと明かれています。的な感じですね。

サイト構築

コンテンツ作成

メディア運用

KPIとすべき指標



「検索流入の効果計測」と「コンテンツ制作の進行管理」

検索流入の効果測定

- 潜在顧客
との接点数

 - 選定キーワードの検索順位
 - 新規訪問者率
 - PV/UU数
- コンテンツ
品質

 - 直帰率/滞在時間
 - SNSシェア数
- 収益

 - CV数

コンテンツ制作進行管理

事業部	班	担当者	予実	合計	第1週	第2週	第3週	第4週
合計	予定公開数			160	40	40	40	40
	実績数			104	25	32	28	19
	進捗率			65%	63%	80%	70%	48%
直販（EC）	ウェア 販売Gr	伊藤	予定公開数	20	5	5	5	5
			実績数	12	3	4	2	3
		渡辺	予定公開数	20	5	5	5	5
			実績数	13	4	4	3	2
		田中	予定公開数	12	3	3	3	3
			実績数	12	3	4	4	1
	コスメ 販売Gr	木村	予定公開数	28	7	7	7	7
			実績数	16	6	5	3	2
		佐藤	予定公開数	20	5	5	5	5
			実績数	16	3	4	5	4
		福田	予定公開数	12	3	3	3	3
			実績数	1	0	1	0	0
		同島	予定公開数	20	5	5	5	5
			実績数	13	2	4	5	2
		山田	予定公開数	28	7	7	7	7
			実績数	21	4	6	6	5

積み重ねと継続性が成功の鍵を握るため、
UU/PV数・検索順位などの効果測定とコンテンツ数の積み上げが重要
潜在層となる新しい顧客へのリーチ率も

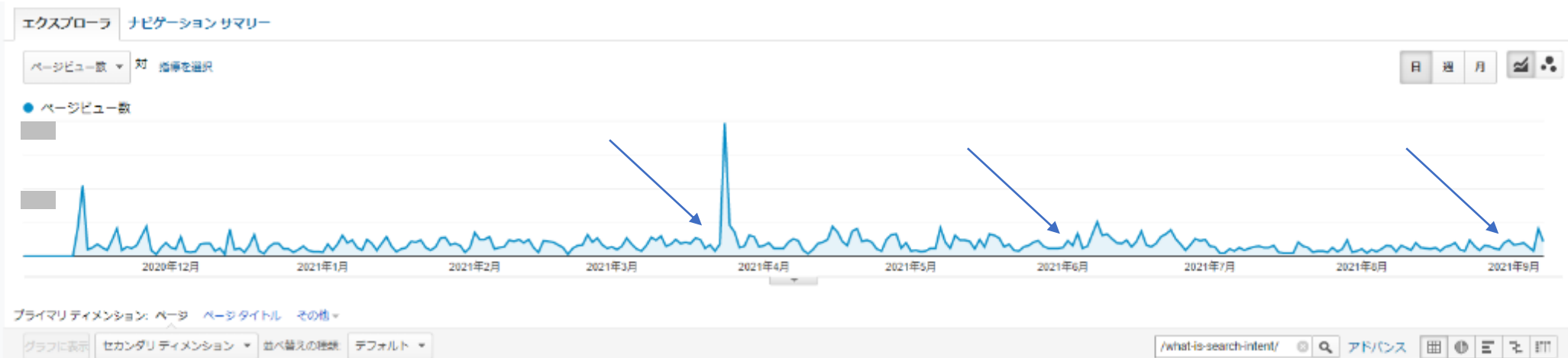
サイト構築

コンテンツ作成

メディア運用

カロリーの低いコンテンツ改善

定期的な記事リライトで最新情報に対応



Google上位表示記事のトレンド「共起語」をキャッチ



共起語とは上位表示されている
コンテンツで頻度高く使用され
ている単語のこと



Googleが「今」良質であると
考えているコンテンツ方針

不足している「共起語」周辺テーマをリライトで追加

- ホーム
- ユーザーニーズ分析
 - ワードマップ
 - 共起語分析
 - ページ構成分析
 - キーワードOB
 - 関連ワード
 - コンテンツサーチ
- サイト流入分析
 - 自然検索ワード
 - 競合獲得ワード
 - ドメイン比較
 - 占有Webサイト
- 一括分析レポート
- 広告出稿分析
- アルゴリズム分析

SEO SNSリスニング SNSマーケティング

『ダイエット 筋トレ』の共起語

共起語一覧 自社記事比較 共起語順位評価 クラスタリング

▼全ての共起語

共起語の含有チェック CSVダウンロード

共起語	掛け合せ	出現数	出現頻度	重要度
筋肉 ダイエット 筋トレ 筋肉	150回	65%	107	
有酸素 ダイエット 筋トレ 有酸素	93回	60%	90	
皮下脂肪	67回	15%	73	
運動	116回	65%	64	
脂肪	70回	60%	59	
筋肉量	38回	45%	41	
基礎代謝	33回	40%	41	
トレーニング	56回	65%	40	
おすすめ	45回	55%	40	
体脂肪	37回	30%	39	
内臓脂肪	31回	15%	37	
食事制限	34回	25%	37	
効果的	49回	50%	37	
脂肪率	31回	15%	34	
たんぱく質	34回	25%	34	
カロリー	37回	15%	34	
糖質	34回	35%	34	

▼5位以内のページ40%以上が含む共起語の含有チェック

共起語	掛け合せ	出現数	出現頻度	重要度
筋肉 ダイエット 筋トレ 筋肉	150回	65%	107	
有酸素 ダイエット 筋トレ 有酸素	93回	60%	90	
運動	116回	65%	64	
脂肪	70回	60%	59	
基礎代謝	33回	40%	41	
トレーニング	56回	65%	40	
おすすめ	45回	55%	40	
効果的	49回	50%	37	
1日	42回	45%	37	
負担	27回	25%	34	
脂質	24回	30%	34	
スクワット	18回	25%	34	
背中	27回	30%	34	

含有チェック：全ての共起語

▼文字列を入力

度のウォーキングなどがおすすめです。

食事は3食バランス良く食べる
食事制限のみのダイエットは筋肉量を減らし、リバウンドのきっかけや痩せにくい体を作る原因となりがねません。そのため、ダイエット中は摂取カロリーと消費カロリーのバランスを考慮し、3食きちんと食べるようにしましょう。

厚生労働省が発表した「日本人の食事摂取基準（2020年版）」のデータによると、日本人が1日に必要なエネルギー必要量の目安は以下の通りです。

男性※ 女性※
18～29歳 2,650kcal 2,000kcal
30～49歳 2,700kcal 2,050kcal
50～64歳 2,600kcal 1,950kcal
※身体活動レベルが「ふつう」の場合

例：18～29歳女性の場合、1日あたり2,000kcal

チェックする

閉じる

▼共起語 110/296(37.2%)

- 低カロリー
- 【有り】部分活用
- 【有り】しょう
- 手足
- カロリー消費
- 体型
- 【有り】体脂肪
- 消化不良
- 間食
- 3日
- ベース
- 予防
- 吸収
- 蓄積
- 【有り】kcal
- 寝つき
- 適切
- 2つ
- 【有り】い方
- キロ
- 働き

サイト構築

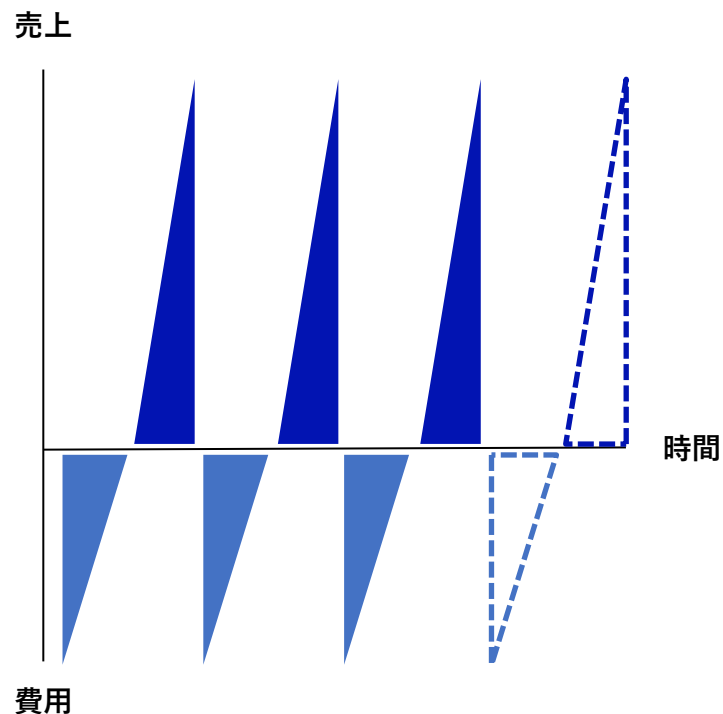
コンテンツ作成

メディア運用

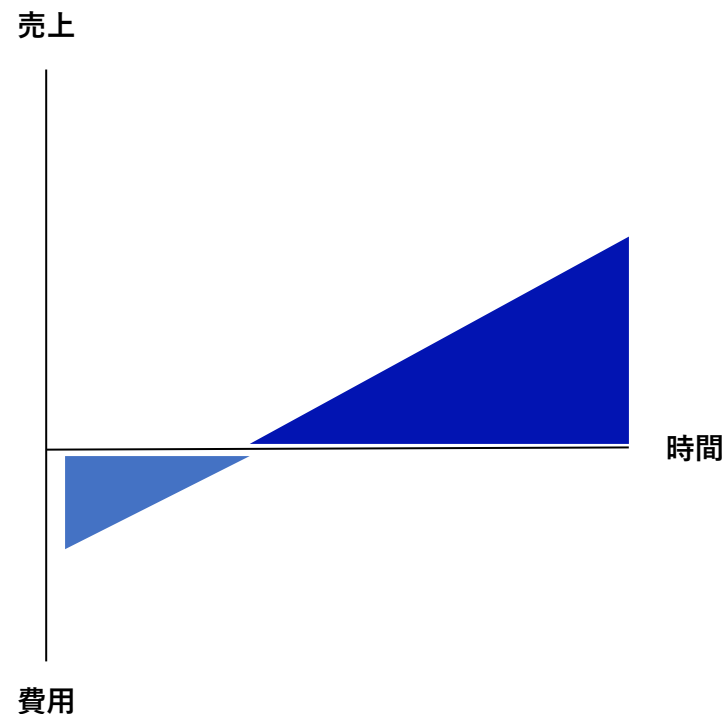
持続運用において重要なこと

低コスト × 継続資産となる施策であることへの理解

大量投資・ショット売上



少額投資・継続的な売上



まずは書きやすいコンテンツからメディアの拡大を

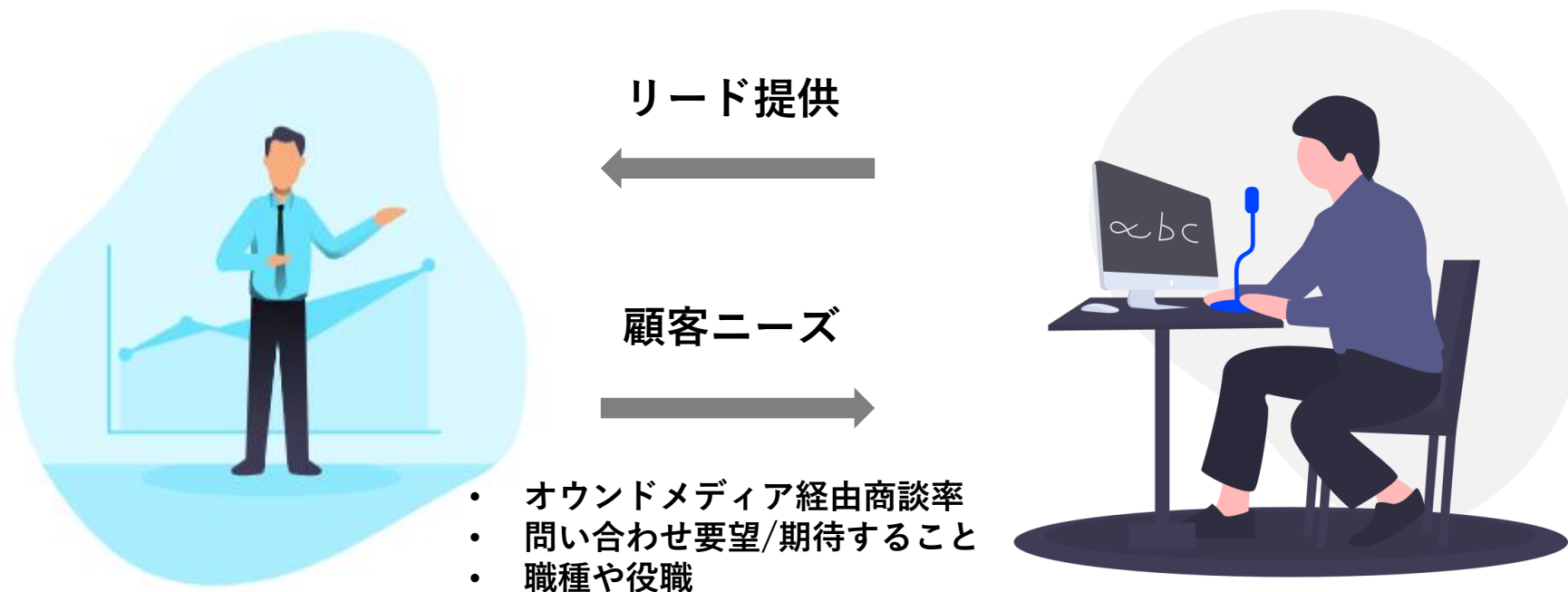
■記事別_サーチコンソールクリック数

No	区分	記事役	執筆者	公開日	文字数	記事タイトル文	URI	メインKW	当月合計	今週	前週	増減
68	Webマーケ	非CV系		2020/11/14	3,977	SWOT分析とは？事例から方法やコツ、注意点を解説	swot	SWOT 分析	3,229	1,077	982	
51	BtoB	非CV系		2020/11/14	4,067	議事録とは？目的をおさえた書き方のコツと具体例をご紹介	minutes	議事録	880	321	246	
23	CM	CV系		2020/11/14	4,628	検索ボリュームの調べ方とキーワード選定への活用法	search-volume	検索ボリューム 調べ方	286	117	49	
72	Webマーケ	非CV系		2020/11/14	6,770	サブスクリプションビジネスとは？BtoCサブスクモデルのメリットや事例を紹介	subscription	サブスクリプション ビジネス	139	56	36	
70	Webマーケ	非CV系		2020/11/14	4,337	ポジショニングマップの作り方が事例でわかる！戦略策定の正しい方法を解説	positioning-map	ポジショニングマップ 作り方	452	137	118	
24	CM	CV系		2020/11/14	4,215	オーガニック検索からの流入を増やす方法！知っておくべき基礎知識	organic-search	オーガニック 流入	24	13	2	

■記事別_CV数

										11/2週							11/9週		
										日	月	火	水	木	金	土	日	月	火
No	区分	記事役	執筆者	公開日	文字数	記事タイトル文	メインKW	当月	今週	前週	増減	11/2	11/3	11/4	11/5	11/6	11/7	11/8	11/9
23	CM	CV系		2020/11/14	4,628	検索ボリュームの調べ方とキーワード選定への活用法	検索ボリューム 調べ方	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
64	BtoB	非CV系		2020/11/14	3,837	営業ロープレ（ロールプレイング）のコツを解説！新入社員をいち早く戦力にする方法	営業ロープレ	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68	Webマーケ	非CV系		2020/11/14	3,977	SWOT分析とは？事例から方法やコツ、注意点を解説	SWOT 分析	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
71	Webマーケ	非CV系		2020/11/14	4,581	予算管理とは？予算の立て方と達成の仕方を解説！	予算管理	1	0	1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0
20	CM	CV系		2020/11/14	5,525	SEOキーワードの探し方 ヒントは競合サイトが持っている？	キーワード 探し方	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	CM	CV系		2020/11/14	4,215	オーガニック検索からの流入を増やす方法！知っておくべき基礎知識	オーガニック 流入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

営業とマーケの連携を強化し、質の高いリード獲得へ



成果を可視化しながら「ミッション化」させる

⑤業績目標	⑤業績目標
KMAの記事投稿	KMAの記事投稿
【上期・採用KPI】 2020年12月～2021年5月 ・4本投稿 【第1Q・採用KPI】 2020年12月～2021年2月 ・2本投稿 【第2Q・採用KPI】 2021年3月～2021年5月 ・2本投稿	【上期・採用KPI】 2020年12月～2021年5月 ・4本投稿 【第1Q・採用KPI】 2020年12月～2021年2月 ・2本投稿 【第2Q・採用KPI】 2021年3月～2021年5月 ・2本投稿
5	5



Q毎
PV MVP
CV MVP
インセンティブ付与



会社紹介

VISION

マーケティングソリューションで日本を代表する会社を創る

データを様々な分析手法で活用し、革新的ソリューションを提供することで実現いたします。

MISSION

業界スタンダードのプロダクト創出

あらゆるデータを様々な分析手法で活用し、革新的ソリューションを提供することで実現いたします。

利益の最大化

取引先と全従業員の物心両面の幸せを追求します。

プロフェッショナル集団の形成

ビジョンを達成するため、No.1になるため、勝ちきれぬ集団の形成を目指します。

会社名	株式会社CINC（シンク）
設立	2014年4月1日
本店所在地	東京都港区赤坂1-9-13三会堂ビル7階
事業内容	ソリューション事業 アナリティクス事業

ソリューション事業



Keywordmap キーワードマップ

コンテンツマーケティングやSEO、
広告調査など、市場分析から改善点抽出まで、
マーケティング戦略に必要な
調査を10時間から2分に短縮。

[Keywordmapへ](#)



Keywordmap for SNS

ソーシャルメディアマーケティングに必要な
情報を瞬時に抽出し分析



Keywordmap for Sales List

アクセス数や広告出稿費の推移から今支援
が必要な営業先が見つかる



Market Engine

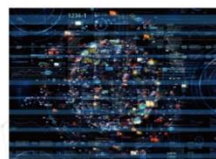
自社・競合サイトの検索順位を自動取得。
SEOを一元管理するプラットフォーム

アナリティクス事業



ビッグデータ分析

Webマーケティング領域世界最大級のデー
タ保有を背景に、機械学習や統計学を用い
戦略に必要なデータの抽出と分析を実施



テキストマイニング

大量のテキストデータを分類し特徴を理
解、重要語の抽出やユーザーニーズなどマ
ーケティング上活動に必要な情報を提供



SEOコンサルティング

独自のデータベースや解析ツールを用い、
ビッグデータから現状集客課題を細解き、
中長間で評価されるサイトを育成



アクセス分析

CVRだけでなく集客を含む全体分析を目的
に、アナリストによるCINC独自の高度易度
なアクセスデータ解析を行う



ソーシャルリスニング

SNS上の膨大なデータを独自のアルゴリズム
にて精査・分析し、プロモーション活動
やコンテンツ制作を促進



市場調査

マーケットトレンドや他社動向を広範囲に
収集・分析し、機能・価格・販売経路・プ
ロモーションなどの戦略策定を支援



平大志郎 /// (株)CINC

@taira_daishiro

(株)CINC / SEO・SNS分析ツール #Keywordmap 開発

◎ 株式会社CINC ☞ blog.daishirotaira.com/about

📅 2012年8月からTwitterを利用しています

株式会社CINC

Keywordmap開発責任者

平 大志郎

[@taira_daishiro](https://twitter.com/taira_daishiro)



渡井 弘一 /// (株)CINC

@koichiwatai

📊 CINC /// デジマ領域の資料を定期的に配ったり、企業分析してます(企業分析アカ @cinc_analytics)/事業を進める上での仕事術や考えも発信/ MarTechベンチャーのセールス&マーケティング/SaaS立ち上げ〜今マーケティングコンサル事業/DMお気軽に☞

🕒 過去のシェア資料はこちら ☞ cutt.ly/OnJaMrw

📅 2012年12月からTwitterを利用しています

株式会社CINC

部長

渡井 弘一

[@koichiwatai](https://twitter.com/koichiwatai)



SEO研究チャンネル

チャンネル登録

アップロード動画 ▶ すべて再生



無料ヒートマップでコンテンツを改善する方法【SEO対...

【SEO対策】サイト分析のやり方

リンクスパムアップデートで変動したサイトを調査...

【SEO】上位表示できるYMYLキーワードの見つけ方

SEOやSNS、コンテンツマーケティングなど
Webマーケティングに役立つ情報を発信中！
「CINC 平」「SEO研究チャンネル」で検索🔍

SNSやってます

C/NC



YouTube チャンネル
運営者が見るべき

\ おすすめ /
チャンネル 3選

株式会社CINC
マネージャー
植原 潤也

株式会社CINC
コンサルタント
橋倉 将仁

ONLINE 11.17 THU 12:00-13:00

C/NC

SEO

SEOで上位表示するには
文字数は何文字
書くべき?

株式会社CINC コンサルタント
尾崎 篤志

ONLINE 11.18 THU 12:00-13:00

C/NC

SEO

SEO集客ができる!
ユーザーニーズを意識した

記事の作り方

株式会社CINC コンサルタント
尾崎 篤志

ONLINE 11.24 WED 12:00-13:00

C/NC

Googleが評価する
高品質コンテンツとは

低品質コンテンツガイドライン
の更新から読み解く

変更点と注意点

株式会社CINC コンサルタント
尾崎 篤志

ONLINE 11.30 TUE 12:00-13:00

そうきたか。

C/N/C

株式会社CINCは、当資料作成には、細心の注意を払い作成しておりますが、情報の正確性、有用性、確実性、適合性、合法性、最新性について、当社は、一切の保証を与えるものではありません。

目的の如何を問わず、本資料の無断複製、無断転載その他二次利用行為等の国内および国外の著作権により禁止される行為を固く禁じます。そのような行為が発見された場合、弊社は法的措置をとる場合がございます。

掲載されている、提供するサービスを表示する商標及びロゴは、Moz, Inc.、RankRanger, LLC、Dejan SEO Pty Ltd それぞれの商標です。

本資料に掲載されている、Google、Googleロゴ、Gロゴ、Youtubeその他すべてのGoogleが提供するサービスを表示する商標及びロゴは、Google LLCの商標又は登録商標です。

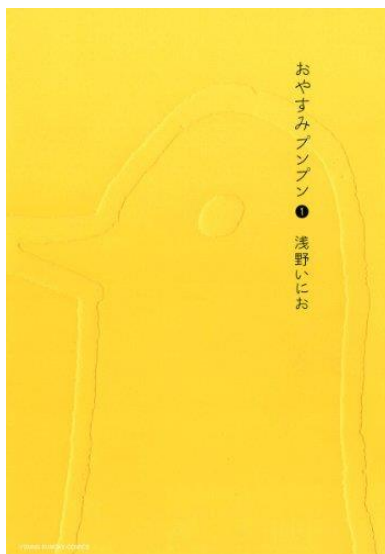
オウンドメディアに必要なコンテンツとは？



名前：加藤 健太郎
出身：埼玉県
所属：株式会社シンフィールド
マンガクリエイティブ事業部
アカウントプランナー兼人事



©板垣巴留/秋田書店



©浅野いにお/小学館



©ツジモ 綱本将也/講談社



95% 成功の確率

95% 成功の確率

0120-89-9121

親父
不動産を相続したけど！
相続税に悩んでいる
税金がかかる
だけで！

**相続に関する
お悩み疑問は
ボラスと相談！**

不動産の相続税が
面倒くさいわいって
思ってる方はこちら

相続した不動産の税金に
悩んでいる方はこちら

不動産に関する相続対策をお考えの方



[illegible]

企業の商品やサービスをオリジナルのマンガにして集客・販促・マーケティングを支援します。マンガをマーケティングツールとして活用し、コンバージョン率アップや問い合わせ増などにつなげるための提案をさせていただきます。

あの**ヒロカネプロダクション**による
オリジナル/
**マンガ・イラスト
描き下ろし制作!**
ヒロカネ
プロダクション × マンガマーケティングの
SHINFIELD

株式会社シンフィールド
Shinfield Co., Ltd.
マンガマーケティングの ☎03-6276-1152 メールでのお問合せ
お問合せ・ご依頼は 受付時間 AM9:30～(土・日祝休業) ご依頼はこちら

三田紀房先生の有名作品
インベスターZ・ドラゴン桜など
**貴社プロモーション
に活用できます!**
描き下ろし
オリジナルイラスト・マンガ制作も可能!

有名マンガ家描き下ろし

ヒロカネプロダクションによるマンガやイラストの描き下ろしや「インベスターZ」や「ドラゴン桜」で有名な三田紀房先生の作品を活用したプロモーションが可能です。

著作権使用可能企業の一部



過去タイアップ実績

- ・こちら葛飾区亀有公園前派出所
- ・働きマン・GTO
- ・いけ! 稲中卓球部
- ・銀河鉄道999 など

有名作品 × 企業プロモーション

有名なマンガの作品を活用した企業プロモーションが可能です。マンガの読者層へのリーチだけでなく、SNSなどで拡散も見込め多くの人へのリーチが期待できます。

らでいっしゅぼーや様

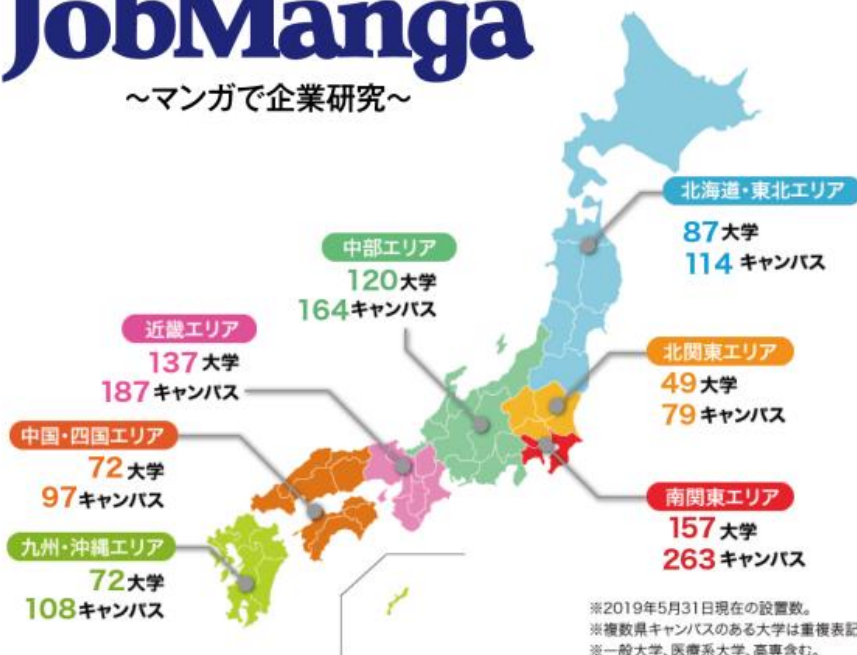


インフルエンサープロモーションの
マンガクリエイターバージョン。

体験談が入ってきやすく、共感してもらいやすい。

採用施策としてマンガ活用！

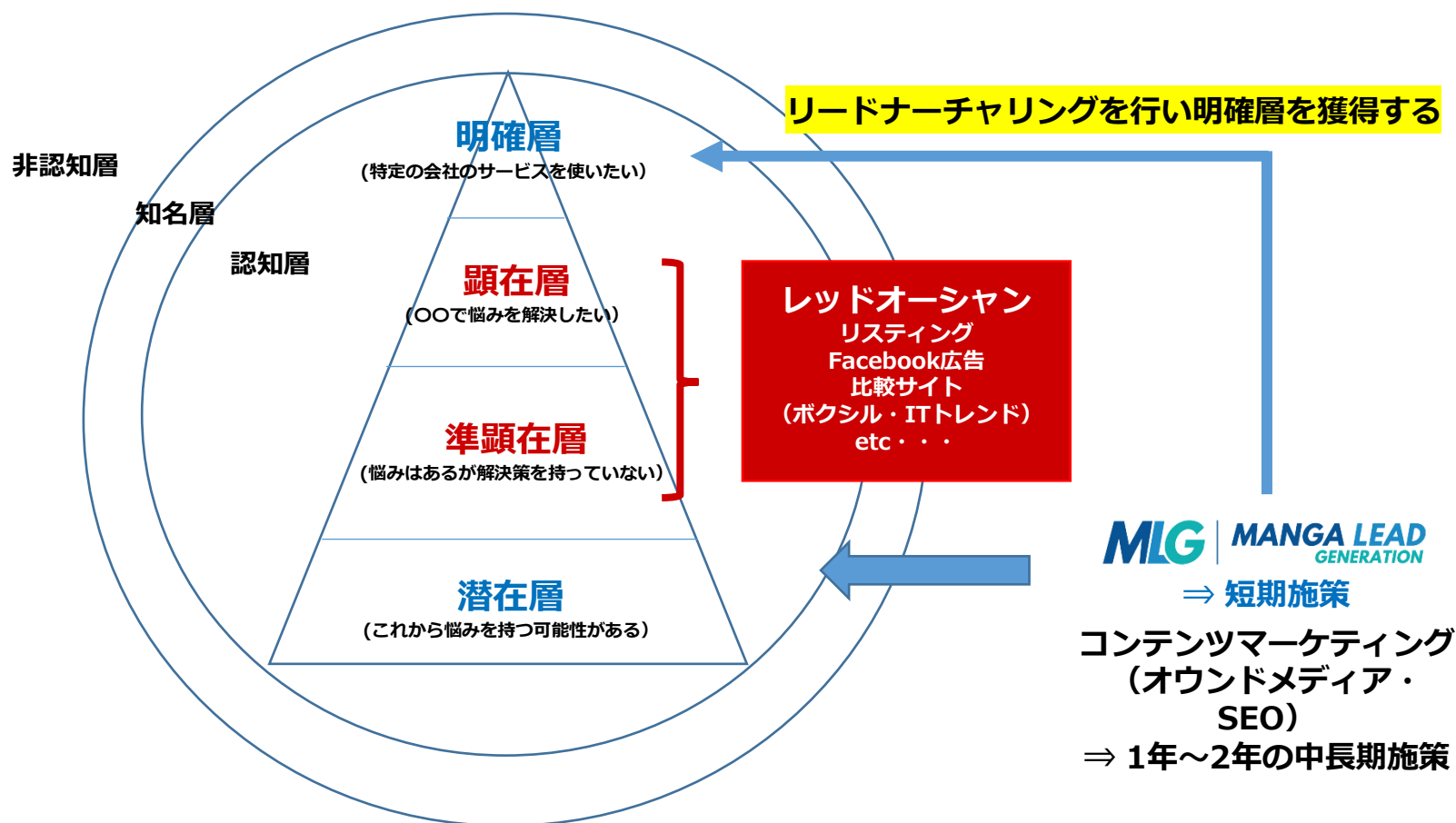
就活応援マガジン
JobManga
～マンガで企業研究～



大学 694校 (1,012 キャンパス)
専門学校 3,002 校
高校 5,026 校



成果報酬型でマンガLP制作～集客支援※まで提供。 ※Facebook広告やテレマーケティング等を活用してご支援します。
競合他社と接触する前に接点を持つことで、第一想起を獲得します。





専門知識のいらないマンガに特化した 新しい広告クリエイティブツール



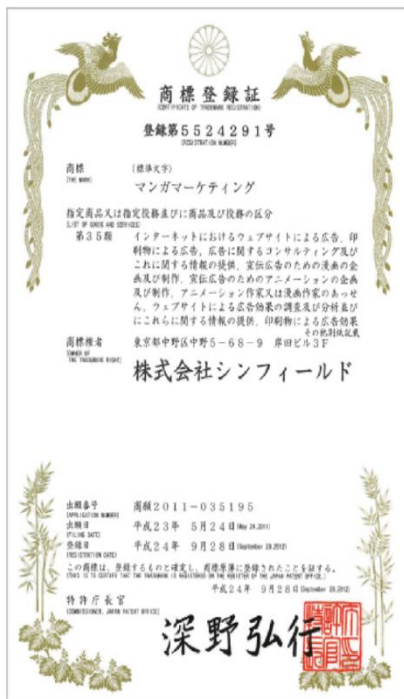
マンガマーケティングの
SHINFIELD

HITACHI
Inspire the Next

© 株式会社 日立ソリューションズ



簡単に言うと、広告・マーケのツールとして マンガを活用した施策を提供している。



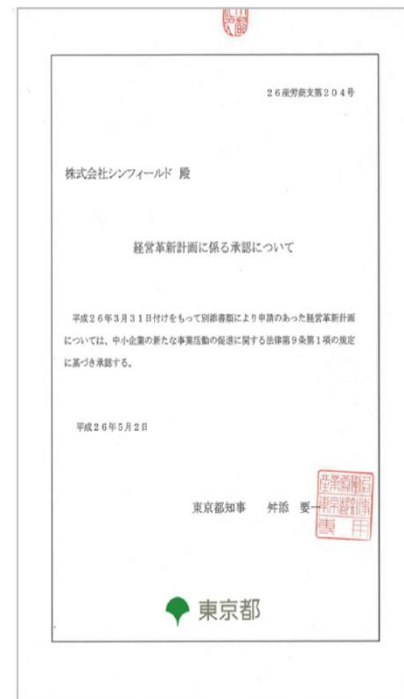
「マンガマーケティング」
特許庁に商標登録済み



「マンガクリエイティブ」
特許庁に商標登録済み



「JobManga」
特許庁に商標登録済み



弊社事業が東京都より
「経営革新計画」の承認



●コンテンツに必要な3要素

- ①興味喚起
- ②滞在時間
- ③ファン化

●制作事例

- ①連載マンガ
- ②記事LP
- ③マンガフィールド



●コンテンツに必要な3要素

- ①興味喚起
- ②滞在時間
- ③ファン化

●制作事例

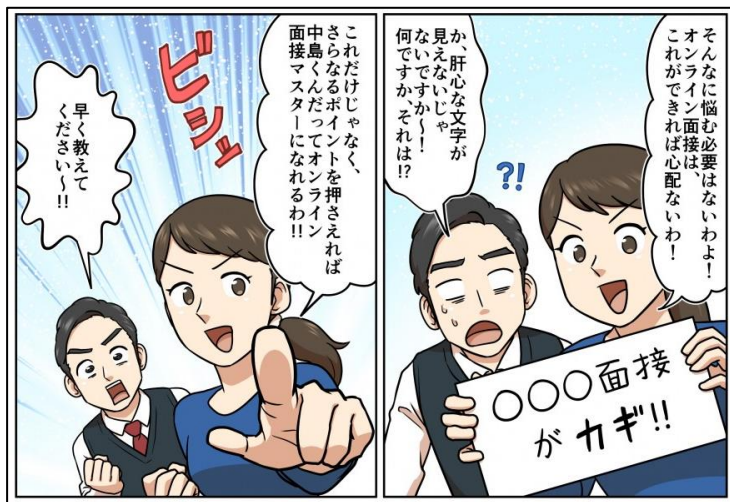
- ①連載マンガ
- ②記事マンガ



①興味喚起

②滞在時間

③ファン化

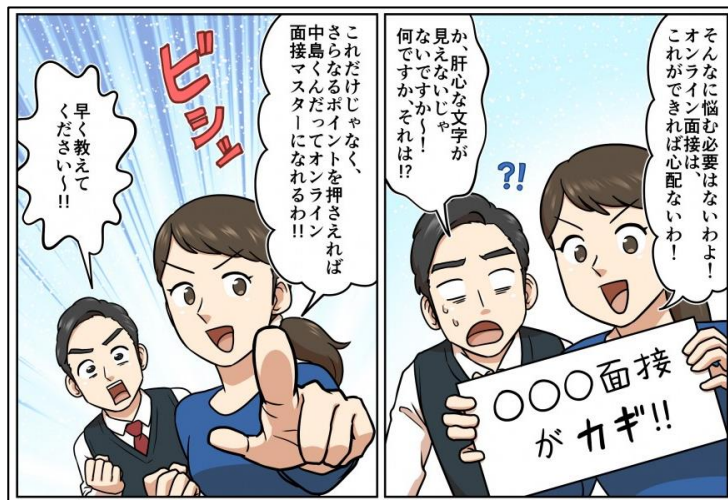


オンライン面接でも叶う！
求める人材の見極め方



面接で聞いてはいけない質問とは？

どっちが気になる??



弊社実績：パーソルキャリア様

「サムネイルの変更」「タイトルの工夫」
によって

PVが**40倍**に！



記事を読む前に目に入るのは **タイトル&サムネイル**

適当に設定をすればいいわけではない！
(ここでは長くは語りませんが…)

PVやUUは**コピーライティング**や
マーケティング心理学を
使って論理的に伸ばすことが可能！



刺さる

= 狙った態度変容

バズる

= 狙った・狙っていない

関わらず予想以上の話題となる



刺さる

= 狙った態度変容

バズる

= 狙った・狙っていない

関わらず予想以上の話題となる

コンテンツは「刺し」に行きましょう！



①興味喚起

②滞在時間

③ファン化



興味喚起でコンテンツを
見てもらいました！
次に大事なものは…？



滞在時間

セッション滞在時間

一つのサイト内でユーザーが滞在した時間。

- ・ 回遊率
- ・ ユーザーの動線

ページ滞在時間

一つのページ内でユーザーが滞在した時間。

- ・ 読了率
- ・ ヒートマップ



セッション滞在時間

一つのサイト内でユーザーが滞在した時間。

 どれだけ多くのページをまたいでもらえるか

- ・ 記事の内容でユーザーに興味を持ってもらうこと
- ・ 読み終わったユーザーへの動線を考えることが大切



(ちなみに、マンガが最適です！)

ページ滞在時間

一つのページ内でユーザーが滞在した時間。

 どれだけの離脱を防げるか

・ 記事を最後まで読んでもらうこと
が大切

※難しい記事なら滞在時間は上がるんじゃないの？

→セッション滞在時間（回遊率）が下がるので意味がありません！


(ちなみに、マンガが最適です！)

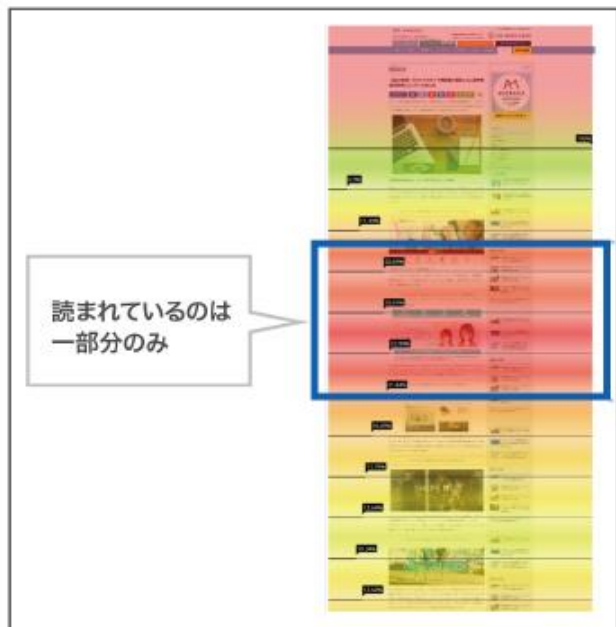


ヒートマップの例



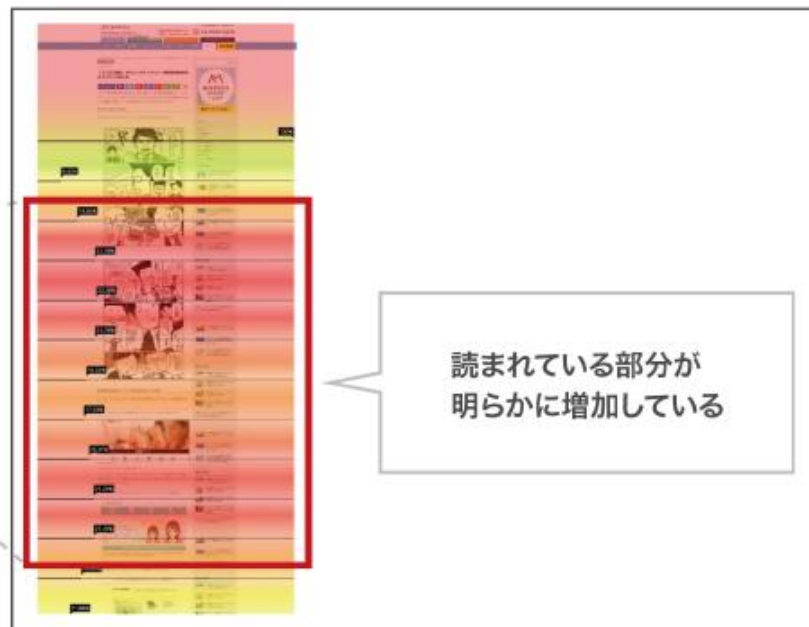
BEFORE

文字とイメージ画像のみのコンテンツ



AFTER

コンテンツ冒頭でマンガによる解説を追加



マンガの活用によりコンテンツの読了率が上昇しているのがわかる



①興味喚起

②滞在時間

③ファン化



コンテンツを読んでもらった後…
リピーターになってもらう必要がある



そのために、
ユーザーを企業のファンにしちゃいましょう！



ファンとは何か



ファン = **熱心**な愛好家

- ・ その企業・サービスが「**好き**」
- ・ 「ただの情報収集ではない」というのが
フォロワーとの差

結論：「**好き**」という感情を生み出せるのが**鍵**

外発的動機

内発的動機

外発的動機

- ・ 外的要因によって生じる動機
- ・ ルール、条件、報酬、罰則、法律etc.
- ・ この動機を付けるには「**理性**」(頭)に訴えかける
- ・ 周囲からでも動かしやすい
- ・ **即効性が高い**
- ・ 継続性は低い

内発的動機

- ・ 内的要因によって生じる動機
- ・ 内面から生じる「～したい」という気持ち
- ・ この動機を付けるには「感情」(心)に訴えかける
- ・ 周囲からは動かしづらい
- ・ 即効性は求めづらい
- ・ 継続性は高い

外発的動機

価格

機能

品質

内発的動機

使ったら自分や周りはどうなるか？

使い方も
イメージできて安心

社会貢献性

外発的動機

価格

メリット
機能

品質

内発的動機

使ったら自分や周りはどうなるか？

ベネフィット
使い方も
イメージできて安心

社会貢献性

商品のメリットを伝えるのは
「**情報伝達**」に過ぎない
相手の**ベネフィット**に
訴求して感情を動かす



●コンテンツに必要な3要素

- ①興味喚起
- ②滞在時間
- ③ファン化

●制作事例

- ①連載マンガ
- ②記事マンガ

クライアント名：三菱電機システムサービス株式会社様



ご覧になりたい方は
こちらから



2018.09.12





専門知識のいないマンガに特化した 新しい広告クリエイティブツール



マンガマーケティングの
SHINFIELD

HITACHI
Inspire the Next

© 株式会社 日立ソリューションズ

広告商材に合わせて、
“自分で”マンガ広告を作ることができるオンラインツールです。

スキル不要で簡単作成！

シンプルなUIですぐにマンガを制作できます。
また、広告でよく使われるストーリーをテンプレートとしてご用意。専門知識なしで宣伝効果の高いマンガ広告を作れます。

素材の準備は必要なし！

素材はなくてもOK。厳選されたマンガクリエイターの描き下ろしを多数ご用意。広告のターゲットに合わせて、素材をお選びいただけます。

月額定額制で作り放題！

定額で200種の素材を何種でも利用OK。
クライアントに複数パターンのクリエイティブを提案できます。



■スキル不要で簡単作成！

レコメンド機能でアンケートに答えれば、
誰でも、カンタンに、マンガクリエイティブが出来ます！

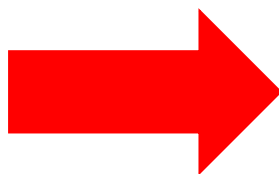
以下のアンケートにお答えください ×

Q1. あなたの商品/サービスの浸透具合は？

Q2. ターゲット(広告を見る人)の悩みの状態は？

Q3. あなたの広告のどこに重点をおきたい？

アンケートに答えれば…

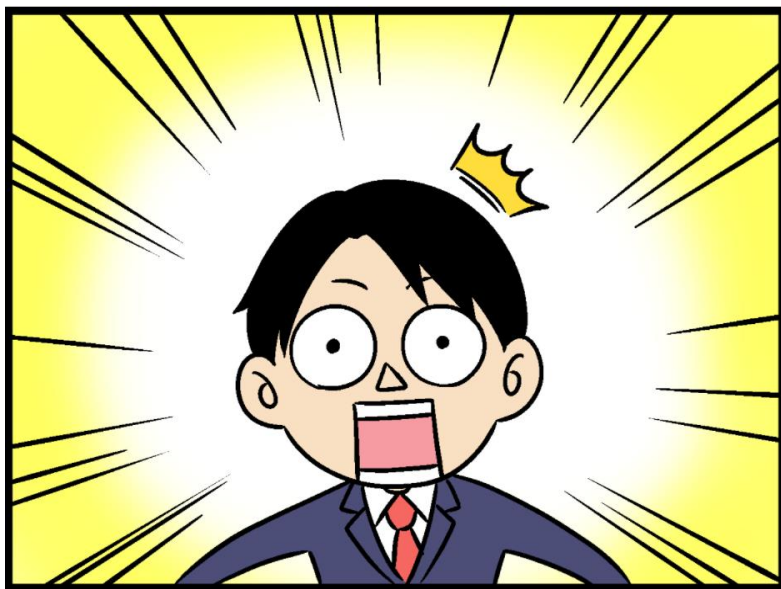


マンガが作れる！



■スキル不要で簡単作成！

インパクト重視の1コマ



ストーリー重視の4コマ



広告商材に合わせたマンガクリエイティブが作成可能！

■ 素材の準備は必要なし！



- ・ 広告制作会社監修のマンガ広告テンプレートが700種
- ・ 有名作家、一般の精鋭クリエイターの描き下ろし

■ 素材の準備は必要なし！



セリフ編集、吹き出しや効果音、さらに商材写真の
レイアウトが自由自在！

42

■ Facebook・Instagram カルーセル広告



■ 各SNSへの投稿



■ バナー広告(YDN GDN)

Photoshopなど画像ソフトで加工例



横300pxでダウンロードすると
縦222pxとなるため上下に若干余白が出る



余白にロゴを入れて加工

■ 紙媒体

