

限られた予算で成果を出す！本気ではじめる BtoBのWebマーケティング講座（全5回）

中堅・中小企業のWeb担当者がおさえるべきWebの実践実務が身につく！

2015年4月17日（金）開講

パワー・インタラクティブの「BtoBのWebマーケティング講座」は、自社のマーケティング部門を強化し、営業部門の売上アップ・利益創出をサポートするための、組織力強化・人材育成を目的とした体系的かつ実践的な講座です。

変化の激しいWebマーケティングの動向を掴み、自社にとって活かすべき技術やノウハウを的確に把握することが可能です。

■「BtoBのWebマーケティング講座」の特色

中堅・中小企業が一番知りたい、限られた予算で成果を出す、最適なWebマーケティング手法、およびWebマーケティングの先端時流をお伝えします！

本講座は、中堅・中小企業において、自社サイトの運営状況を、アクセスログをはじめ各種データを元に把握し、仮説を立て検証しながら、適切な施策を打つというPDCAの一連の流れを推進できる“マネジャー”の育成を目的としています。

Webマーケティングに関するセミナーやイベントは、潤沢な予算に恵まれた大手企業の成功モデルが中心の内容に偏りがちで、予算が限られた中堅中小企業にとって、自社に活かせるノウハウが得にくいのが実情です。パワー・インタラクティブの「BtoBのWebマーケティング講座」は、受講者が自社のWeb運営を競争優位に導きうるWebマーケティングの時流や先進的情報をふまえながら、実践に活かせるノウハウを習得して頂ける内容を目指しています。

■「BtoBのWebマーケティング講座」が提供する6つのノウハウ

1. 自社サイトの現状分析、競合比較の手法
2. Webマーケティングの目標とKPI設計のノウハウ
3. Webサイトの成果を上げるための視点、分析・実践的手法
4. アクセス解析およびデータ読解力、およびレポートニング力
5. 業界のトレンド・事例等最新情報の把握
6. 最適なパートナーの選定力

■講座の受講対象

- ・今からWebマーケティングに本格的に取り組みたいと考えている中小企業の経営者/役員の方
- ・大手企業のグループ会社等で、Webマーケティングに従事する方で、初学者の方から、マネジメントを目指す中級レベルの方

※注1) 大手企業の方は対象外とさせていただきます。

※注2) 同業他社と想定される企業様は対象外とさせていただきます。

■開催概要

2015年4月17日開講 計5回の講座になります。
毎回、「講義」と「演習」の組合せで行います。

単発での参加も可能ですが、可能であれば全講座への参加を推奨します。

【タイムテーブル】

13:30-14:30 (1H) 講義
14:30-16:00 (1.5H) 演習
16:00-16:30 (0.5H) 質疑応答

※演習でインターネットを使いますので、各自ノートPCもしくはタブレットを持参ください。

■会場

株式会社パワー・インタラクティブ セミナールーム (定員15名)

■費用

【Aコース】一括申込(全5回分) 30,000円/人(税抜)

※部門内の複数メンバーの皆さまで、テーマごとに分担して参加いただくことも可能です。

【Bコース】スポット参加 10,000円/人(税抜)

■講師

株式会社パワー・インタラクティブ 取締役 遠藤美加
マーケティングコンサルタント 久道真之介
マーケティングデータアナリスト 正木洋介

※第1回、第2回、第5回 (遠藤・正木)

※第3回、第4回 (遠藤・久道)

■ BtoBのWebマーケティング講座 カリキュラム

	日程	テーマ	講座内容
第1回	4/17 (金)	【講義】 BtoBの Webマーケティング入門	1.企業サイトの変遷とニーズの変化 2.インターネットを営業プロセスに活かす 3.リード獲得と育成の考え方 4.ウェブ営業力強化のためのサイト設計法 5.Webマーケティングからデジタルマーケティングへ
		【演習】 自社サイトの現状診断を行なう	受講者の自社サイトの現状の問題点の棚卸しを元に、サイト改修の簡易RFP（提案依頼書）を作成します
第2回	5/15 (金)	【講義】 ウェブ営業力強化のための 評価指標（KPI）設計法	1.Webサイトの役割を明確化する 2.ゴール（目標）を設計する 3.プロセスマップを作成する 4.目標からKPIへ落とし込む 5.事例に学ぶ目標設定とKPI
		【演習】 自社サイトのKPIを設計する	受講者の自社サイトのプロセスマップを作成し、ゴールとKPIの設計を行います
第3回	5/29 (金)	【講義】 限られた予算を効果的に活かす集客手法	1.中小企業の最大のボトルネックは集客 2.自社の有望見込み客は誰か 3.問合せに至るキーワードとページの関係 4.問合せフォームの見直し ・再訪を促す仕掛け（メール、リターゲティング、ソーシャル）
		【演習】 自社サイトの集客施策を改善する	受講者の自社サイトのSEO、フォーム項目、営業力のあるコンテンツ等の問題点を把握します
第4回	6/12 (金)	【講義】 コンテンツマーケティング へのアプローチ	1.コンテンツマーケティングの捉え方 2.潜在顧客との接点、自社サイトの資産化 3.来て欲しい人は誰か？見つけてもらうサイトづくりの考え方 4.SEO施策とコンテンツの関係 5.カスタマーシナリオを描く
		【演習】 自社サイトのカスタマーシナリオを作成する	ターゲット顧客の購買プロセスを整理し、購買プロセスごとのシナリオの設計を行います
第5回	6/26 (金)	【講義】 分析で終わらせないアクセスログから導く改善施策	1.仮説の洗い出し 2.大局をつかむ 3.データ推移をみる 4.セグメントによって深掘りする 5.問題点を具体的施策に繋げる
		【演習】 ケーススタディによる仮説検証とレポート作成	サンプルデータをベースに、仮説検証から具体的施策までを、上司や他部門にわかりやすいレポートの作成のコツを習得します