

「新しく獲る」前に、「積み上げてきた資産」を動かす。

BtoBマーケティング & セールス 商談創出支援サービス

株式会社イノーバ



BtoBマーケティングでよくある3つの課題

施策を実施しているのに商談につながりにくい—その背景には、共通した3つの課題があります。

01

ハウスリード(既存リード)が十分に活かせていない

- ✓ 名刺・展示会・過去の問い合わせなどで蓄積したリードに適切なフォローができておらず、そのままになっている。
- ✓ MAやCRMにリード情報はあがるが、取得項目が揃っていなかったり、必要な情報が欠けていたり、マーケティングで活用できる状態になっていない。

02

メールマーケティングの反応が伸び悩んでいる

- ✓ 定期的なメール配信(メルマガ)は続けているものの、開封率やクリック率が上がらない。
- ✓ ただの「お知らせ」になってしまっており、商談につながるイメージが持てない。
- ✓ ハウスリード(見込み顧客)にとって有用な情報を送れているという自信がない

03

新規リードの獲得コストが上昇している

運用型広告でリードを獲得していたが、獲得コスト(CPA)が高止まりしている。

展示会、SEOなどに投資しているが、成果が出るまでの期間が長くなっている。

短期的な費用対効果を経営層に説明しにくい状況になっている。

これらの課題を抱えたまま「新規獲得」に投資し続けると、コストだけが積み上がりやすくなります。

BtoBマーケティングで目指すべき状態

ハウスリード・コンテンツ・Webサイトという「すでにある資産」が立体的につながり、継続的に商談を生み出している状態が理想的。

ハウスリードが 継続的に商談リードになっている

- ◆ 適切にセグメントされた見込み顧客に適切なタイミングで適切なメッセージが届く
- ◆ インサイドセールスが質の高い商談に集中できる状態になっている
- ◆ 低コストで短期間の商談創出が実現している

コンテンツ・Webサイトが 「資産」として機能している

- ◆ 記事・事例・ホワイトペーパーなどのコンテンツが継続的に新規リードを生み出し続けている
- ◆ 広告に頼らず、自社サイトから安定的に問い合わせが入ってくる
- ◆ コンテンツが商談前の「信頼形成」の役割を担っている

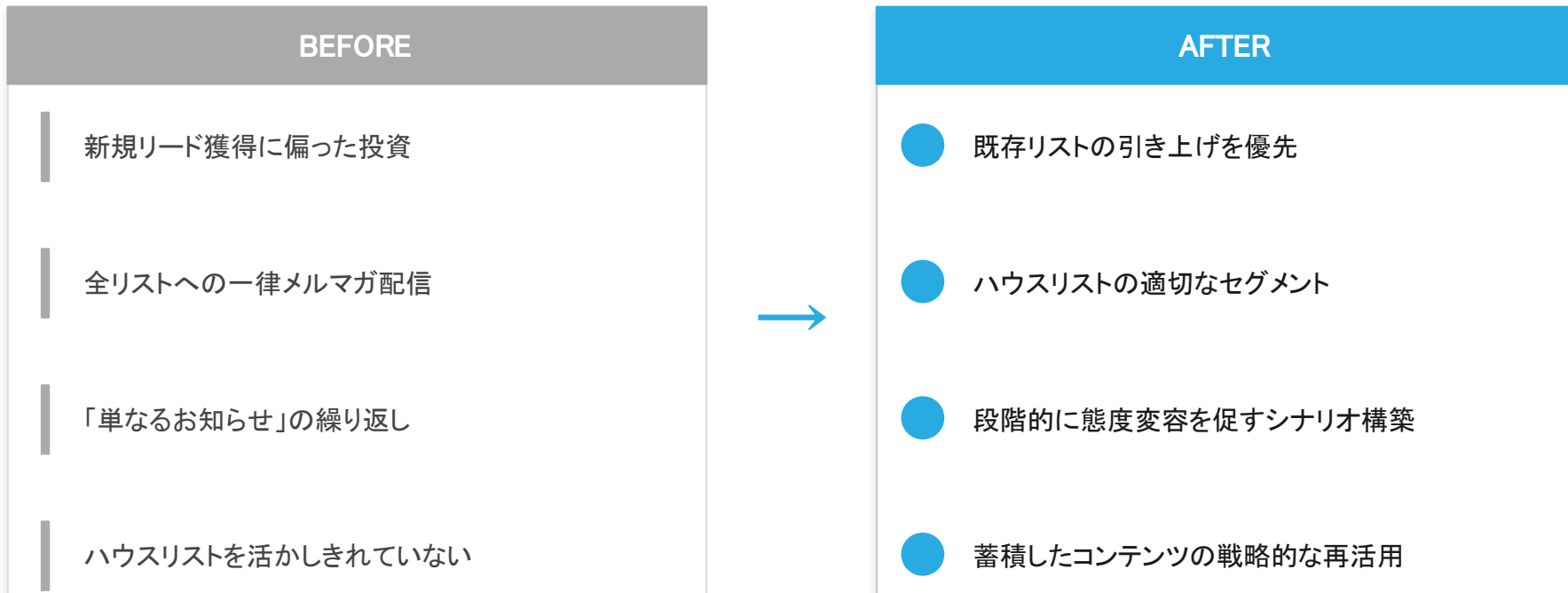
マーケティングと営業が 一体となった体制が整っている

- ◆ 共通の目標・言語で動けており、施策の優先度がそろっている
- ◆ PDCAが回り続け、施策の精度が自律的に上がっていく
- ◆ 成果の見える化により、経営層への説明が容易になっている

上記の理想の状態に近づくために、イノーバが商談創出のお手伝いをいたします。

イノバのアプローチ： 蓄積したハウスリードを効率的に商談につなげる仕組みを構築

「一斉配信・集客重視」から「戦略的なセグメント × 態度変容シナリオ」への転換をご支援します。



「セグメント」×「コンテンツ」の設計で、効率的にハウスリードから商談を創出することができます。

貴社が得られるベネフィット

新規顧客の獲得コストは既存顧客の維持コストの5倍かかるというマーケティング原理(1:5の法則)に順じて、短期的な商談創出にとどまらず、中長期にわたって「選ばれやすい企業」になるための基盤を構築します。

短期～中期で得られる成果

商談数の増加

ハウスリードへの戦略的アプローチにより、新規広告費をかけずに商談を創出。コスト効率の高いパイプラインを構築します。

インサイドセールスの効率化

ホットリードの見極めと引き渡し設計により、「質の高い商談」に集中しやすい状態を実現します。

マーケティング投資の可視化

商談創出数・反応率などのKPIを定例レポートで可視化。投資対効果や打ち手の改善が明確になります。

中長期で積み上がる価値

ザイオンス効果による「選ばれやすさ」の向上

接触頻度が高まるほど好意度が上がる単純接触効果(ザイオンス効果)により、継続的なコンテンツ接触が購買時の信頼・親近感につながります。

「認知」から「想起」へのブランディング

検討フェーズに入ったとき、真っ先に思い出される存在になること(想起集合への参入)が受注率を高めます。コンテンツの蓄積がこれを実現します。

運用型広告より高い投資対効果

広告は止めると成果も止まりますが、コンテンツ・ナーチャリングの仕組みは資産として蓄積。中長期では広告より高いROIを実現しやすくなります。

イノーバの商談創出支援サービス - 3つのプラン

貴社の状況・課題に合わせて、最適なプランをご提案いたします。プランの組み合わせも可能です。

商談創出伴走(メインプラン)

A. 商談創出伴走プラン

貴社保有のハウスリードとコンテンツで商談を創出するための仕組みを設計

65万円~/月 × 6ヶ月
= 390万円~

- ・ 貴社保有リードのセグメント
- ・ 態度変容シナリオ設計
- ・ 商談化の仕組み構築
- ・ 月次定例MTG(レポート+コンサルティング)

B. コンテンツセットプラン

ナーチャリングに効果的な2種類の新規コンテンツをセットでご提供

90万円~/月 × 6ヶ月
= 540万円~

- ・ Aプランの全施策を含む
- ・ 新規ホワイトペーパー制作(2本)
- ・ 事例コンテンツ制作(2本)

Webサイト集客特化プラン

Webサイト集客伴走プラン

Webサイトへの集客のために、SEO、AIO、LLMOをはじめとしたコンテンツ制作+コンサルティング

48万円~/月 × 6ヶ月
= 288万円~

- ・ コンテンツ戦略設計
- ・ SEOコンテンツ制作(月4本)
- ・ 月次定例MTG

※ メインプランとWebサイト集客伴走プランの組み合わせも可能です

A. 商談創出伴走プラン 65万円~/月 × 6ヶ月=390万円~

こんな企業様に

- ・ 数百~数万件のリードリストを保有しているが適切にフォローできていない
- ・ MAツールを導入済みだが活用しきれしていない
- ・ インサイドセールスと連携した商談創出の仕組みを作りたい
- ・ 短期間で商談数を増やしたい

3つの支援内容

リードのセグメント化

属性データの整理

業種・役職・企業規模などの軸で整理

優先順位付け

優先的にナーチャリングすべきセグメントの選定

態度変容シナリオ設計

コンテンツの棚卸し

既存コンテンツの整理と、不足コンテンツの棚卸し

段階的シナリオの設計

3~4ステップのメールコミュニケーションによる段階的な態度変容設計

商談化の仕組み構築

シナリオに応じたCTA

CVから逆算したCTA設計

戦略的メール文面

「お知らせ」の発信ではなく、見込み顧客の行動を促すメール文面

月次振り返りによるPDCA

シナリオの成果に応じた、改善策をご提示

B. コンテンツセットプラン 90万円~/月 × 6ヶ月 = 540万円～

こんな企業様に

- ・ 既存リストの活用に加え、商談につながりやすい新規リードも獲得したい
- ・ ホワイトペーパーや事例コンテンツを制作したいがリソースがない
- ・ コンテンツを起点に潜在層を顕在化させる仕組みを整えたい
- ・ マーケティングと営業、両方の成果につなげたい

支援内容

Aプランの全施策を含む

リードのセグメント化・シナリオ設計・IS連携による商談創出を実施

シナリオに応じた新規ホワイトペーパーの制作

ターゲットの課題を解決し、リード獲得を最大化する資料を2～3本制作

事例コンテンツの戦略的制作

検討フェーズを前進させる導入事例インタビューを2～3本制作・拡充もしくは、顧客課題ごとのユースケースコンテンツ

ブランディングの強化

既存リードの引き上げだけでなく、新規顧客の獲得や理解促進につながるコンテンツで新規接点も拡大

Webサイト集客伴走プラン 48万円~/月 × 6ヶ月=288万円~

こんな企業様に

- ・ サイトへのオーガニック流入を着実に増やしたい
- ・ 長期的な資産となる記事コンテンツを積み上げたい
- ・ 広告に頼らない集客基盤を構築したい
- ・ AIO、LLMOなど、AIによる情報収集を意識したコンテンツを整備したい
- ・ スモールスタートでWebマーケティングを始めたい

支援内容

コンテンツターゲット(ペルソナ)の設計とコンテンツ企画

コンテンツをあてるべきペルソナの設計と、コンテンツの役割を設計。「選ばれるブランド」の観点でコンテンツ戦略の設計

SEOキーワード設計

検索意図を深く分析し、コンバージョンにつながりやすいキーワードを選定

高品質なSEOコンテンツ制作

月4本(年間40本)読者の課題を解決する専門性の高い記事を継続制作

集客レポート・定例MTG

月次の流入・KPI進捗を報告し、改善施策を継続的に提案

イノーバが提供する3つの独自価値

単なる配信代行や記事制作にとどまらない、戦略的な「資産活用」と「組織連携」でご支援します。

01 コストパフォーマンスと成果につながる戦略設計

従来の活動で拡充しながらも、活用しきれていなかった「既存リード」という資産を最大限に活用することで、効率的に成果を出せる仕組みを構築します。

02 蓄積したコンテンツの戦略的な再活用

これまでに制作したコラムや事例を丁寧に棚卸し。「どのフェーズのお客様に」「どの順番で」届けるべきかを、戦略に基づいて整理します。既存資産を最大限に活かし、新たなコンテンツ制作コストを抑えながら成果を高めます。

03 PDCAサイクルによる「商談化率」の継続的な改善

配信結果の集計にとどまらず、開封率・クリック率・商談化率を定例MTGで検証。シナリオや配信内容を継続的にチューニングすることで、施策の精度を高めます。

アウトプットイメージ(商談創出伴走)

ご支援を通じて、以下のような成果物・レポートをご提供します(下記は一例です)

セグメント別 シナリオ設計図

どのセグメントに、どのコンテンツを3~4
ステップで送るかのフローチャート

ターゲット属性の定義

配信タイミングの可視化

ペルソナ設計：サマリー

コパヘルソナ	コアコパヘルソナ	サブコパヘルソナ
コアコパヘルソナ 購入意思のある 高収入層、マーケティング 担当者	コアコパヘルソナ 購入意思のある コスト削減に意欲のある 経営者	サブコパヘルソナ コパヘルソナに 近い層、マーケティング 担当者
課題解決 コパヘルソナの課題を 解決する	課題解決 コパヘルソナの課題を 解決する	課題解決 コパヘルソナの課題を 解決する
主要材料 PCLCM / SWS	主要材料 PCLCM / SWS	主要材料 SWS
コア 高収入層、マーケティング 担当者	コア 高収入層、マーケティング 担当者	コア 高収入層、マーケティング 担当者

サマリー：既存コンテンツの棚卸しとフェーズマッピング

ペルソナ	コンテンツ	フェーズ
ペルソナA	コンテンツA	フェーズA
ペルソナB	コンテンツB	フェーズB
ペルソナC	コンテンツC	フェーズC

態度変容 コンテンツマップ

潜在層から顕在層へ引き上げるための
コンテンツ配置案

既存資産の棚卸し結果

不足コンテンツの特定

バイヤージャーニーへの配置

ターゲットペルソナ設計担当者	コパヘルソナ
ターゲットペルソナ設計担当者 ターゲットペルソナ設計担当者	コパヘルソナ コパヘルソナ

商談創出 レポート

既存リードからの商談化件数や、再CVIに
至ったパスの可視化

貢献コンテンツの分析

改善アクションの提示

KGI設計 | プロジェクトが目指すベータゴール (仮説)

数値目標を設定し、KGI設計 | プロジェクトが目指すベータゴール (仮説) を実現するための施策を決定する。

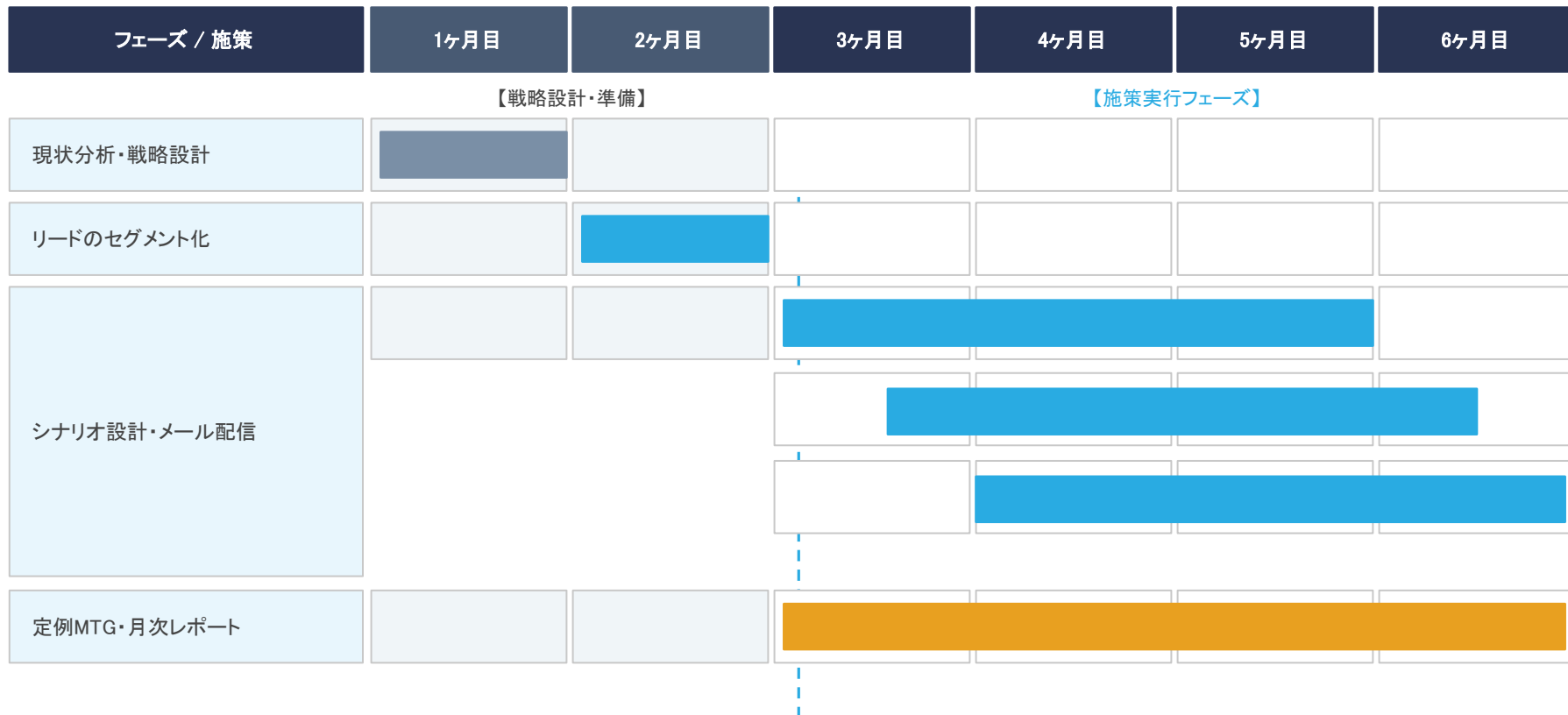
本施策 KGI	MQI昇格数	本施策 KGI	MQI昇格数
月 10	件	月 10	件
8.2	件	1.6	件
=		9.8	
件		件	
件		件	

プラン比較

施策・サービス	A. 商談創出伴走	B. コンテンツセット	Webサイト 集客伴走
現状分析・戦略設計	○	○	○
リードのセグメント化	○	○	—
態度変容シナリオ設計・配信	○	○	—
ホワイトペーパー制作	—	○	—
事例コンテンツ制作	—	○	オプション
SEOコンテンツ制作(月4本)	—	—	○
定例MTG・KPIレポート	○	○	—
月額目安 / 6ヶ月合計	65万円～ / 390万円～	90万円～ / 540万円～	48万円～ / 288万円～

※ 詳細はご予算・施策内容・期間によりカスタマイズいたします

ご支援スケジュールイメージ(6ヶ月)



※ スケジュールはお客様の状況に応じて調整いたします

オプションメニュー・料金表

オプション名	価格目安	詳細・備考
ハウスリスト データエンリッチ	初期構築: 20万円～ データ付与 15円×リード数	貴社保有のリード情報に「業種」「企業規模」などの属性情報を付与いたします。
ホワイトペーパー制作(追加)	55万円～ / 1本	テーマ企画～原稿制作～デザイン(PDF)
事例記事制作(追加)	30万円～ / 1本	顧客インタビュー～記事化
LP制作	15万円～/1ページ	シナリオで訴求する内容によりLP作成支援
SEOブログ追加制作	32万円 / 4本	集客プランへの追加制作

※ その他、ご要望がございましたらお聞かせください

プラン別 参考価格

A. 商談創出伴走プラン

¥650,000～

月額¥650,000 × 6ヶ月

6ヶ月合計

¥3,900,000～

- 現状分析・戦略設計
- リードのセグメント化
- 態度変容シナリオ設計・配信
- 定例MTG・商談創出レポート

B. コンテンツセットプラン

¥900,000～

月額¥900,000 × 6ヶ月

6ヶ月合計

¥5,400,000～

- Aプランの全施策を含む
- ホワイトペーパー × 2～3本
- 事例コンテンツ × 2～3本
- 需要創出コンテンツ施策
- 定例MTG／レポート

Webサイト集客伴走プラン

¥480,000～

月額¥480,000 × 6ヶ月

6ヶ月合計

¥2,880,000～

- 現状分析・戦略設計
- SEOコンテンツ月4本 × 6ヶ月=24本
- 既存コンテンツ棚卸し・改善
- 集客レポート・定例MTG
- ※メインプランとの併用可

※ ご予算・ご要望・施策内容によりカスタマイズ対応いたします。まずはお気軽にご相談ください。

FAQ

Q1. 6ヶ月間より長い／短い 契約は可能ですか？

A. ハウスリードへのナーチャリングは、リストの精査・シナリオ設計・配信・改善という PDCAサイクルを回すのに一定の期間が必要です。実績として、初期設計に1～2ヶ月、施策効果が数値に現れ始めるのに2～3ヶ月かかるケースが多いため、6ヶ月を基本単位としていますが、ご予算や他の施策との兼ね合い等で変更は可能です。ご相談ください。

Q2. MAツールを導入していないのですが、支援は受けられますか？

A. MAではなくメール配信エンジンとリードリストがあれば対応可能です。ただし、MAを導入いただいたほうがリードのセグメントや効果検証は行いやすくなります。MAツールの選定・導入のご相談も承っております。

Q3. ハウスリードの件数が少ない・リストが古い場合でも効果はありますか？

A. 件数よりも「質」と「アプローチ方法」が重要です。数百件のリストでも、適切にセグメントし、課題に刺さるコンテンツを届けることで商談につながるケースがあります。リストの鮮度については、オプションの「データエンリッチ」で属性情報を補完することも可能です。また、コンテンツセットプランであれば、新規リードを獲得するためのホワイトペーパーの制作も可能です。

その他、ご不明点がございましたら是非お問い合わせください。

サービス内容に関してご不明点がございましたら
下記のボタンよりお気軽にお問い合わせください

ご質問・お問合せはこちら

株式会社イノーバ マーケティング部

電話: 03-4405-7431

メール: mktg@innova-jp.com

Webサイト: <https://innova-jp.com/>



個人と企業にイノベーションの力を与える