

成功事例から学ぶ

参加
無料

インテントセールス活用方法

パネルディスカッション

オンライン開催

2023.12.5

Tue

12:00 - 13:00

【第1部】マーケティング領域での活用可能性
【第2部】インテントセールス実践例



小笠原 羽恭
株式会社Sales Marker
代表取締役 CEO



太田 翔葵
株式会社シャコウ
代表取締役



伏見 匡矩
株式会社エイチ
代表取締役

目次

chapter01

登壇社・会社紹介

chapter02

インテントフォーム営業の勝ちパターン

chapter03

告知・お知らせ

chapter01

登壇社・会社紹介

自己紹介

「BtoBの暗黙知をゼロ」にするをミッションに社内外でBtoBマーケ領域で精力的に活動

BtoB Marketing Consultant



BtoBコンサルタント
(戦略設計/マーケティング)

太田 翔葵
Shoki Ota

経歴 (現在)

株式会社シャコウ 代表取締役社長
株式会社White Lake 取締役
株式会社wacul (東証グロース) 研究パートナー
株式会社AdAI 顧問
エキサイト株式会社 (東証スタンダード) 顧問
(fangrowth事業部)

経歴概要

創業直後のスタートアップにてwebディレクターに従事。500万PVクラスのメディアグロースに貢献。予算1億の事業責任者として、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。2022年2月に株式会社シャコウ創業し、BPaaS Growth Companyとして中小企業からエンタープライズまで幅広く支援。2023年4月にホワイトペーパーを起点とした、BtoB SaaSの開発・運営を行う株式会社White Lakeを設立。上場企業のパートナーや顧問などを多数兼任。

上場企業含むBtoB領域の企業でパートナー・顧問を兼任。講演実績も多数。

顧問・研究パートナー企業



ウェビナーSaaS・コミュニティ



AIアナリスト



AIコール

登壇活動





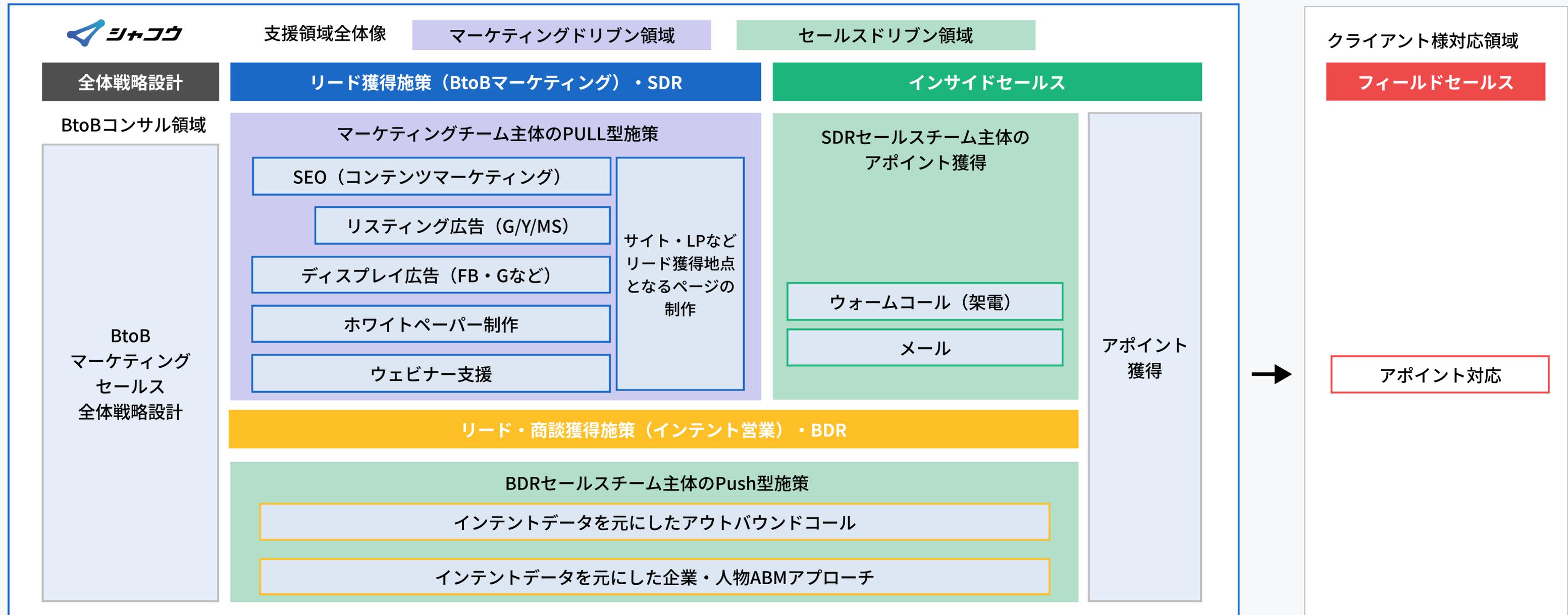
BPaaS Growth Company

実行ある戦略で

The Modelに基づいたマーケティングからセールス理論を遂行し、BtoB事業をグロースする



The Modelにおけるマーケティングからインサイドセールス業務の全てをシャコウが代行



商談獲得コミット型BPaaS 「90秒ホワイトペーパー」

商談獲得コミット型
BPaaSサービス

90秒ホワイトペーパー

powered by  WhiteLake

ホワイトペーパーでの
リード獲得から90秒コールで
アポ獲得を最大化



マーケティングだけでも、セールスだけでもない

事業フェーズに応じた THE MODEL型組織をまるごと実現

90秒ホワイトペーパー for **インテントフォーム**



インテントデータを用いて
リアルタイムに興味関心を持つ
企業に訴求

PMF検証期 (シード～アーリー期)

プロダクト・サービスに興味を持つ顧客
に広くアプローチし、効率的にリード・
商談獲得を行う。予算をかけずにPMF検
証をしたい企業向き。当たり顧客群を発
見する。

90秒ホワイトペーパー for **AD**

媒体   

ターゲティング 年齢 / 性別 /
興味関心 / 役職 etc

クリエイティブ  

グロース期 (アーリー～シリーズA期)

マーケティング予算を投下し、プロダク
トサービスのグロースに力を入れてい
く。
KPI達成のためのリード獲得・商談獲得
の最大化を目指す。

90秒ホワイトペーパー for **ハウスリスト**



ハウスリストを用いて
効率的な商談獲得

ROAS効率化 (ハウスリスト数千)

これまで獲得してきているハウスリード
に対して、再度アプローチ・ナーチャリ
ングしていくことで、効率良くアポ獲得
を実現していく。

White Radar無料掲載 企業様を募集中

貴社サービス・ホワイトペーパーに興味のある顧客に**無料でアプローチ**しませんか？

完全無料（0円）で使える
BtoBメディア White Radar

掲載企業、続々増加中



- | | | | |
|---|---|---|--|
|  株式会社Japan Pride |  adapt株式会社 |  DX DXHR株式会社 |  サロミー株式会社 |
|  株式会社Timers |  株式会社レトリバ |  Nui株式会社 |  株式会社KAGEMUSHA |
|  株式会社イメジン |  株式会社NewsTV |  株式会社ECPower |  株式会社BuzzConnection |
|  Whoever株式会社 |  relate株式会社 |  株式会社ウサギィ |  株式会社 Grant Hope |
|  株式会社美職カンパニー |  ファイブゲート株式会社 |  株式会社シェアウィズ |  株式会社シャコウ |

無料で掲載/相談する

メンバー体制（マーケティング・クリエイティブ）

BtoBコンサルティング部門（戦略設計/分析）

太田 翔葵

創業直後のスタートアップにてwebディレクターに従事。500万PVクラスのメディアグロースに貢献。予算1億の事業責任者として、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。2022年2月に株式会社シャコウ創業し、BtoBに特化した伴走型マーケティングカンパニーとして中小企業からエンタープライズまで幅広く支援。2023年4月にホワイトペーパーを起点とした、BtoB SaaSの開発・運営を行う株式会社White Lakeを設立。株式会社waculにて最年少の研究パートナーも務める。



BtoBクリエイティブ部門（デザイン/UIUX）

小関 優人

リクルートやスタートアップで複数の新規事業開発（BizDev）に従事。大学卒業後、株式会社LITALICOでプラットフォームビジネスの立ち上げに参画。その後フリーランスを経て、BtoBスタートアップのsoucoにCXO（Chief eXperience Officer）として参画し、プロダクト全体の体験・クリエイティブを統括した。2022年にNui株式会社を設立し、伴走型デザインサービスを提供すると同時に、クリエイティブ部門長も務める。



BtoBマーケティング部門（マーケ実務運用/制作）

木戸 堅斗

スタートアップにて、SEOディレクターとして月商1000万円規模のメディアヘグロース。太田と共に、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。その後、広告代理店にて、主にD2C事業を展開する企業を支援。月間数千万円の広告運用経験を持つ。過去BtoB企業へのコンテンツ納品（SEO・ホワイトペーパー）は、1000本を超える。



株式会社wacul（東証グロース）の最年少研究パートナーも兼任

WACUL TECHNOLOGY & MARKETING LAB

太田翔葵

2019.11.13

研究パートナー

WACULテクノロジー&マーケティングラボは研究活動の“スピード”と“深さ”の強化の一環で、多面的な情報と視点を研究活動に取り入れるべく、「研究パートナー制度」を設けています。

研究パートナーは、デジタルマーケティングのより幅広い分野のエキスパートにより構成され、それぞれの得意とする分野における勝ちパターンの開発・提供を、WACULのビッグデータや分析アルゴリズムといった基盤を活用しながら共に行っていきます。

1997年生まれ。明治大学中退。2017年大学入学と同時に、創業直後のスタートアップにてwebディレクターに従事。seoを軸に0から月間500万PVクラスのメディアグロースに貢献。その後、予算1億の事業責任者として、シニア領域におけるBtoBtoC事業の立ち上げを行う。2022年2月に株式会社シャコウ創業し、BtoBに特化した伴走型グロースカンパニーとして、戦略・実行・クリエイティブ・ファイナンスの4面での総合的な支援を行っている。

メンバー体制（インサイドセールス）

BtoBセールス部門（インサイドセールス）

山下裕貴

広告代理店等で営業職・マーケティング支援業務に従事した後、2019年よりインサイドセールス構築支援を開始。2020年に**営業代行会社を創業し2021年に事業譲渡**を経験。累計6年間で、中小企業から東証プライム**上場企業を含め100社以上のインサイドセールス(BDR/SDR含む)の支援**を経験。上場SaaS企業の30名以上の大規模なインサイドセールス組織の構築や、新設法人のBDR部門立上げ（半年程度のご支援で月商800万円以上の売上を創出）等を経験。2023年よりWhiteLakeに参画し、インサイドセールスMGの業務を担当。



セールス顧問

福山 敦士（元DORIRU 代表取締役）

香川オリーブガイナース球団 代表取締役社長
新卒でサイバーエージェントに入社。27歳で独立し、株式会社レーザービーム代表取締役に就任。クラウドソーシングサービス、HRサービスを起ち上げ、28歳で東証一部上場企業の株式会社ショーケースに事業・株式をそれぞれ譲渡。同社取締役に就任。YouTube関連事業を起ち上げ、東証プライム上場の株式会社スカラの子会社へ譲渡。2020年、DORIRU（旧ギグセールス）をM&A、代表取締役に就任。3年で売上15倍、従業員数200名の採用（野球部採用）を実現後、ソニーの関連会社へ株式譲渡。2023年、プロ野球独立リーグ香川オリーブガイナース球団をM&A、代表取締役社長に就任。



BPaaS Growth Company

BtoB業界で実績のあるプロによる、実行ある戦略で
The Modelに基づいたマーケティングからセールス
理論を遂行し、BtoB事業をグロースする

戦略・マーケティング・セールス・クリエイティブの4本の柱がシャコウの強み

BtoB Strategy Studio

BtoBマーケティングの王道ロジックに当てはめ、貴社サービスの強みを活かした「勝ちパターン」の創出を行う。正しい戦略設計を行うことで貴社の進むべき道を明らかにする。



BtoB Marketing Studio

正しい戦略設計を忠実に実行することで、最速で結果を出すことにコミットする。SEOや広告などのマーケティングオペレーションと高速PDCAで、貴社の事業グロースに貢献する。



BtoB Creative Studio

企業の意志決定をするのは、人という思想のもと、顧客担当者の心を動かすクリエイティブで貴社の事業価値を正しく届ける。ロジックとクリエイティブの調和で貴社の強みを最大化します。



BtoB Sales Studio

マーケティングで獲得したリードに対するアポ獲得（SDR）・アウトバウンドでのアポ獲得（BDR）の両面から貴社事業グロースに欠かせないセールス業務を代行。



他社との違い

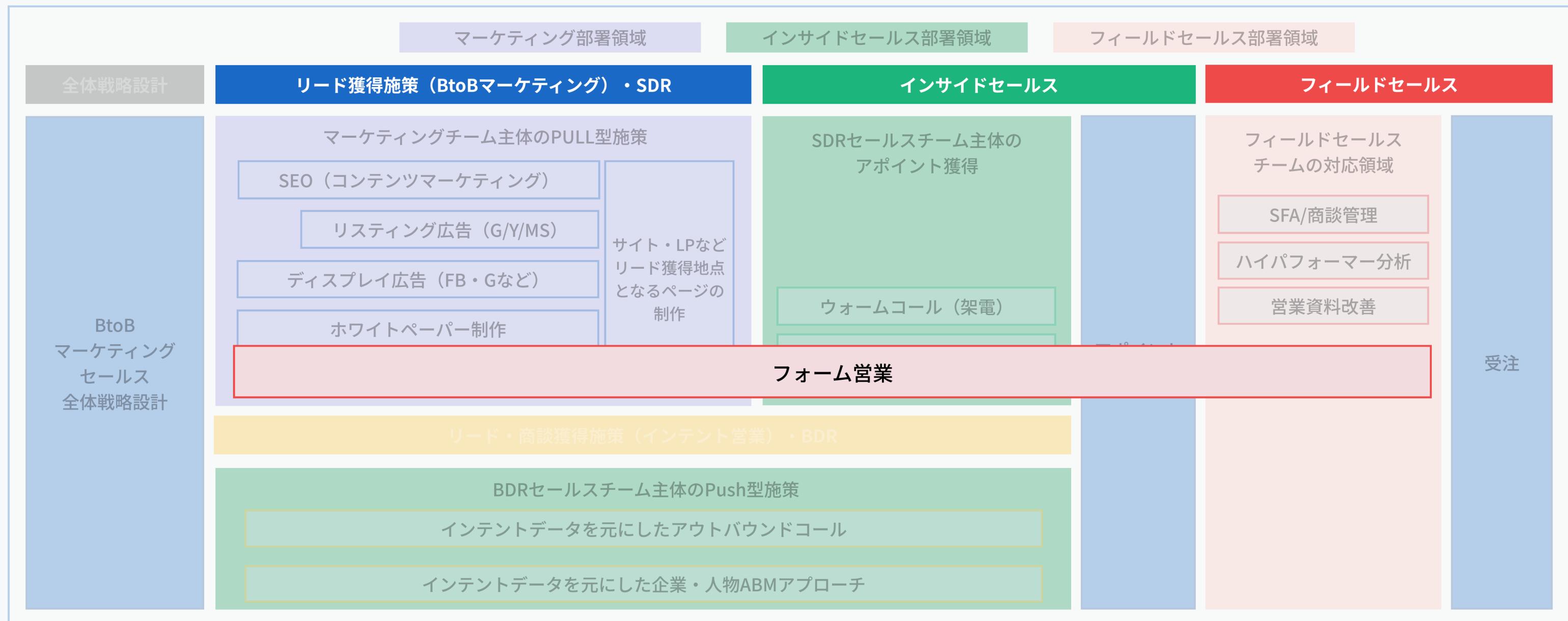
支援会社	 WhiteLake	コンサルティング会社	マーケティング支援会社	制作・デザイン会社	営業代行会社
BtoBに対する理解	◎	○	△	△	○
戦略設計能力	◎	◎	△	×	×
BtoBマーケ実行能力	◎	△	◎	×	×
BtoBセールス実行能力	○	×	×	×	◎
クリエイティブ力	○	△	△	◎	×

chapter02

インテントフォーム営業の 勝ちパターン

マーケ・セールス施策の中でのフォーム営業の立ち位置

フォーム営業はBDRとSDRの性質を併せ持つ施策であり、リソースが少ない中でも部署単体で実行しやすい



フォーム営業の勝ちパターン設計

フォーム営業の勝ちパターンは、「配信リスト」 × 「訴求軸/パターン」 × 「送信タイミング」

配信先リストの作成



×

貴社にて、書類送付・回収等で、レターパックのご利用はされていらっしゃいますでしょうか？

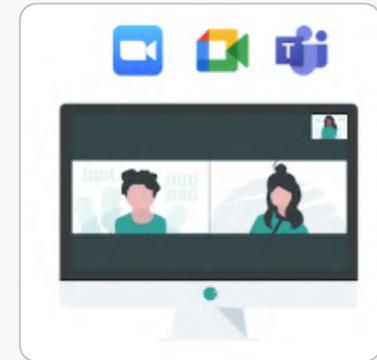
ただいま当社にて、送付先宛名印字済みのレターパックを納品させていただきサービスを実施しております。まずは貴社の業務をどの程度効率化できるか、シミュレーションのご提示ができればと思いますので以下よりご面談のご予約をいただけますと幸いです。

<https://timerex.net/s/WhiteLake/acc2b916>

.....
.....
.....

XXXXに関するお役立ち資料を無料配布しておりますのでもしこちらご関心がございましたら是非ダウンロードしていただけますと幸いです。

<https://white-radar.jp/whitepaper/bd183910-a5d6-44c3-b77c-c255e3d056ba>



直接アポ以外のコンバージョン地点として、ホワイトペーパーやウェビナーの着地導線を用意しておく

01

01 インテントデータにを用いたリストの作成

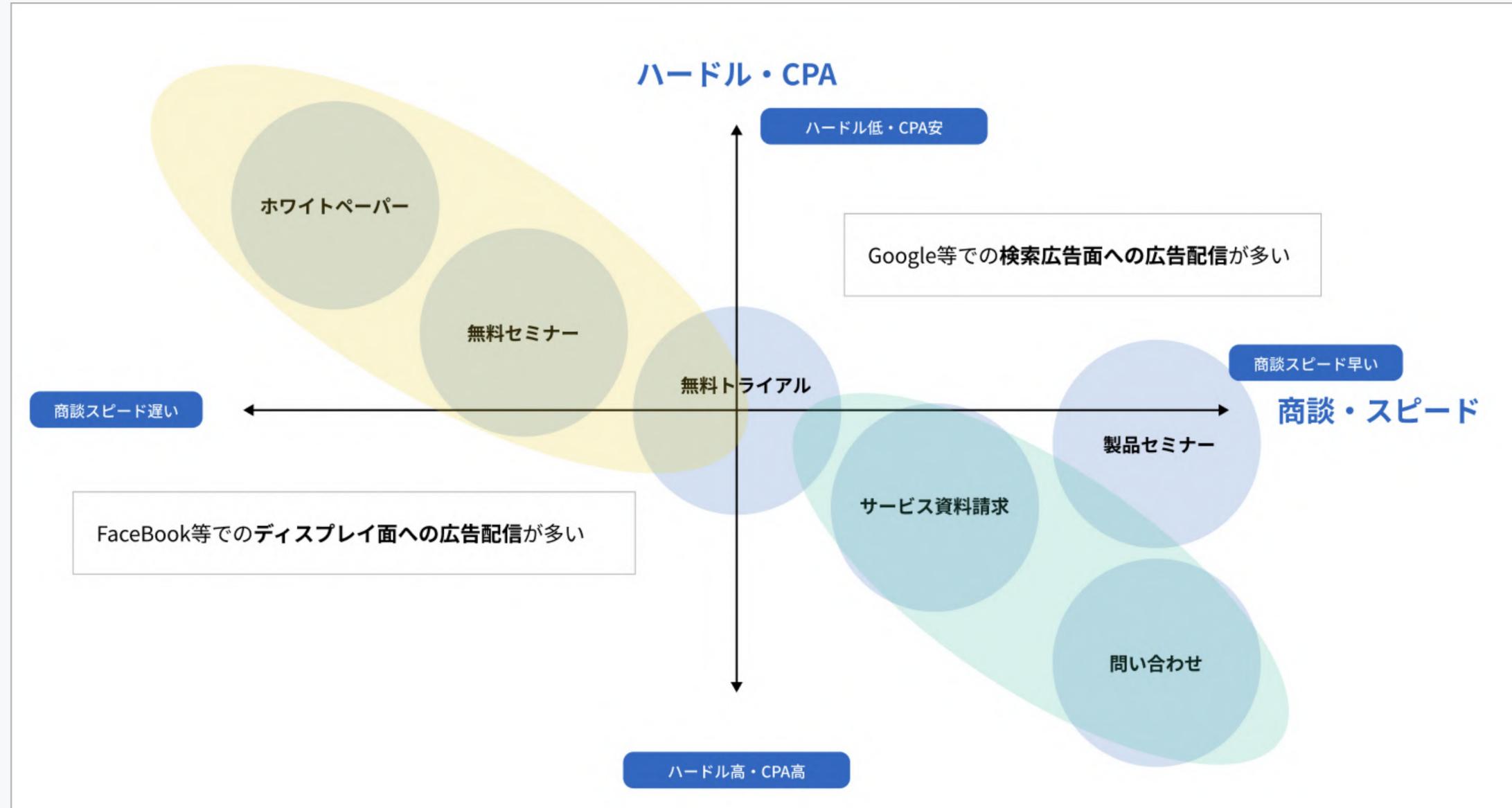
インテントデータ等を用いてセグメント・ターゲティングされた企業リストを作成することで、効率的なアプローチを実現する。

02

02 訴求文面と配信タイミング

訴求文面として、ハードルを下げたコンバージョン地点（CTA）を用意しておくことは必須。配信タイミングは、月・金を避け、火・水・木に送信を実行する。

ハードルに応じたコンバージョン地点を用意しておき、取りこぼしを最小限にする



商材にもよるものの、サービス資料請求や問い合わせでの広告配信では、CPAが高どまることが多い。特にスモールスタートのミニマム予算でスタートする場合、1リード獲得に5~10万円かかることもあり得る。

そのため、リードCPAを安く抑えられるPull型コンテンツ（ウェビナーやホワイトペーパー）を中心に集客をかけていき、ハウスリストへの資産としつつ、ISで効率的にアポを作っていく流れが好ましい。

勝ちパターンに沿った施策実施を行うことで、通常のフォーム営業の10倍の結果に

CPA3万円以下実績あり。90秒ホワイトペーパーでリード・商談獲得のご紹介

初めまして。株式会社シャコウの木戸と申します。
突然のご連絡申し訳ございません。
貴社の事業貢献に向けた施策をご提案したくご連絡させていただいております。

弊社では「90秒ホワイトペーパー」という、ホワイトペーパーの製作から集客、90秒以内架電を通じてリード・商談を最大化するサービスを行なっております。
実績として、月10商談・100リードの以上の獲得も可能となっております。
マーケティングから商談を作ることで温度感の高い商談を作れるため、商談受注率も高い結果となっております。
ぜひ貴社にもご提案の機会をいただきたくご連絡差し上げました。
大変お忙しいことは存じますが、詳細説明のために30分〜最大1時間程度のショート面談の機会をいただけないでしょうか？

※以下よりご予約のお時間を頂けると幸いです。
{Time Rex のURL}

優先度①直接アポイント

何卒宜しく願い申し上げます。

<事業紹介>
月10商談・100リード獲得も可能
商談獲得コミット型BPaaS「90秒ホワイトペーパー」

サービスLP：{LP のURL}
媒体資料：{資料DL URL}

優先度②サービス資料DL

<お役立ち情報>

①ホワイトペーパーを無料DL
「なぜ企業担当者はコンテンツマーケティングに失敗するのか」

資料DL：{資料DL URL}

優先度③リード獲得
(WP/ウェビナー)

②12/20日開催 無料ウェビナー
A社 × B社 × C社 × D社
BtoBマーケティングのプロが語る！2024年BtoBマーケティングの最前線

ウェビナー申し込み：{ウェビナー URL}

一般的なフォーム営業の反応率

1000社に1件の反応が相場。 (0.1%)

勝ちパターンに沿った施策結果

送付数：3000社

商談獲得：10件

資料DL：8件

ホワイトペーパーDL：5件

ウェビナー申し込み：7件

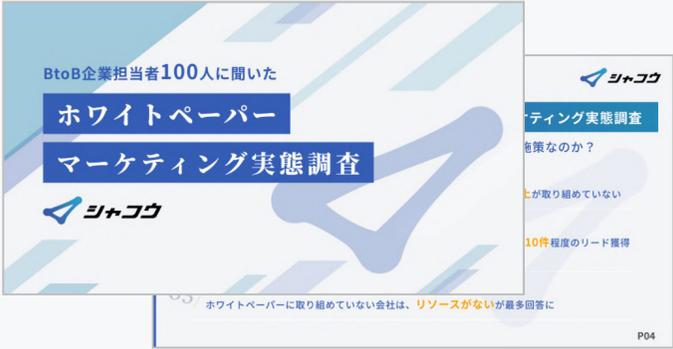
反応：30件/3000社送付 (1%)

ホワイトペーパー・ウェビナーは複数の型を使い分けると有効性が高い

ハードル：低
商談化：遅

ハードル：高
商談化：速

調査レポート型



課題解決型

~なぜ企業担当者は結果を出せないのか~
BtoBコンテンツマーケティング
成功の秘訣

従来からの営業プロセス	営業
ターゲットリスト作成	電話、メール、アポイント、提案、交渉、受注

分業化されたプロセス	マーケティング	インサイドセールス	営業
サイト、セミナー、キャンペーン	リード獲得	メール、電話	クオリファイ、提案、交渉、受注

「サイトからの問い合わせ」

- 新技術
- 業界でのトレンド情報
- 仕業/価格
- 個人/法人事例
- 業績を伸ばすために必要な材料となる情報

- シーズントレンド
- 信頼性
- アプランド力
- 口コミ
- 世界観
- 信頼的な情報

潜在的顧客層の規模 小〜中 小〜大

事例紹介型

1年でセッション数300%UP
コンテンツマーケティング
成功事例
BPO業界 株式会社〇〇〇〇様

60件 → 130件
※2022年7月 ※2022年12月広告込み SEOで月20~30件程度

20,000ss → 80,000ss
※2022年6月 ※2022年12月

セミナー資料型

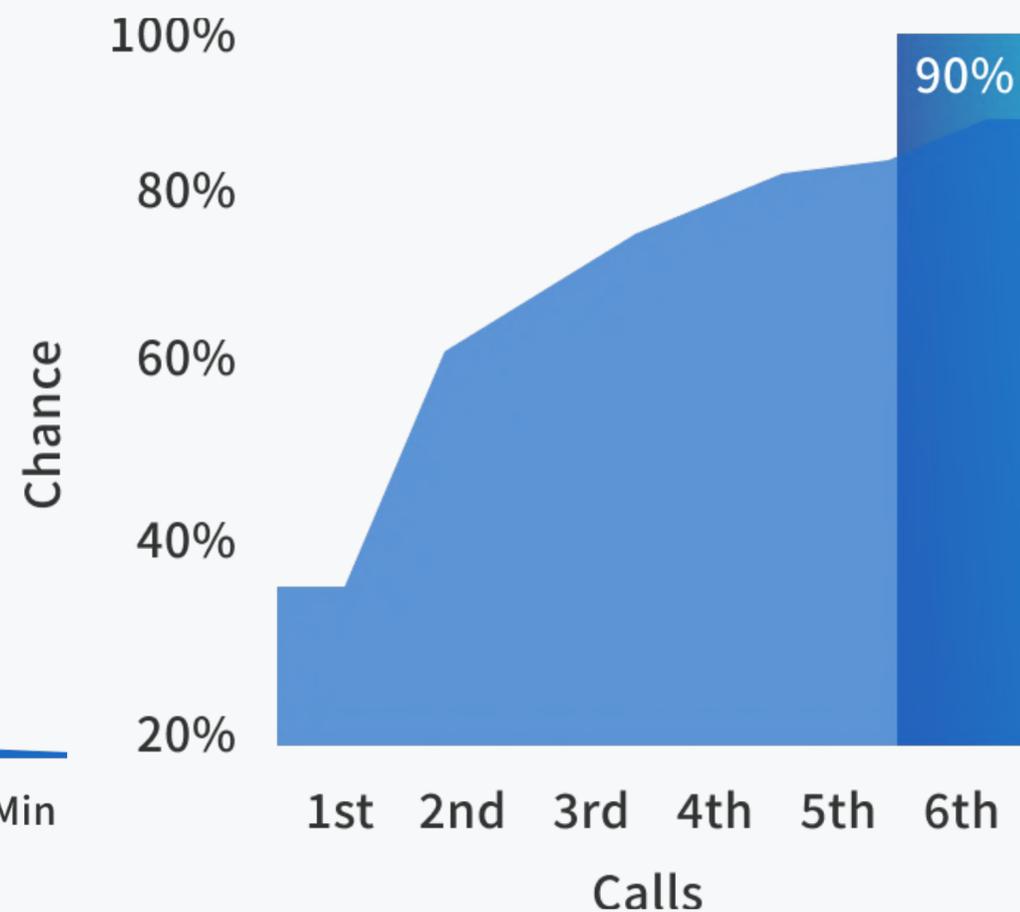
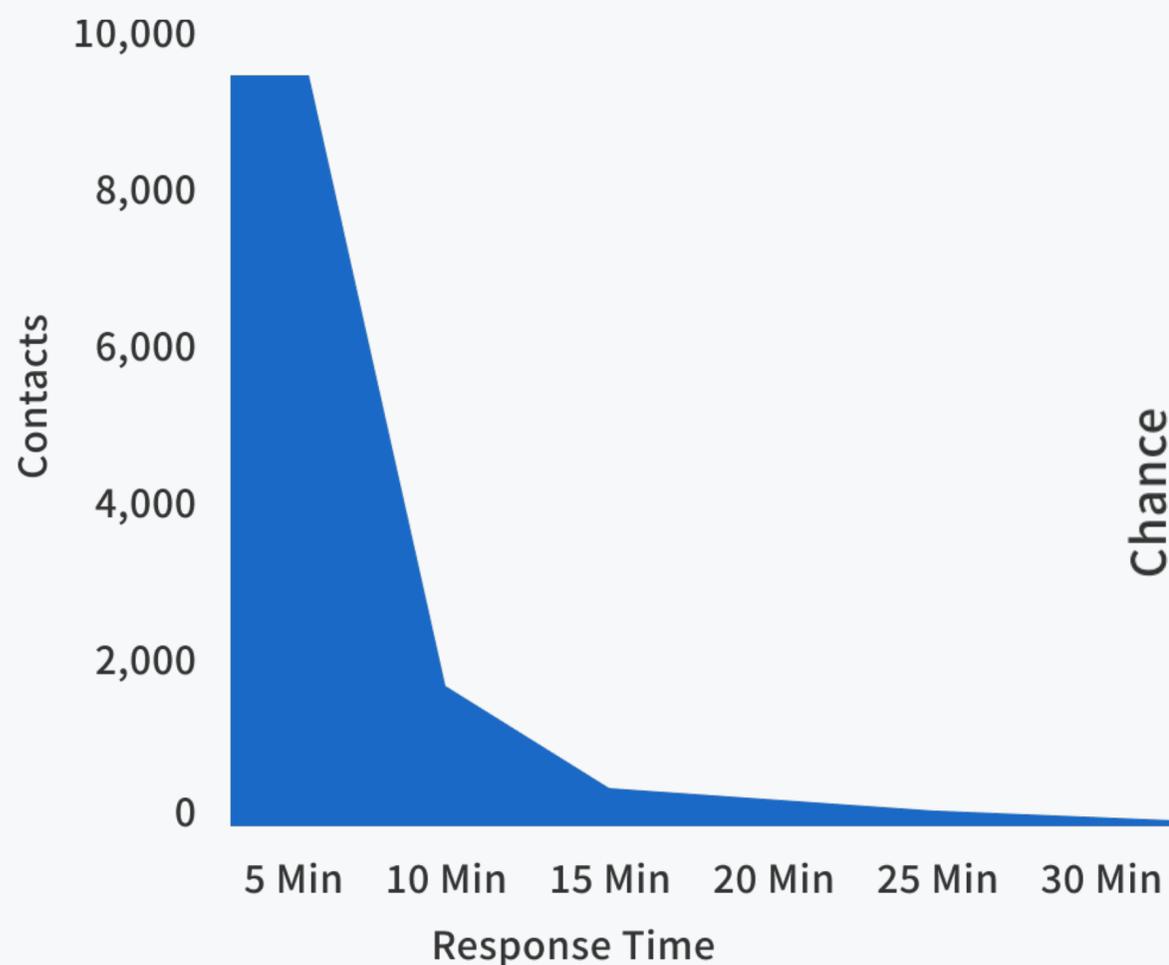
マーケの達人に聞く!
コンテンツマーケティングのKPIは何に置くべきか?
BtoBコンテンツマーケティングの
最適解

2023.07.12 14:00-15:00 ONLINE

2023.10.27 12:00-13:00 ONLINE

インサイドセールスに求められる架電体制

インサイドセールスは5分以内架電・フォローコールは6回を徹底する



リード獲得後5分以内に架電する

ホワイトペーパーやサイトでのリード獲得後、5分以内に接触できているかが重要。ウェビナーの場合は当日からコールをスタート。5分か10分かで4倍も差が出る。

フォローコールは6回はかける

不在により通電しないことは多々あるため、最低6回はフォローコールを行いたい。6回かけることで、コンタクト率は90%まで引き上がる。ISのオペレーションが重要。

引用：[Fast Reply Time is Key to Sales in the Propane Industry](#)

chapter04

告知・お知らせ

商談獲得コミット型BPaaS 「90秒ホワイトペーパー」

商談獲得コミット型
BPaaSサービス

90秒ホワイトペーパー

powered by WhiteLake

ホワイトペーパーでの
リード獲得から90秒コールで
アポ獲得を最大化



まずは無料シミュレーション

マーケティングだけでも、セールスだけでもない

事業フェーズに応じた THE MODEL型組織をまるごと実現

90秒ホワイトペーパー for **インテントフォーム**



インテントデータを用いて
リアルタイムに興味関心を持つ
企業に訴求

PMF検証期 (シード～アーリー期)

プロダクト・サービスに興味を持つ顧客に広くアプローチし、効率的にリード・商談獲得を行う。予算をかけずにPMF検証をしたい企業向き。当たり顧客群を発見する。

90秒ホワイトペーパー for **AD**

媒体 Google YAHOO! JAPAN

ターゲティング 年齢 / 性別 / 興味関心 / 役職 etc

クリエイティブ

グロース期 (アーリー～シリーズA期)

マーケティング予算を投下し、プロダクトサービスのグロースに力を入れていく。KPI達成のためのリード獲得・商談獲得の最大化を目指す。

90秒ホワイトペーパー for **ハウスリスト**



ハウスリストを用いて
効率的な商談獲得

ROAS効率化 (ハウスリスト数千)

これまで獲得してきているハウスリードに対して、再度アプローチ・ナーチャリングしていくことで、効率良くアポ獲得を実現していく。

12月20日開催！無料ウェビナー

クリスマス特別プレゼントウェビナー！

少人数組織でも取り組める、2024年結果を出すための

コンテンツマーケティング×ナーチャリング施策とは？

12/20
12:00-13:00
オンライン
開催


太田 翔葵
株式会社シャコウ/
株式会社White Lake


田中 次郎
クラウドサーカス株式会社


村田 充
株式会社Innovation X
Solutions


仲野 翔也
株式会社CINC



[イベントに申し込む](#)



まずは無料で相談する