

SEO対策専門会社 東京SEOメーカー

コンテンツマーケティング の資料

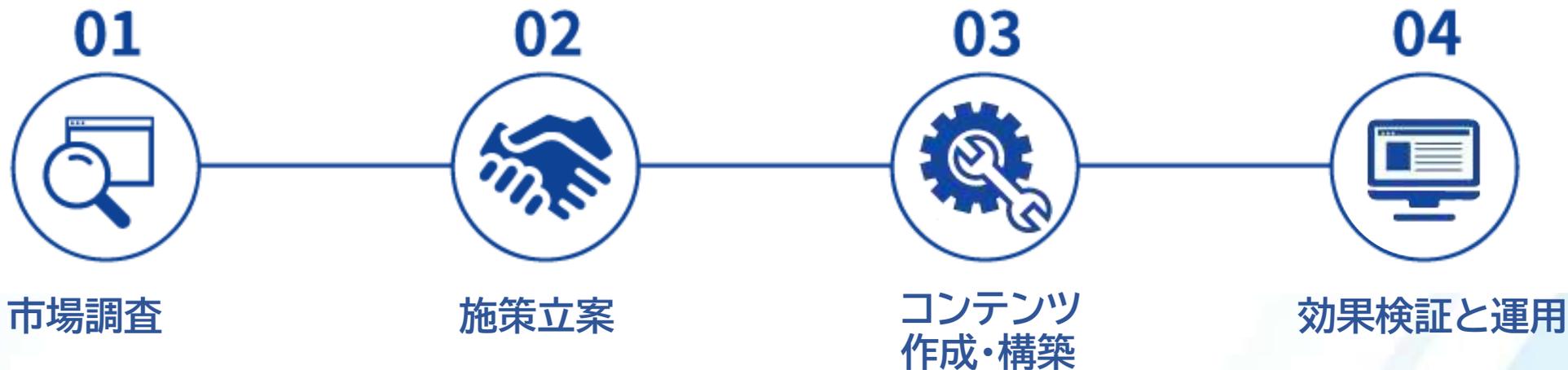
目次

- ✓ サービス概要
- ✓ ストーリーブランド戦略
- ✓ コンテンツマーケティングで実践
- ✓ 各コース料金
- ✓ 実績
- ✓ 会社概要
- ✓ ご利用の流れ・よくある質問

コンテンツマーケティングとは？

コンテンツマーケティングは、ユーザーにとって価値のある情報を提供することで関心を持ってもらい、信頼を築く手法です。記事や動画などを通じて、知識や楽しさを共有し、それが結果的に商品やサービスへの興味につながります。長期的に顧客との良い関係を育てることが大切です。

コンテンツマーケティングに必要な戦略策定からお問い合わせまで全てサポートします。



御社サイトと競合サイトを総合的に調査し、ターゲット、セグメンテーション、ポジショニングを決めてコンテンツマーケティングの戦略策定をします。

どのコンテンツマーケティングの施策が一番良いのか打ち手の優先順位を決めます。施策の立案していきます。

オウンドメディアが必要であれば、構築し、ホワイトペーパーが必要であれば、用意し、コンテンツマーケティングを進めていきます。

コンテンツマーケティングの効果検証と運用を行っていきます。見える化したデータドリブン戦略でPDCAを回します。

	メリット	デメリット
コンテンツSEO	見込み客に、サービスや商品をアピールできる、コンテンツが資産となる、SEOで上位表示したら流入が増える	時間がかかる、記事のリライトが必要
ホワイトペーパー	顧客情報を獲得できる、顧客をナーチャリングできる	作成に時間がかかる、資料作成能力とデザイン力が必要
事例資料	コンバージョンにつながりやすい、顧客情報を獲得できる	資料作成に時間がかかる、顧客に許可を得なければならない
SNS運用	ユーザー同士の拡散を期待できる	炎上リスク、誤情報の修正が難しい
メールマガジン	多くの顧客に送信できる	ブロックされる可能性がある、定期的に配信しないとけない
企画型メディア	オウンドメディアが資産となる、リード獲得とナーチャリングがしやすい	時間がかかる、記事量と品質が必要
動画コンテンツ	資産となる、ユーザー同士の拡散効果が期待できる	時間とコストがかかる、動画編集スキルが必要
ウェビナー・セミナー	対面で顧客にリーチできる	参加者を集めづらい
書籍出版	権威を獲得できる	時間と費用がかかる、刊行後、修正ができない

コンテンツマーケティング メリット - コンテンツが24時間365日営業をし続けてくれる

コンテンツは、資産化するため、一度作成すれば中長期的に見込客を連れてきてくれます。

適切なチャネルに適切なコンテンツを発信し続けることで見込み客がファン化したり、新しい新規顧客との接点を得ることが可能。営業活動を十分にすることができない中小規模の企業には非常にありがたい施策です。

アウトバウンド（営業）



1：1のコミュニケーション

インバウンド（コンテンツマーケ）



1：Nのコミュニケーション

費用対効果が悪い



- ・今のコンテンツ代が高い
- ・コンテンツの質が良くない
- ・構成を作れない

CVが少ない



- ・お問い合わせ数が増えない
- ・サイト訪問数が増えない
- ・効果を出す手法を知らない

ノウハウがない



- ・キーワード選定ができない
- ・ターゲットを明確にできない
- ・商品への誘導ができない

そのお悩み、東京SEOメーカーが解決します！

お悩みCase1

コンテンツマーケティングがうまくいかない



専門家チームがターゲットに訴求力のあるコンテンツ戦略を伝授します。SEO技術もメディアに搭載してサポートします。初めてのメディア構築と運用もお任せください。

お悩みCase2

結果につながる記事を実装したい



SEOで上位表示する記事を実装します。狙うキーワードでの上位表示率が高く高い品質のSEO技術を搭載した記事はオウンドメディアで絶大な効果を発揮します。

お悩みCase3

WEBの集客方法がわからない



コンテンツマーケティングの施策は多岐にわたります。オウンドメディアにおけるコンテンツSEOは、トピッククラスターというSEO技術がありますので効果のある施策を実装します。

お悩みCase4

CVや売上が伸びない



コンテンツマーケティングの連動により初めて成果が出ます。すべての施策を連携させて戦略的に施策を打っていきます。

選ばれる理由①

SEOに強い



WEBマーケティングとは「WEBで売れる仕組み作り」です。その中核となるSEOで結果を出せば、施策を効率よく成功させやすくなります。

弊社は最新Googleアルゴリズムの研究により、豊富なSEO技術と独自ノウハウを蓄積。先端SEO対策の実施が可能です。

選ばれる理由②

分析に強い



サイトごとに状況は異なります。そのため確実に成果を出すには、まず現状を的確に把握する必要があります。

弊社では徹底的な3C分析で現状の問題点をピックアップし、データドリブン戦略をふまえて結果につながるマーケティング施策を提案します。

選ばれる理由③

コンテンツに強い



SEO対策とコンテンツ戦略では、適切なキーワード選定と品質の高いコンテンツで様々なキーワードで上位表示させます。ターゲットに訴求力のあるコンテンツ制作と定期的な更新で、オウンドメディアの価値を最大化し、見込み客の獲得をサポートします。

SEOコンサルタント



代表取締役
天野 剛志

マーケティングのエキスパート。
Googleアナリティクス個人認定資格
GAIQ保持。日本大学法学部を卒業
後、オーストラリア・イタリア・フ
ランス・タイ・カンボジアなど世界
各国を旅した後、イギリスで1年半
生活し語学力と国際的視野を磨く。
日本帰国後は広告代理店で営業を経
験。2012年にアドマノを設立。

国際Webコンサルタント



Web 解析コンサルタント
サファウェットパヴィーナ

英語・タイ語・日本語のトリリンガル
で、海外SEOの実績多数。タイのアサ
ンプションインターナショナル大学で
最先端のIT技術を学んだ後、イギリス
のグリニッジ大学大学院に留学し国際
ビジネスを専攻。アメリカに本社を持
つエクソンモービル社タイ支局に勤務
後、設立時からアドマノへ参画。

SEOコンサルタント



Web 解析士
倉上 彩花

Web制作経験を持つSEOコンサルタン
ト。コーダーとして様々なクライアン
トのサイト構築を経験しながら、
UI/UXデザインや解析などの技術を学
んだ後、SEOコンサルタント・Web解
析士へ転向。多方面からサイト制作に
関わった経験とスキルを持つからこそ
の専門的な戦略立案を得意とする。

ストーリーブランド戦略を軸に展開

基本原則 1	主人公	商品やサービスではなく、消費者を主人公にする。
基本原則 2	問題の特定	消費者が買うのは外的問題に対する解決策ではなく、内的問題の解決策である。
基本原則 3	導き手の登場	消費者が求めているのはもう一人の主人公ではなく、導き手である。
基本原則 4	計画の提示	消費者が信頼するのは、計画を提示する導き手である。
基本原則 5	行動喚起	行動を促されて、初めて消費者は行動する。
基本原則 6	回避したい失敗	人間は悲しい結末を避けようとする。
基本原則 7	成功する結末	商品やサービスの価値を推測してもらおうとせず、必ず言葉にして伝える。

1. 主人公

主人公（消費者）の求めるものは？

- ✓消費者の潜在的欲求を明らかにします。
- ✓消費者の願望を1つに絞る

2. 問題の特定

消費者の抱える問題について語れば語るほど消費者は我々の商品に興味を抱く。

- ✓悪役：悪役を定義する
- ✓内的問題：消費者の内的問題は何か
- ✓外的問題：消費者の外的問題は何か
- ✓哲学的問題：哲学的問題に人は深い意味を見出す。

3. 導き手の登場

企業は自らを主人公ではなく導き手としてポジショニングしなければならない

- ✓共感を示す
- ✓導き手としての資格を証明する

7. 成功する結末

企業は商品やサービスを購入した場合の変化のイメージを消費者に伝える必要がある。

- ✓力と地位の獲得
- ✓主人公が完全になる
- ✓自己実現や自己受容
- ✓物語の目的地

6. 回避したい失敗

消費者が商品やサービスを購入しないと何を失うのかをはっきり示す。

- ✓消費者がどんな悲劇を回避する役に立つことができるのか考える。

5. 行動喚起

直接的な行動喚起

- ✓段階的な行動喚起
「今すぐ購入」「予約する」
「今すぐ電話」ボタン等
- ✓直接的な行動喚起
資料ダウンロード
ホワイトペーパー

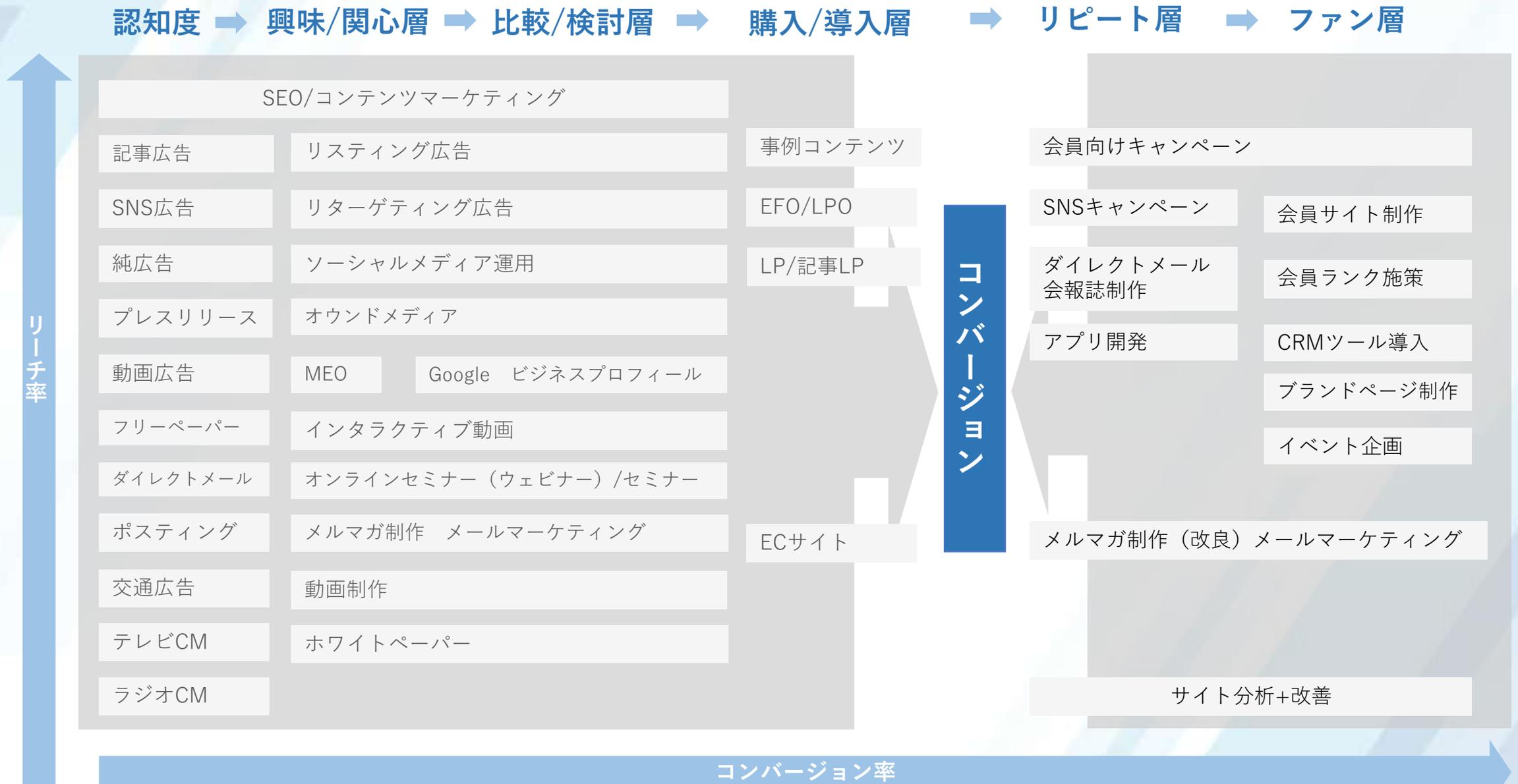
4. 計画の提示

明確な計画が消費者の不安と混乱を取り除く

- ✓過程（手順）の計画
- ✓約束の計画）サービスの近く価値を高める

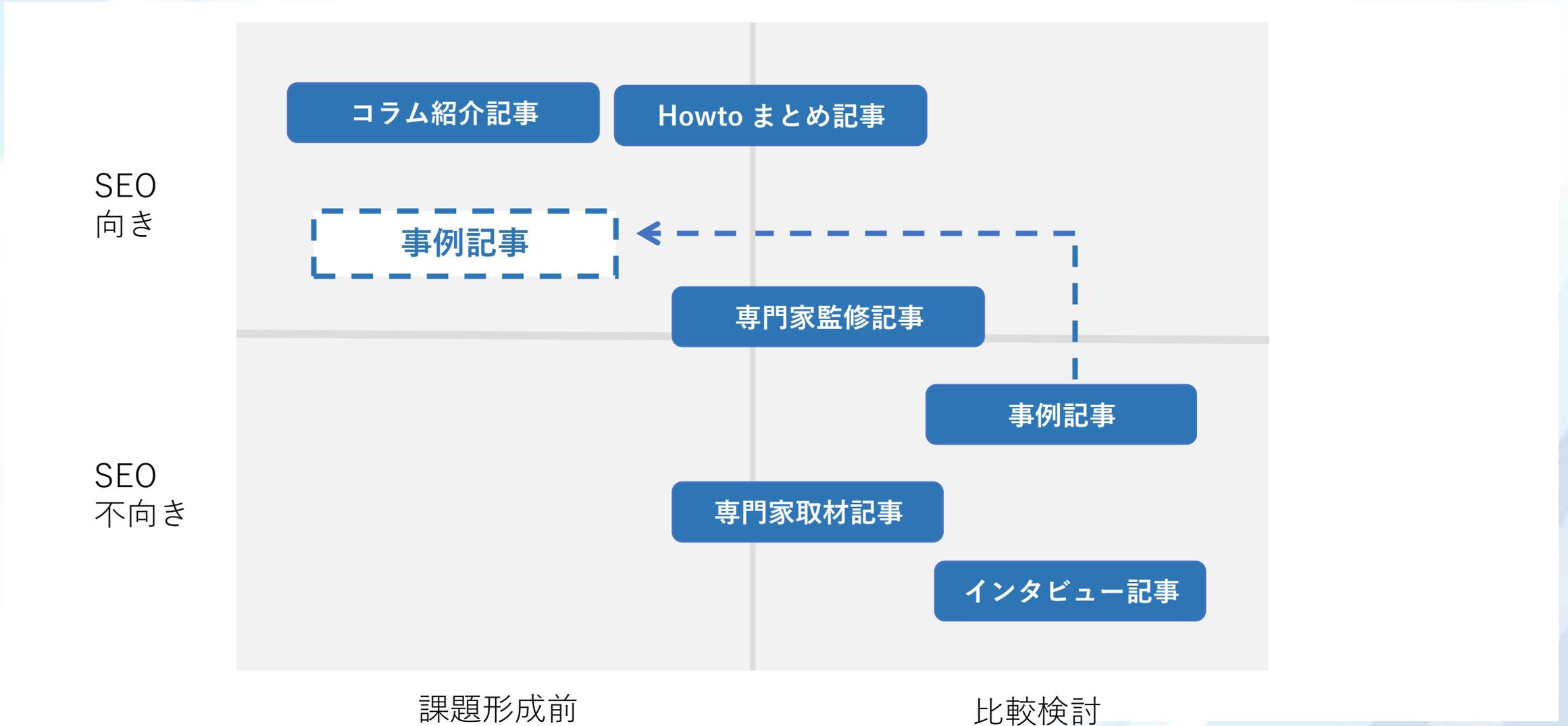
コンテンツマーケティングで実践

コンテンツマーケティング 全体図



	記事	ホワイトペーパー
課題形成前	<ul style="list-style-type: none"> ・ コラム記事 ・ 紹介記事 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 啓蒙資料 ・ 調査資料
課題に対する 情報収集	<ul style="list-style-type: none"> ・ Howto記事 ・ まとめ記事 ・ 専門家記事 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 入門ガイド ・ 調査資料 ・ ノウハウ資料
比較検討	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事例記事 ・ インタビュー記事 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 導入事例集 ・ 成功実績
	顧客化	
ファン ↓ アンバサダー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品レビュー記事 ・ 活用方法記事 	<ul style="list-style-type: none"> ・ セミナー ・ 月次レポート





各コース概要・コース料金

オウンドメディア構築

単発 **220** 万円（税込）

- ・ キーワード戦略策定
- ・ 競合調査
- ・ ペルソナ設計・KPI設計
- ・ カスタマージャーニー設計
- ・ メディアコンセプト設計
- ・ メディアポジショニング設計
- ・ ワイヤフレーム
- ・ UI/UXデザイン（2案）
- ・ SEO内部対策
- ・ サイトコーディング
- ・ レスポンシブデザイン
- ・ CRO施策

SEOライティング記事

1ページ5000文字

33,000円（税込）

- ・ SEOライティング記事＋記事に入れる画像3点＋サイト実装

ユニットコンテンツSEO

385,000円（税込）

- ・ 11記事＋内部リンク構築＋カテゴリ分け実装

コンテンツマーケティング 初期費用

ストーリーブランド戦略策定・施策決定
コンテンツ指南書・キーワード戦略策定
コンテンツレクチャー・コンサル

550,000円（税込）

＋月 **60,500**円（税込）

初回調査に加え、毎月サイト内部のコンテンツ記事やコンテンツマーケティングの効果検証を6ヵ月かけて行います。

各コース紹介概要①

おすすめ！

コンテンツマーケティング ベーシックコース	ノーマルコース (SEO+コンテンツマーケ)	スタンダードコース (SEO+コンテンツマーケ)	プレミアムコース (SEO+コンテンツマーケ+WEB解析)
<p>初回コンサルと調査</p> <p>550,000 円 (税込)</p> <p>+</p> <p>月 60,500 円 (税込)</p>	<p>初回コンサルと調査</p> <p>550,000 円 (税込)</p> <p>+</p> <p>月 110,000 円 (税込)</p>	<p>初回コンサルと調査</p> <p>550,000 円 (税込)</p> <p>+</p> <p>月 330,000 円 (税込)</p>	<p>初回コンサルと調査</p> <p>550,000 円 (税込)</p> <p>+</p> <p>月 550,000 円 (税込)</p>
<p>6か月</p> <p>748,000 円 (税込)</p>	<p>6か月</p> <p>1,045,000 円 (税込)</p>	<p>6か月</p> <p>2,365,000 円 (税込)</p>	<p>6か月</p> <p>3,685,000 円 (税込)</p>
<p>初回コンサル+調査に加え、コンテンツマーケティング対策を6か月かけて行います。</p>	<p>コンテンツマーケ対策とSEO対策を6か月かけて行います。</p>	<p>コンテンツマーケ対策とSEO対策（内部+外部）を6か月かけて行います。</p> <p>※外部タイアップ記事25本</p>	<p>WEB集客に必要なコンテンツマーケティングの施策を展開していきます。SEO対策（内部+外部）に加え、WEB解析も行って改善していきます。</p>

GAIQ保持者によるアクセス解析

1回 **200,000**円(税込)

CRO/CVRの改善 (初期仮説→分析→改善策立案)

1回 **350,000**円(税込)

PPC広告運用

初期設定

150,000円(税込)

手数料

広告運用費の **20%**

UI/UXの改善 (分析→改善策立案)

1回 **350,000**円(税込)

コンテンツ記事作成(1本のみ)

キーワード戦略で提案した対策キーワードの記事を5000文字で1本作成し、納品します。

1記事

5000文字 **1** 本

33,000 円(税込)

ユニットコンテンツ記事作成(12本)

キーワード戦略で提案した対策キーワードの記事を5000文字で12本作成。
トピッククラスター化まで対応致します。
順位獲得ページ→さらにリッチコンテンツ化
順位未獲得ページ→新規記事の実装

12記事

5000文字 **12** 本

385,000 円(税込)

✓ WEB解析

月に1回制作したオウンドメディアにどれくらいセッションがあったかコンバージョンはどれくらいだったかGA4の解析をしてレポートをご提出します。ヒートマップも入れてオウンドメディアには欠かせない改善運用をしていきます。

月 **33,000** 円(税込)

✓ SEO外部対策

SEOリンクビルディング

月 **5,500** 円(税込) ~

実績

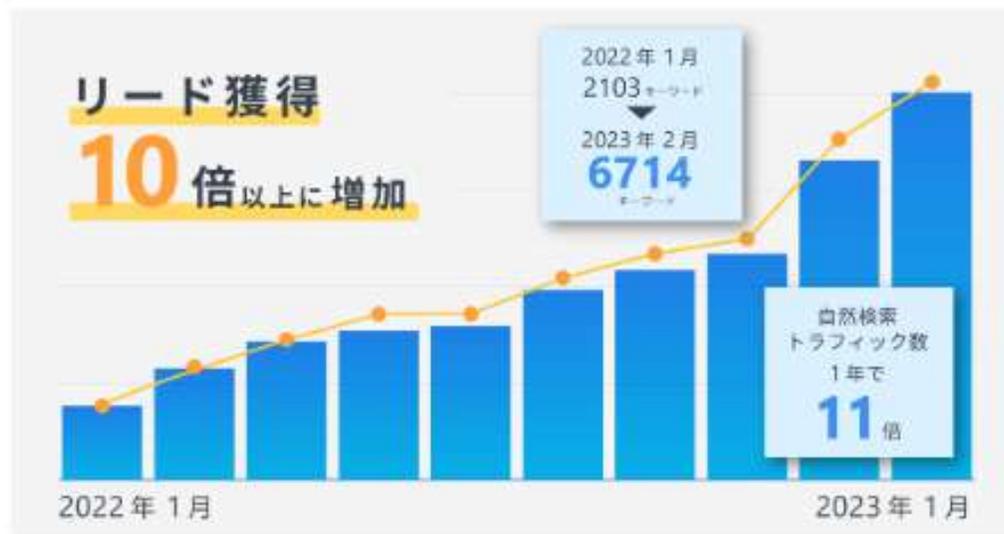
自社メディア成功ノウハウを皆様へ

自社オウンドメディア「東京SEOメーカー」は、1年間でトラフィック数を11倍、
 ランキングキーワードを2103キーワードから6714キーワードまで増やしました。
 自社の成功ノウハウをお客様に横展開してお客様のインバウンドセールスも成功に導いています。

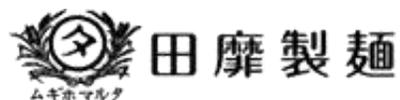
オウンドメディアによる集客
 「東京SEOメーカー」



オウンドメディアによる成功の推移



国内企業様取引先一例



グローバル企業様取引先一例



弊社[Webサイト](#)に多くの実績がございますのでよろしければご覧ください。

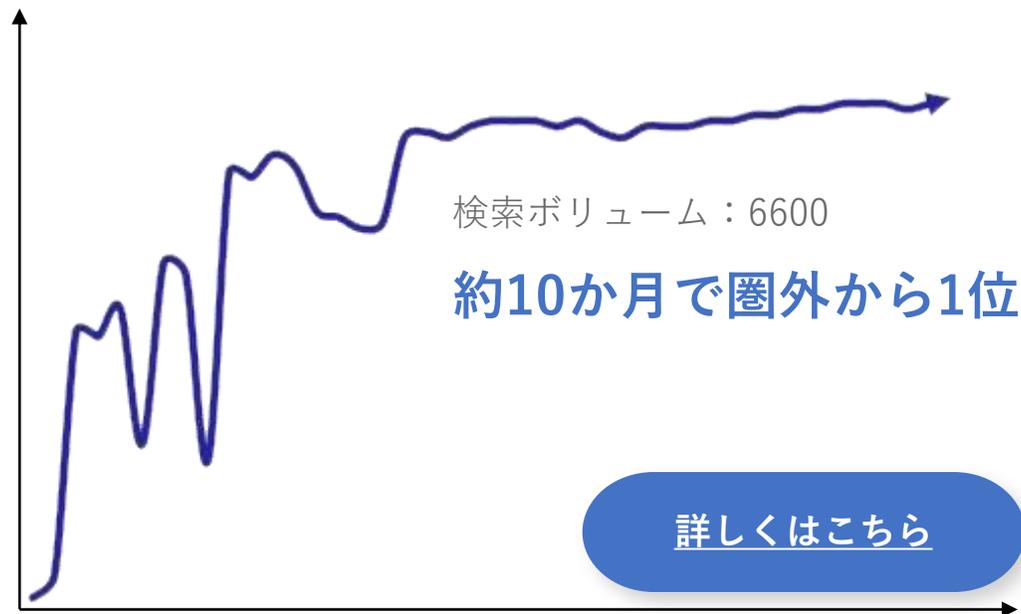
コンテンツマーケティング成功事例 ①

サイトリニューアルと専門用語集などのコンテンツの充実でセッション数が150%アップ



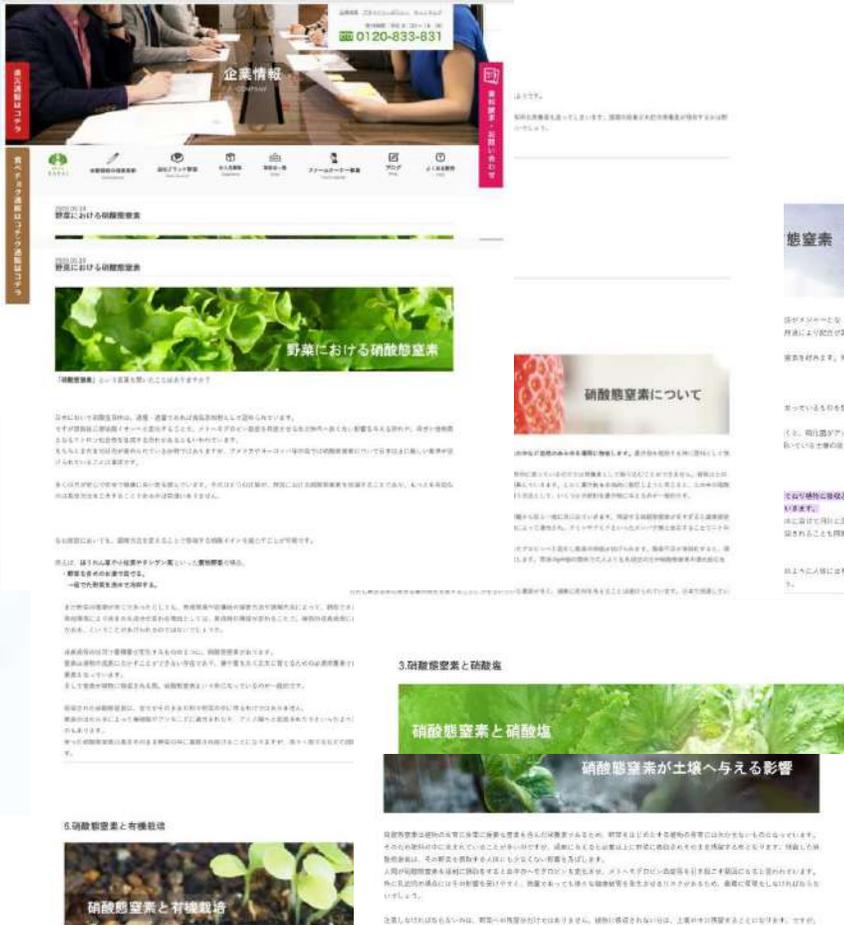
実施内容

- ✓ 内部リンクを強化
- ✓ コンテンツの追加
- ✓ 専門用語集追加



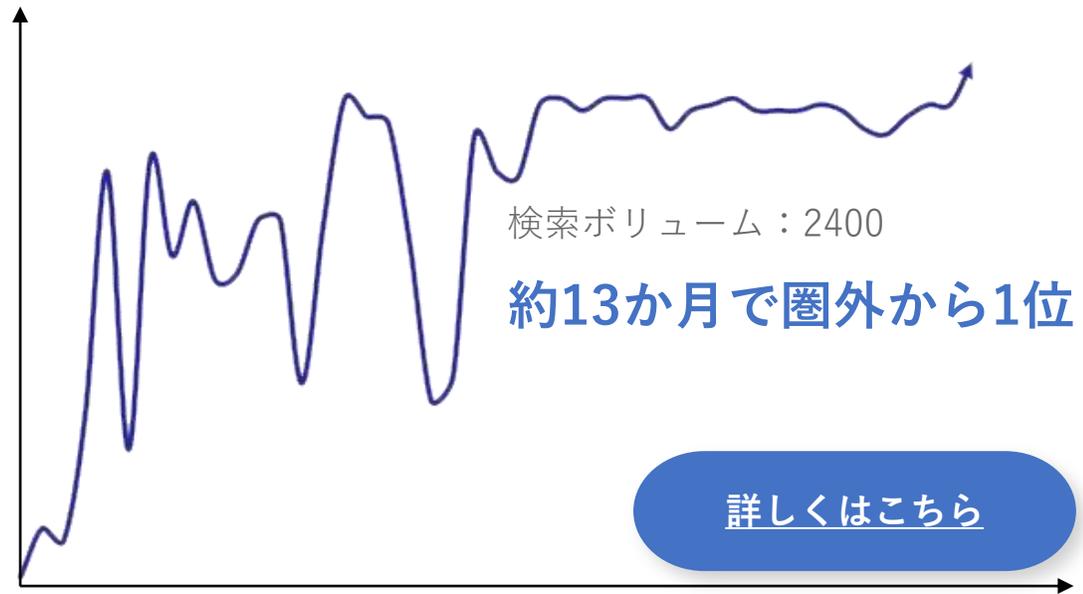
コンテンツマーケティング成功事例 ②

キーワードに対応したピラーページを1万文字以上で作成 長年1位を獲得中。



実施内容

- ✓ サイト内部修正
- ✓ コンテンツの追加



会社概要

SEO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

<https://www.switchitmaker2.com/>



- ✓ 12年で2000社以上のクライアント様のWEB集客を支援
- ✓ 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積
- ✓ Google検索【SEO戦略】【SEO東京】【SEOスコア】【人気コンテンツとは】など多数のワードで長年にわたり検索順位1位獲得 600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン
- ✓ ビックワード【SEO対策】【SEOコンサルティング】etc 上位表示

サイト屋号	東京SEOメーカー (https://www.switchitmaker2.com/)
会社名	アドマノ株式会社 (https://admano.co.jp/)
会社法人等番号	0115-01-017825
設立日	平成24年7月11日
代表者	天野 剛志
資本金	10,000,000円
TEL	03-5394-8107
FAX	03-5980-9170
住所	〒170-0002 東京都豊島区巣鴨3-1-1 巣鴨桜並木通りビル301
事業内容	検索エンジン最適化 (SEM・SEO) / WEB制作 / システム開発 / WEBマーケティング / インターネット広告事業
取引銀行	城北信用金庫 駒込支店 巣鴨信用金庫 本店営業部

東京SEOメーカー
2023年最新SEO対策
完全ガイド



ChatGPT×SEOライ
ティング実践技術



DX新時代に中小企
業が生き残る最新企
業戦略



Amazon Kindleの読み放題プランで読めます。

ご利用の流れ・よくある質問



こちらはあくまでも一般的なものであり、流れが多少異なる場合もございます

Q.コンテンツマーケティングは何から着手すればよいですか？

A.まず、集客するWEBサイトの改修からです。SEOで上位表示できるサイト構成になっているか、集客してコンバージョンできるか、コンテンツSEOで記事を実装しているかなどサイト調査をまずは行う必要があります。

Q.コンテンツマーケティングにかかる費用はどのくらいですか？

A.費用は、コンテンツマーケティングの施策によって変わってきますが、初期調査で55万円（税込）となります。

Q.期間はどれくらいになりますか？

A.コンテンツマーケティングは、長期戦略で行う必要があります。成果を上げるには、最低でも1年間の期間は必要です。

Q.コンテンツマーケティングの施策は全てお願いできますか？

A.はい。可能です。弊社は、SEOをはじめWEB集客に必要なコンテンツマーケティングの施策すべて対応可能です。



※この資料では、**東京SEOメーカーの神髄である“ノウハウ”**は披露されていません。
ご縁があり、ご発注いただいたお客様には、**そのノウハウを余すことなくお伝えいたします。**

アドマノ株式会社 天野 剛志 TEL. 03-5394-8107 MAIL. amano@admano.jp