

2018.1.9

営業担当1名ぶんのコストで
営業担当1名以上の自動営業効果をもたらす!
育てて、発信し、ブランド化するホームページ

テレビ番組型 自社ホームページ

サービスのご紹介

伝える、そして芽を出す

TOKYO Sprout
Design

突然ですが...

突然ですが、

今回は、

貴社のホームページを作ること
のご提案ではございません

貴社の商品が売れるための
自動営業の仕組みを
Webを使ってつくること
をご提案いたします

こんなお悩みは
ございませんか？

こんなお悩みはございませんか？

営業の限界

こんなお悩みはございませんか？



- ☑ 営業の人員が不足している
- ☑ 営業の人員コストがかかりすぎている
- ☑ 採用コストがかかる
- ☑ 採用しても
成果を上げるまで時間がかかりすぎる
- ☑ 採用しても
すぐに退職されてしまい長続きしない

こんなお悩みはございませんか？

営業ノウハウの限界

こんなお悩みはございませんか？



- ☑ 既存の営業方法では通用しにくくなっている
- ☑ 同業他社との競争は激しさを増す一方
- ☑ 人口減少の世の中でパイの食い合いになっている
- ☑ 営業開拓がうまく進まない

こんなお悩みはございませんか？

ニーズの多様化

こんなお悩みはございませんか？



- ☑ お客様のカスタムメイドが多くなった
- ☑ ニーズが多様化してしまい、顧客の動向の把握が難しくなっている
- ☑ カスタマイズされたニーズに合わせて毎回販促ツールを制作する必要があり手間も時間もかかる
- ☑ 伝達手段も多様化してしまい困惑
- ☑ 新商品を開発したにもかかわらず商品の認知が進まない

こんなお悩みはございませんか？

ホームページを
作ったけど...

こんなお悩みはございませんか？



ホームページを作ったけど…

- ☑ お問い合わせや資料請求がほとんど入ってこない
- ☑ ホームページに費用をかけてきれいなデザインにしたのに全く効果が上がっていない

もし…
こうなれば…

こうなればいいのに…と思いませんか？



- ☑ 営業マンを採用育成する
コストが削減できればいいのに…
- ☑ お問い合わせや資料請求が
ホームページから増えれば
営業も楽になるのに…
- ☑ 自社で提案書やパンフレットなどを
作る時間が削減できれば
労働時間も短縮できるのに…

それ、
あなたが悪い
ではありません！

実は、世の中が
変わってきて
しまっているのです

時代がこのように変化している

- ・モノ・商品を作れば売れる
➡モノ・商品を作っても売れない時代に
- ・売り込み型の広告宣伝が通用しない
➡広告は見ない、捨てられる
- ・営業マンが嫌がられる時代に
➡営業マンが情報源だった昭和・平成初期
➡インターネットの出現で
情報源はネットからが大半になった
(営業マンの情報源に価値がなくなってきた)

時代がこのように変化している

■資料1 日本における新商品情報の入手経路トップ3 (重複回答あり)



1位 インターネット検索

68%



2位 店頭で見て

67%



3位 テレビCMを見て

50%

(ニールセン『Global New Product Innovation Survey,Q1 2015』)

■資料2 最近の顧客行動を示す各種レポートより

- 1 「中小企業の8割がIT製品購入前にインターネットで調査を行っている」
- 2 「顧客企業は営業マンにコンタクトする前に購買検討プロセスの6割を終えている」
- 3 「米国では今後5年間で営業マンの22%、実に100万人が仕事を失う」

(1は中小企業(SMB)によるIT製品・サービスの購買行動調査、2はCEBによる調査、3はForrester社調査)

時代がこのように変化している

- ・ 購買モデルが変化した

刺激→検討→体験→購買

から

刺激→ **情報収集** →検討→体験→購買

(ほぼ6～7割を知る！)

- ・ 購買後、さらにシェア。それが見込み客の情報になる

購買を検討する時間のうち、情報収集がメインに変化
→自分にとってお得・有益な情報を探す時代に

変わるといえば…

**時代が変わる中で
大きく変わった
ことがあります**

変わるといえば…



インターネットの出現

21世紀になってからホームページの活用

ホームページは
24時間365日機能

→PR・営業ツールとして活用

各企業がホームページを開設して
集客・営業のツールにするように



ホームページにも変化？



しかし、
それが機能しない

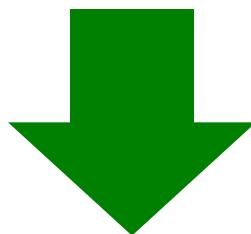


使い方が
時代に合わせて
変わってきている

ホームページの強み



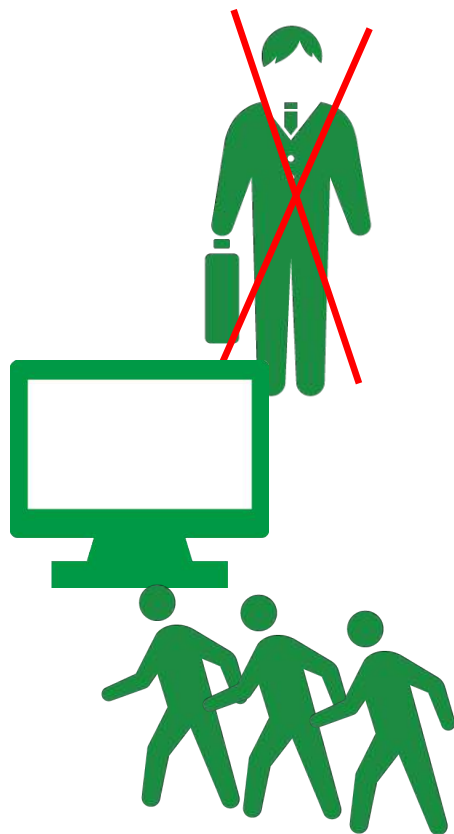
~~営業マン雇う~~
~~営業拠点を新たに置く~~



遠方でも
24時間365日
PR・宣伝可能

最強!!

ホームページの強みを活かしたら



営業マンを採用育成する
コストが削減できれば…

➡ **営業マン雇うことなく
24時間365日PR・宣伝可能に**

お問い合わせや資料請求が
ホームページから増えれば営業も楽に…

➡ **お客様からインバウンドでやってきます**

こんなホームページを貴社も手に入れたいと思いませんか？

その望みを解決するのが
育てて、発信し、ブランド化するホームページ
「テレビ番組型・自社ホームページ」
です

ホームページをテレビ番組型？



会社の事業の認知を広げるために

- ・ 紙媒体宣伝チラシ・カタログ・パンフレット

➡ **広告**

- ・ 会社案内・プレスリリース

➡ **広報**

- ・ 貴社のホームページは？

➡ **広告と広報が一即多になったものになっていませんか？**

なぜホームページを テレビ番組型に？

なぜ、テレビ番組？

テレビ番組



視聴者が毎日楽しく見るもの→テレビ番組
決して、テレビ局の会社概要は毎日見ない

テレビ番組をみて

- ➡ 納得
- ➡ テレビ局を信頼
- ➡ 愛着・ファン化
- ➡ リピート、広告商品にも関心

テレビ局は**番組を見せることで信頼を獲得！**

企業webもテレビ番組型にすると…

テレビ番組型 Webサイト



ユーザー(見込み客・視聴者)が
毎日楽しく見るもの
→記事,画像など「Webコンテンツ」(=番組)

テレビ番組型Webサイトをみて

- ➡ 納得
- ➡ Webサイトの会社を信頼
- ➡ 愛着・ファン化
- ➡ リピート、広告商品にも関心

会社は**コンテンツ**を見せることで**信頼を獲得!**

企業webもテレビ番組型にすると…

テレビ番組型 Webサイト



会社Webサイトは、放送局。

放送局である貴社Webサイトが
**コンテンツ(=番組)を見せることで
信頼を獲得する！**

Webコンテンツから市場を作っていく
マーケティング効果

コンテンツマーケティング (番組型マーケティング)

コンテンツマーケティング(番組型マーケティング)の5つのメリット

・ 広告宣伝費を抑えられる

広告は期間が終われば撤去される。→コンテンツマーケティングなら検索・インバウンドされる内容がWebサイトに貯まっていく(人を集めるキラー記事があればそれがフックでずっと集められるように)

・ ニッチなニーズに応えられる専門家として認識・信頼される

→お客さまのニーズが多様化するからこそ、自分にフィットした解決策を欲しがっているニッチなニーズがあれば強くなる！また、専門家として認識・信頼がブランドになっていく。

・ コンテンツは「蓄積→資産」となる

広告は期間が終われば配信終了。コンテンツはずっと蓄積される。さらに再配信・部分変更による更新も可能になるなど繰り返し使うことができる。(テレビで言う「再放送」「リメイク」の放送)

・ 売り込みではなく、話題にされやすくなる

売り込みはもっとも共感されない→ユーザーから面白い！という能動的に集まるので、売り込み不要に

・ お客様を育てることができる

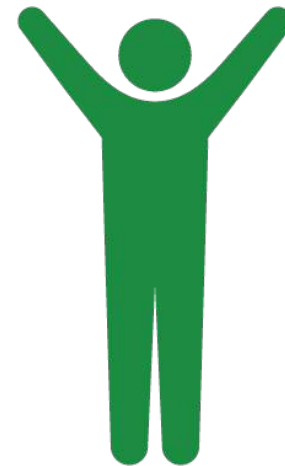
お客様の種類は3種類、今すぐ客(広告が有効)と、
そのうち客と、まだまだ客←この2種類のタイプに有効！(今すぐ客に変化しやすくなる)

テレビ番組型Webサイトの特徴

テレビ番組型 Webサイト



自社の**商品力**も、**お客様**も
育てることができる



コンテンツマーケティング(番組型マーケティング)の**3**つのデメリット

・ 成果が上がるまで時間がかかる

「育成」が主なので成果が上がるまでに時間がかかる。
早くても3ヶ月～。目安は6ヶ月～。狩猟型ではなく農耕型。

・ 誤ったメッセージで「炎上」することも

虚偽の情報・他社批判・誹謗中傷などで炎上することもある。
炎上した場合、企業としての信頼性(ブランド)に傷がつく。

・ コンテンツを作る担当の腕に依るところが大きい

お客様にとって面白くないコンテンツを公開する = 面白くない会社という
間違ったブランドになってしまうことも。

たとえ、記事だけでもコンテンツを作る「腕」がそのまま企業イメージにもつながりかねない。
さらに更新しない場合は、営業していないのか?とも捉えられることも)。

コンテンツマーケティング(番組型マーケティング)のサイトの事例

株式会社LIG



Web制作の請負などの会社。
営業したくない・差別化出来ないから、面白い+役立つ
コンテンツを1日3記事投稿。
すでに1000以上存在する
コンテンツで**アクセス数は
1ヶ月でなんと400万以上！**

東海バネ工業株式会社



BtoBながら「バネ」に関わる
企業や事例を紹介。
BtoBにもかかわらず**アクセス
数は月間20000~40000**と好
成績をマークしている。

Sonic Garden



お客様事例などを紹介する
ブログメディアとして主に
機能している。
**アクセス数は驚きの
月間30万アクセス超えも！**

集まるページ・集まらないページの違い

集まるページ

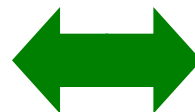
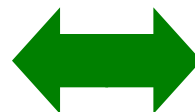
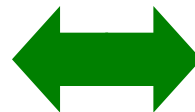
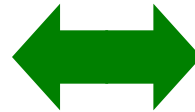
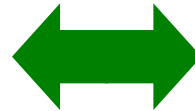
定期的に更新している

(素人が見ても)
面白い・納得

「あのページ、いいよね」
口コミで話題にされる

お問い合わせが来るので
お客様のニーズが拾える

何もしなくても
受注案件を獲得



集まらないページ

一度作ったらもう終わり？

(玄人が見ても)
つまらない。3秒で消したくなる

「え？HPがあったの？」
と言われる

全く音沙汰がなく
お客様の動向がわからない

何もしなくても
サーバー維持費が毎月浪費

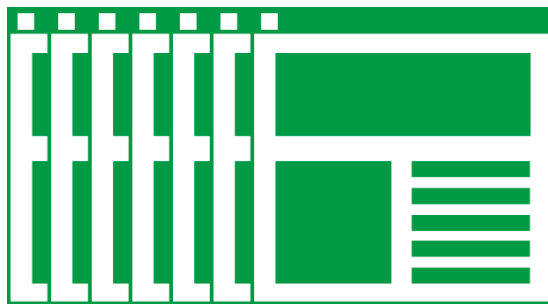
集まらないページを作ってしまう落とし穴

キレイでおしゃれな
デザインにすれば
お問合わせが来る!



誰もいない田舎でお店を
建て替えることと同じ。
人は来ない。

情報を
たくさん載せることが
良いことだ!



お客様にとって欲しくない
情報は、テレビで例えるなら
ノイズの雑音と同じ。
情報が多すぎると
「…っていうか、
お宅、何屋さん？」
と指摘されることも。

宣伝を
たくさんすれば
見てもらえる!



売り込みは嫌われます。
広告もクリックされません。
されたとしても1回きり。

テレビ番組型マーケティングに舵を切れば…

テレビ番組型 Webサイト



- ユーザーに**毎日楽しく見てもらえる**
- ユーザーに**リピート来訪**してもらえる
- ユーザーから**信頼**をされて
ファンが形成・ブランド化に



自社のことを
番組化すること
なんてできるの？

弊社

TOKYO Sprout Design
におまかせください！



弊社TOKYO Sprout Designの5つの強み

・企画・制作・運用まで一貫してコーディネート

弊社にはライター、デザイナー、プランナー、編集長、web解析担当(Pt企業)が揃っております。ライター、デザイナーが中心となって番組(=webコンテンツ)を作っていく、プランナー、編集長がコーディネート。web解析担当がwebのアクセス数などを客観的なレポートして運用面をサポート。PDCAを回しながらユーザーに繰り返し来訪されるサイトに仕上げます。

・お客様は基本的に話すだけ！

打ち合わせ、取材など丁寧なヒアリングからカタチにさせていただきます。
(別途資料のご用意をお願いする場合がございます)

・商品販売まで一貫してプランニング

Webサイトの最終目標は「貴社の商品を購入、またはそのためのお問い合わせや資料請求獲得」です。そのゴールはブレずにいかに商品購入の成約率を高めるかを軸にプランニングしてまいります。

・ファン化させる施策を得意とします

事例「あんしんたべもの」 <https://antabe.com/>
栄養と健康をキーに3人の中年女性を主役としたストーリー展開記事と派生記事3種類にて展開。

弊社TOKYO Sprout Designの5つの強み

- ・ webだけではなく
紙媒体・セミナー集客に有機的に応用

弊社はもともとチラシなど印刷物の販促事業からスタート。
インタビューや取材などから番組コンテンツを積み上げていくことによって
Webコンテンツからチラシやカタログなどに簡単に引用できます。

なおかつ、弊社主導で
貴社の強みや商品理解が
進んでいきますので、
紙媒体への転用はもちろん、
商品販売につなげる
セミナーや研修などへの
イベント企画・運営も得意としますので、
実際のイベントに
集客するモデルを同時に作ります。



制作事例



食と栄養と健康のメディア あんしんたべもの

最終目的は

ホームページを
作ることではない
貴社の商品が売れるための
自動営業の仕組みをつくること

貴社HPをテレビ番組型webサイトにすることで

- ・ 営業担当を 2～3人雇うことも、育てるコストも不要になります。
→ Webサイトが24時間365日営業してくれますし、
現在の営業担当様がwebサイトを見せながら営業することで
自社ノウハウが全員に共有されます。
- ・ 販促資料を作る手間も大幅に省けます
→ Web(番組)コンテンツから弊社が販促資料を作成しますので、
内製する人員も不要です。

貴社HPをテレビ番組型webサイトにすることで

- ・「売り込み営業」「飛び込み営業」が不要になります
→コストもストレスも増大する
「売り込み営業」「飛び込み営業」から解放されます
- ・お客様から**インバウンド**でやって来るようになります
→「向こうから」やって来るお客様への営業は**驚くほどスムーズ**です
- ・**口コミ**から広がっていく可能性が高くなります
→ファンが購入すると「他の人にも伝えたいくなる」
その返報性の心理から口コミが増えていきます。
口コミが増えると、アクセスが増えて、成約も増える
良いサイクルになっていくでしょう。

ハウスメーカーの場合(一例)のご提案



関連会社広告バナー
(広告費用は別途)

■ サイトタイトル(放送局名)

快・適・空気

■ サイトコンセプト

臭い・有害・ストレスから身体を守り、
快適な生活を送る方法を伝える情報バラエティ形式

■ 番組(コンテンツ)例

「快適空間インテリアチャンネル」

快適な空間を演出するために必要なことをビジュアルで提案。
名実ともに快適な生活をおくるほんのちょっとした工夫を
お伝えします。

「臭い・バスターズ！」

不快な臭い、香りはストレスのもと！臭いや不快な香りから
身を守る方法をお伝えします

あくまで上記は一例です。ご参考までに。

価格は

テレビ番組型Webサイトを
月額40万円(営業1人分の経費)から
始めませんか？

プランのご案内(概略)

■月額運用費とサービス概略図

		ミニマム プラン	スタンダード プラン	ハイクオリティ プラン
コ ン テ ン ツ	メイン記事 (文章+インフォグラフィック)	3本	5本	6本
	サブ記事 (文章+画像)	6本	10本	10本
	動画記事 (動画+文章)	-	1本	合計で 2本
	マンガ記事 (マンガ+文章)	-	-	
	キュレーション記事 (文章)	9本	16本	18本
	記事コンテンツ数	18本	32本	36本
W E B	WEB解析	全サービス	全サービス	全サービス
	工数	15H	20H	20H
	WEB広告	-	-	50,000円まで 料金内
	価格	40万円	70万円	100万円
	価格内訳	25万円(コンテンツ) 15万円(WEB)	50万円(コンテンツ) 20万円(WEB)	75万円(コンテンツ) 25万円(WEB)

プランのご案内(詳細)

■月額運用費詳細

ミニマムプラン※ 月40万円(+税) →営業マン1名(30万円)+内製アルバイト1名(7.5万)のコストより安く

(内訳：コンテンツ25万円+web解析15万円・WPテンプレート使用・訪問月2回まで)

- ・コンテンツ本数：
月16本(親記事3本、子記事5本、キュレーション記事8本)まで
- ・コンテンツ構成：
親記事(文章+インフォグラフィック)、子記事(文章+提供画像またはイメージ画像)、キュレーション記事(文字のみ)
- ・Web解析：アクセス解析、ヒートマップによる視点解析、月次レポート、ページ修正(月15h程度)

スタンダードプラン※ 月70万円(+税) →営業マン2名+内製アルバイト1名(7.5万)のコストより安く

(内訳：コンテンツ50万円+web解析20万円・WPオリジナルデザイン使用・訪問月4回まで)

- ・コンテンツ本数：
月30本(親記事5本、インタビュー動画記事(5分)1本、子記事10本、キュレーション記事16本)まで
- ・コンテンツ構成：
親記事(文章+インフォグラフィック)、インタビュー動画記事(5分)、子記事(文章+提供画像またはイメージ画像)、
キュレーション記事(文字のみ)
- ・Web解析：アクセス解析、ヒートマップによる視点解析、月次レポート、ページ修正(月20h程度)

ハイクオリティプラン 月100万円(+税) →営業マン3名+内製アルバイト1名のコストより安く

(内訳：コンテンツ75万円+web解析30万円・WPオリジナルデザイン使用・訪問月6回まで)

- ・コンテンツ本数：
月36本(親記事6本、動画・マンガ記事2本、子記事10本、キュレーション記事18本)まで
- ・コンテンツ構成：
親記事(文章+インフォグラフィック)、動画またはマンガ記事2本、子記事(文章+提供画像またはイメージ画像)
キュレーション記事(文字のみ)
- ・Web解析：アクセス解析、ヒートマップによる視点解析、月次レポート、ページ修正(月20h程度)
- ・広告(リスティング・リターゲティング広告)5万円まで料金内

プランのご案内(詳細)

■WEB解析コンサルティングメニュー

- ・ Google Tag Manager、Google Analytics/CV設定等、Google SearchConsole、HEATMAP
検索エンジンに準拠したサイトの内部構造と、コンテンツの投稿の仕組み
レポート

■初期・準備費用、期間

- ・ 初期費用…プランの2ヶ月分+プレスリリース作成・配信50,000円
- ・ 準備期間…ご契約日から2ヶ月

※配信開始時追加…プレスリリース作成・配信 50,000円(初期費用必須・配信はPR TIMESに委託)

■ご契約期間

- ・ 初回はご契約日より**1年間**とします。以後は6ヶ月以上、6ヶ月単位または1年単位で更新とします。

(オプション)

リスティング広告・リターゲティング広告 50000円～(実費)※

チラシ・リーフレット 88,000円(1000部印刷込み)

パンフレット 198,000円～(500部印刷加工込み)

メルマガ・LINE@メール作成・配信代行料 1通5,000円～

メルマガスタンド料 7,500円/1ヶ月

LINE@有料プランスタンド料 5,000円/1ヶ月(お客様ご契約の実費)

セミナー運営料などは別途見積もり

※リスティング広告・リターゲティング広告について

ハイクオリティプランご利用のお客様は5万円まで料金内でご利用いただけます。(バナー制作付き)

※※いずれも税抜き価格です

ただし、今なら

テレビ番組型Webサイトを
月額40万円35万円から
始めませんか？
(先着10企業様限り)

先着10企業様限りスペシャルプラン

■月額運用費とサービス概略図

		ミニマム プラン	スタンダード プラン	ハイクオリティ プラン
コ ン テ ン ツ	メイン記事 (文章+インフォグラフィック)	3本	5本	6本
	サブ記事 (文章+画像)	6本	10本	10本
	動画記事 (動画+文章)	-	1本	合計で 2本
	マンガ記事 (マンガ+文章)	-	-	
	キュレーション記事 (文章)	9本	16本	18本
	記事コンテンツ数	18本	32本	36本
W E B	WEB解析	全サービス	全サービス	全サービス
	工数	15H	20H	20H
	WEB広告	-	-	50,000円まで 料金内
	価格	35万円 40万円	65万円 70万円	100万円
価格内訳		20万円(コンテンツ) 15万円(WEB)	45万円(コンテンツ) 20万円(WEB)	70万円(コンテンツ) 25万円(WEB)

95万円

よくある質問

Q:ワードプレスは自社であるから、コンテンツだけ制作してもらえることはできますか

A:はい、可能です！自社でお持ちであるならばコンテンツ企画・制作のみも承ります。
ただし、Webのアクセス解析レポートを貴社が担当するか弊社が担当するかによって工数が変わりますのでご相談ください。

Q:スタンダードプランを希望しますが、マンガコンテンツはいれられないのでしょうか？

A:はい、可能です！前ページまでのプランはあくまで基本プランです。
お客様のご要望に合わせてカスタマイズさせていただくことはむしろ大歓迎です。
ただし、オプションとなりますので詳細はお見積りさせていただきます。

Q: Webサイトにアップしたことを材料に宣伝チラシやカタログを作ってもらえますか？

A:はい、大歓迎です！

弊社はもともとチラシやパンフレット等の販促ツールを制作しておりました。
webにアップしたことが材料となれば、貴社の強みがさらに販促ツールにも生かされるのでより効果的な販促ツールになりますので、ぜひおまかせください。

Q:ページだけつくっていただくことはできますか？

A:あいにくですが、お断りさせていただいております。ページだけをつくることは弊社でも可能ですが、サービスの根幹は「コンテンツを企画・制作・編集することで貴社の営業効果をもたらすこと」であります。ページだけをつくることをご希望でありましたら、ホームページの製作会社にお任せされたほうが良いでしょう。

最終目的(KGI)は

最終目的(KGI)は

**ホームページを
作ることではない
貴社の商品が売れるための
自動営業の仕組みをつくること**

お問い合わせはこちらから

<http://tokyosprout.com/form/>

担当：株式会社TOKYO Sprout Design
堀内 崇