

BtoBコンテンツマーケティングとリードナーチャリングの成功事例

主な内容

代理店経由での販売を行っている製造業A社様の「リードナーチャリング」と「ニーズ調査」、「コンテンツマーケティング」の成功事例。

背景・ストーリー

代理店経由での販売を行っているA社様。代理店の売上が低迷してきたため、最終顧客のニーズ調査を実行し、代理店の営業強化を実現しようとするも、ニーズ把握の方法がわからない。そこで、コンテンツを活用して最終顧客のニーズを把握し、見込み育成と営業力強化を実現。果たしてどのように実行したのか？その内容をまとめました！

目次

- A社様のご紹介（資料では社名なども公開しています）
- A社様の事業モデル（商品流通モデル）
- A社様の課題1「自社ブランドのパッケージ用紙の認知拡大」
- A社様の課題2「不明確な顧客ニーズ」
- A社様の課題3「見込み客のフォローと育成（リードナーチャリング）」
- コンテンツマーケティングと5つの営業作戦で解決
- どのように解決したのか？5つの営業作戦の設計
- A社様のコンテンツマーケティング全体像
- ブログの狙い「未知の見込客への認知拡大と新規見込獲得」
- メルマガの狙い「ニーズ調査・案件創出」
- FaceBookで集客強化と拡散
- 得られた成果は？
- コンテンツマーケティング・リードナーチャリング成功の秘訣

[申し込みする](#)