



**TECHNO-PORT Inc.**

テクノポート株式会社



# 技術系企業のための Webコンサルティングパック ご提案書

テクノポート株式会社

## 一社でも多くの技術系企業の魅力を世に届けたい

テクノポートでは、技術系企業の真の魅力を見出し、世の中へ積極的に発信していくことで、日本の製造業を盛り上げていきます。

会社名：テクノポート株式会社

役員：代表取締役 徳山 正康  
取締役 井上 正道  
社外取締役 岸 健一

設立：2010年6月28日

資本金：1,000万円

事業内容：[Webマーケティング事業](#)

[技術ライティング事業](#)

[モノマド事業（工場紹介サービス）](#)

[Reboot事業（業務改善支援サービス）](#)

※PDFファイルでご覧の方は、各事業内容をクリックするとサービス紹介サイトへリンクします。



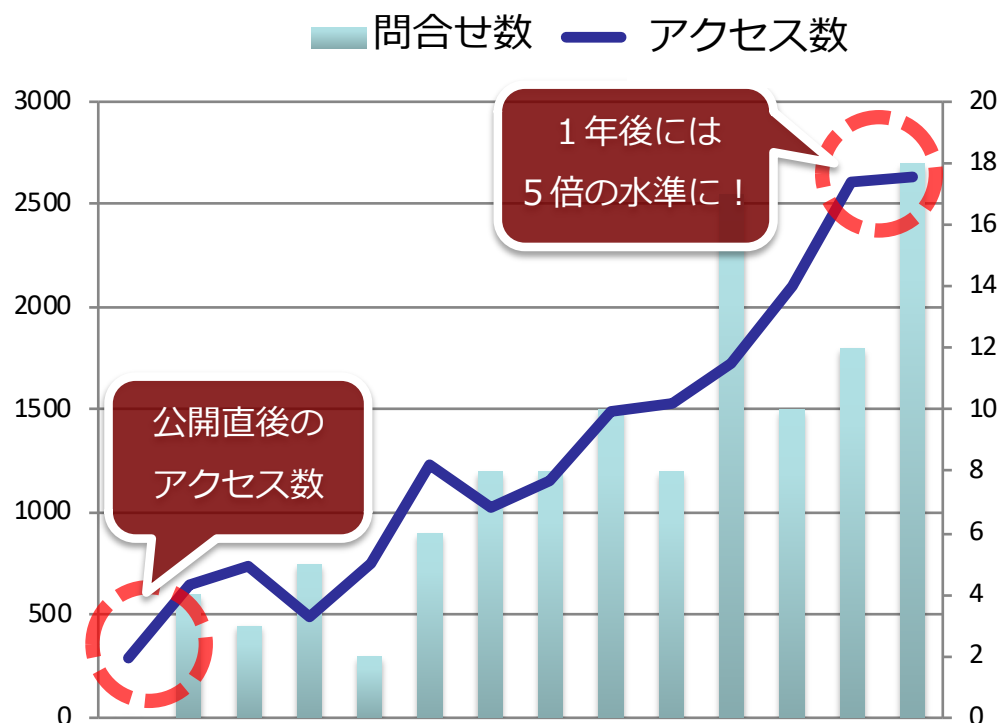
[東京本社]  
東京都江東区青海2丁目7-4 theSOHO710



[名古屋営業所]  
名古屋市中区栄2-3-1 名古屋広小路ビルヂング16階

## 公開後の運営に力を入れた方が圧倒的に投資対効果が高い

Webサイトをリニューアルすることに投資する会社は多いですが、運営に投資する会社が少ないのが現状です。しかし、下記のグラフ（弊社顧客の実例）を見ていただいた通り、毎月定期的にWebサイトを更新しコンテンツを増やし続けることでアクセスを右肩で上げることができるのです。逆にリニューアルをしても更新を行わないと、公開直後のアクセス数はすぐに横ばいになってしまいます。

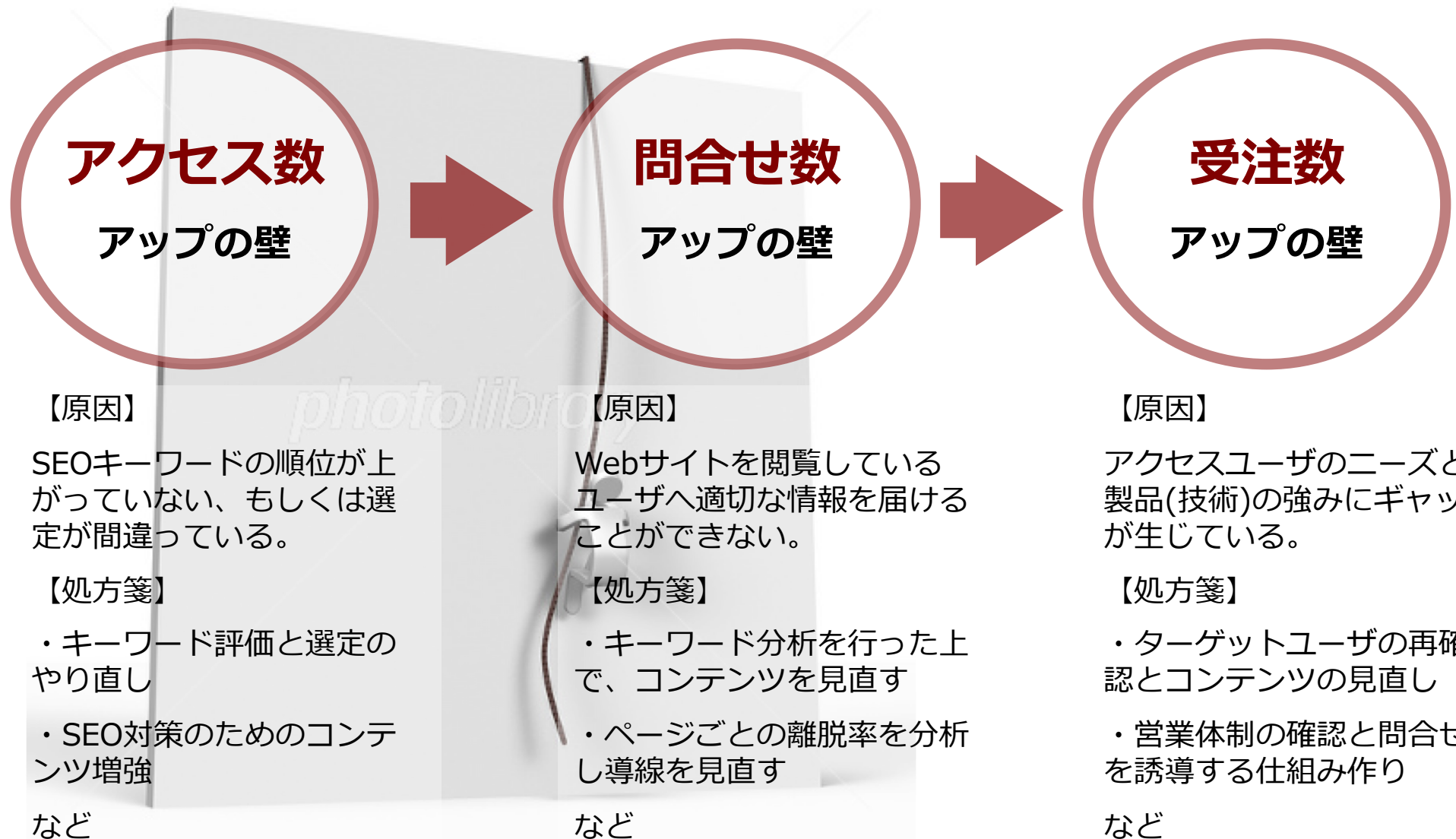


### ここがPOINT！

- ・ Webサイトの制作に力を入れる会社が多いが運営はお座なりになっている会社がほとんどなので、差別化を図りやすい。
- ・ 公開後に定期的な更新を加えることで、アクセスを何倍にもできる。ここに投資した方が効率的。
- ・ ある程度コンテンツを蓄えれば、あとは何もしなくても反響を維持できる点では、広告を使うよりも投資対効果は高い。

## Webマーケティング成功における3つの壁

各段階で原因が異なるため、定期的な分析と適切な処方箋が必要となる





# 新しい市場の発見がリアルな営業活動にも役立つ

Webマーケティングの一番の醍醐味は今までリーチ出来なかった新規顧客の獲得ですが、定期的な分析と更新によって、今まで気付くことのなかった市場（顧客ターゲット）の発見につながるという効果もあります。Webサイトにテストマーケティング的な目的を課すことで、リアルな営業活動にも良い効果を与えることができるのです。

## ～新市場発見のための更新サイクル～

### STEP①

問合せやアクセス分析から新市場を見出す

### STEP②

新市場開拓のためのコンテンツを拡充

### STEP③

効果検証し、更に深掘り、もしくは撤退する

## ここがPOINT！

- ・ 定期的なデータ分析を行うことで、今までは見出せていなかった新市場（ターゲット）の声を拾う。
- ・ 新ターゲットがWebマーケティングにより獲得することができるのかを、意図的に効果検証していく。
- ・ 見出した新市場の情報をリアルな営業部隊とも共有し、営業活動に役立てる。



## ■ 定期訪問サポート（オンラインも可）

更新活動が滞りなく行われるように、必ず定期的な打合せを行うようにしています。打合せ時にデータ分析をもとに更新の方向性を決め、どのような資料を準備すれば良いかのご相談をさせていただきます。



## ■ 定期分析レポートの提出

データ分析した上で、今後どのような更新活動を行っていけばよいのか、といった提案を含めたレポートを毎回ご提出いたします。サイトの運用段階によってレポートの内容が異なります。



## ■ 定額制で更新し放題

更新の度にコストが掛かっている場合は、積極的に取り組むことができません。当サービスでは定額制を導入することで、その問題を払拭しています。どんどん更新して反響を伸ばしていきましょう。

※Google広告へのリスティング広告出稿や、クラウドソーシング活用支援も提供しています。詳しくは営業担当にお聞き下さい。



## Webマーケティング戦略の概要

- 同社が総代理店を務める三次元測定機「マイクロ・ビュー」を拡販するためのプロモーションサイト。
- SEO難易度の高いキーワード「三次元測定機」で上位表示させるために、事例や使用方法など関連性の高いコンテンツを豊富に掲載することで対策。
- 国内での競争が激しい中型市場を避け、価格競争力の高い小型モデル、機能的優位性の高い大型モデルをターゲットに据えて問合せを獲得。

## Company Profile

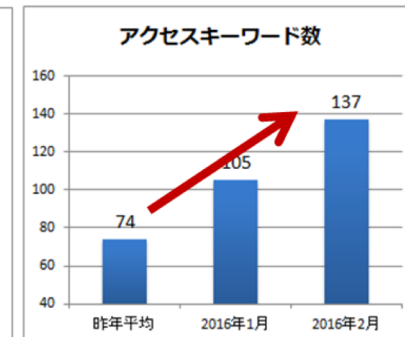
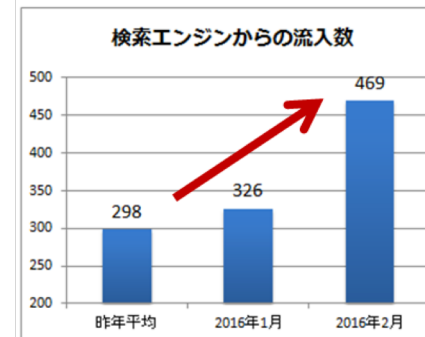
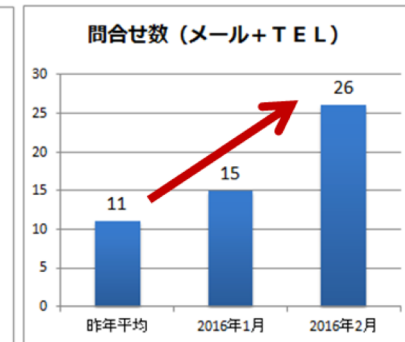
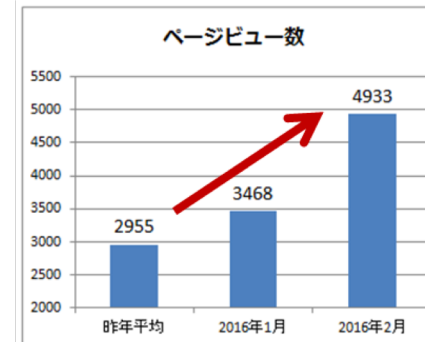
会社名：イースタン電子工業株式会社

URL：https://microvu.jp

所在地：東京都葛飾区

創立：1979年4月19日

従業員：60名





## Company Profile

会社名：株式会社藤井製作所

URL：http://www.fujiiss.co.jp/

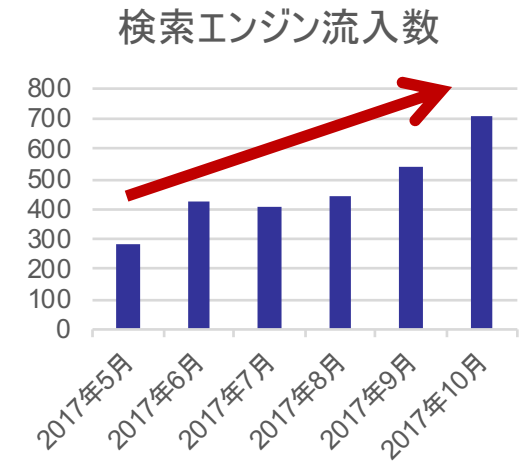
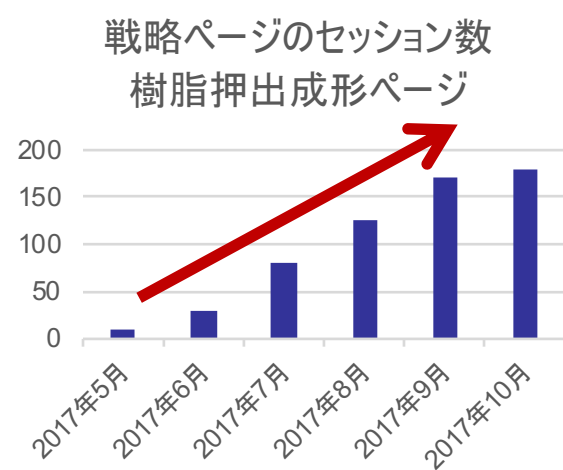
所在地：千葉県柏市

設立：1959年6月

従業員：23名

## Webマーケティング戦略の概要

- 既存サイトをベースに改良を加えていく形を採ったため、デザインは変えず、サイト内のページ再構成、キーワード対策、コンテンツ追加を実施。特徴のある押出成形事業を中心に得意技術の「インサート押出成形」のPRに注力。
- その結果「インサート押出成形」で検索1位、「押出成形」でも10位以内、その他関連キーワードにて10位以内に検索順位を上げることができ、アクセスの大幅増加、引き合いの獲得に成功。
- 大手メーカーからの問い合わせにより、自社の設備投資を伴う大型案件の受注にもつながる。今では月5~10件ほどの引き合いを獲得できており、営業活動において強力な武器となっている。





## Company Profile

会社名：株式会社スペック・ジャパン

URL： <https://speckjapan.com/>

所在地：大阪府大阪市西区

設立：2018年10月

## Webマーケティング戦略の概要

- 同社はドイツ本社の日本支店として設立。ドイツのマグネットポンプを日本で販売するために、Webを活用したいということでサポートがスタート。  
※デザインは本社サイトのものをそのまま利用。
- 国内には大手マグネットポンプメーカーが多く存在し、コンテンツ量も豊富でSEOに強い競合サイトが多かったためビックキーワードでの対策では難しかった。そこで、打開策として2つの対策を実施。

**1.得意領域に絞る…マグネットポンプ単体のキーワードでは検索は上がりづらいため、製品の特徴が生きやすく、差別化しやすいものとして「水封式真空ポンプ」にてキーワード対策、差別化ポイントの訴求を実施する。**

**2.市場内での認知度向上…マグネットポンプ市場での認知度向上のため、自社製品にこだわらない、業界内での役立ち情報のコンテンツを継続的に更新。**

- 結果「水封式マグネットポンプ」で検索1位、その他関連するキーワードでも軒並み10位以内を獲得。現在では、難しいとされていたビックキーワードの「マグネットポンプ」でも10位以内に入り、アクセスは右肩上がり、それに伴い引き合いの件数も大幅に増加となっている。

※表示価格は全て税抜

	コンサルティングパックA	コンサルティングパックB	運営パック
<b>月額料金</b>	<b>50,000円</b>	<b>30,000円</b>	<b>15,000円</b>
サポート訪問数	毎月	2ヶ月に一回	3ヶ月に一回
Webサイト更新	○	○	○
解析ツール設置 <small>※Google Analytics、Search Console</small>	○	○	○
改善提案レポート	○	○	—

上記基本料金に加え、下記に該当する場合は追加料金となります。

### 1、追加レポート料金

- ・毎月 +3万円/月
- ・隔月 +1.5万円/月

※レポートはGAアカウントごとに1本とします

### 2、サイト規模に応じた追加料金

- ・ページ数 51P~100P +3万円/月
- ・ページ数 101P~200P +5万円/月
- ・ページ数 201P~ 都度見積り

※コンサルスタート時点でのページ数となります

### 3、初期企画料金

- ・ページ数 ~15P 5万円
- ・ページ数 16P~30P 15万円
- ・ページ数 31P~50P 30万円
- ・ページ数 51P~ 都度見積り

※Webコンサルティングのみ導入時のイニシャルコスト





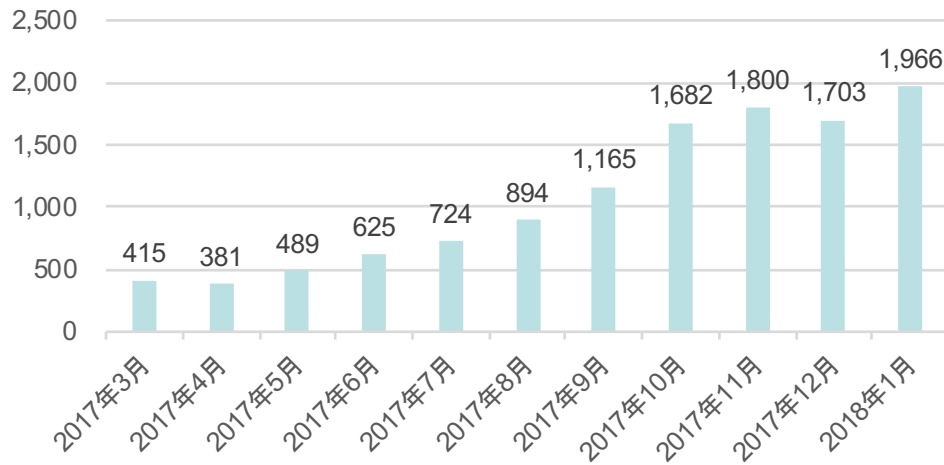
# 株式会社〇〇 定期レポートサンプル

## INDEX

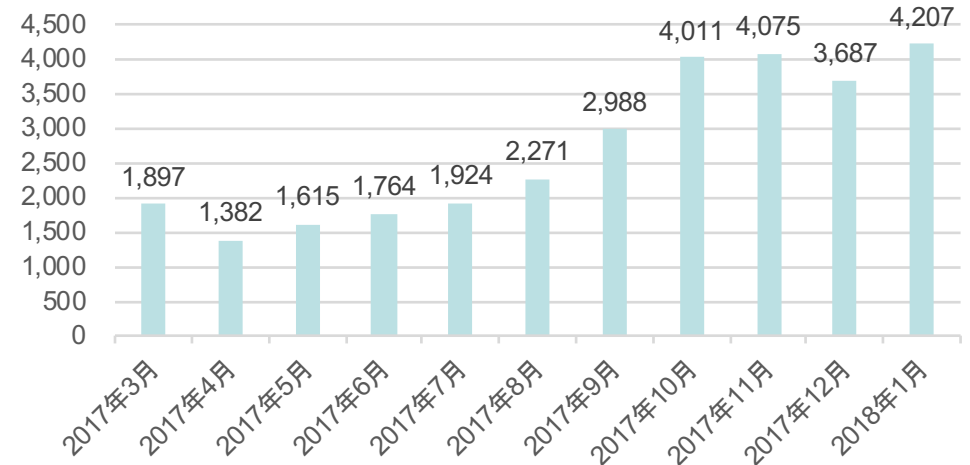
1. KPI（重要評価指標）推移
2. ランディングページ分析
3. 前回行った施策の結果
4. 今回ご提案する更新内容

テクノポート株式会社

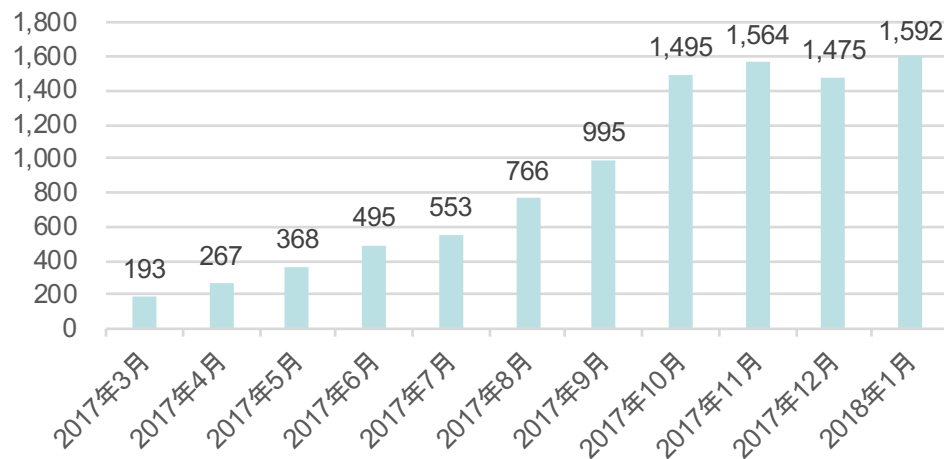
### セッション数



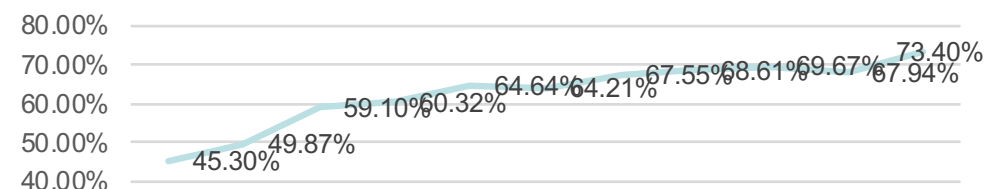
### ページビュー数



### 検索エンジン流入数



### 直帰率



#### 【解説】

更新活動の効果を評価するためにいくつかKPI(重要評価指標)を設けて、毎月効果測定を行います。

KPIの内容はお客様ごとに設定しますが、一般的にはセッション数、ページビュー数、検索エンジン流入数、直帰率、問い合わせ数などを設定します。

ターゲット顧客	対策キーワード	検索需要	ランディングページ	現順位	閲覧開始	直帰率	問合せ数
吸音パネルに興味がある	吸音パネル	1,300	<a href="http://www.acoustic-advance.co.jp/products/board.html">http://www.acoustic-advance.co.jp/products/board.html</a>	24	6	50.00%	2
	吸音パネル 効果	110	<a href="http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/effect.html">http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/effect.html</a>	4	65	66.15%	
吸音材に興味がある	吸音材	6,600	※新設予定のページで対策	—			4
吸音パーティションに興味がある	吸音パーティション	90	※新設予定のページで対策	—			1
	オフィス パーティション	1,300	※新設予定のページで対策	—			
音で何らかの問題を抱えている	吸音対策	10	<a href="http://www.acoustic-advance.co.jp/use/office/">http://www.acoustic-advance.co.jp/use/office/</a>	23	131	62.60%	3
	防音対策	2,400		—			
	反響音	170	<a href="http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/reverberation.html">http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/reverberation.html</a>	1	411	82.73%	
教育現場で音問題を抱えている	幼稚園 騒音対策	10	<a href="http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/noise_nursery.html">http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/noise_nursery.html</a>	13	19	68.42%	1
	保育園 騒音対策	70	<a href="http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/noise_nursery.html">http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/noise_nursery.html</a>	13	10	68.42%	
オフィス（会議室）の騒音対策	オフィス 騒音対策	10	※「オフィスの環境改善」ページで対策	—			3
	オフィス 防音対策	20	※「オフィスの環境改善」ページで対策	—			
	会議室 防音対策	20	※「オフィスの環境改善」ページで対策	—			

【解説】

ランディングページとは、検索エンジンから流入したユーザーが初めに辿り着くページのことを言います。

ターゲット顧客ごとに対策しているキーワードの順位、閲覧数、直帰率などを調べ、今後どこに注力して対策するかを考えていきます。

## 1、吸音パネル、吸音パーテーション、吸音材に商品ページを分割

→ 「吸音パネル」での順位がアップ（ただしランディングページはコラム）


→ 「吸音パーテーション」で検索順位6位

→ 「吸音材」での順位変動はなし

## 2、保育園の騒音問題コラム下に事例コンテンツを追加

[http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/noise\\_nursery.html](http://www.acoustic-advance.co.jp/sound/noise_nursery.html)

→ PV数は大きく増加したものの、なぜか直帰率・離脱率ともに大きく悪化する結果に…

ページ ?	ページビュー数 ? ↓	ページ別訪問数 ?	平均ページ滞在時間 ?	閲覧開始数 ?	直帰率 ?	離脱率 ?	ページの価値 ?
	57.14% ▲ 66 と 42	78.57% ▲ 50 と 28	26.58% ▲ 00:01:50 と 00:01:27	166.67% ▲ 32 と 12	28.57% ▼ 75.00% と 58.33%	43.18% ▲ 54.55% と 38.10%	0.00% \$0.00 と \$0.00
1. /sound/noise_nursery.html 							
2018/01/19 - 2018/02/15	66 (100.00%)	50 (100.00%)	00:01:50	32 (100.00%)	75.00%	54.55%	\$0.00 (0.00%)
2017/12/22 - 2018/01/18	42 (100.00%)	28 (100.00%)	00:01:27	12 (100.00%)	58.33%	38.10%	\$0.00 (0.00%)
変化率	57.14%	78.57%	26.58%	166.67%	28.57%	43.18%	0.00%

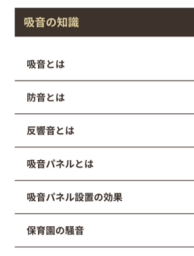
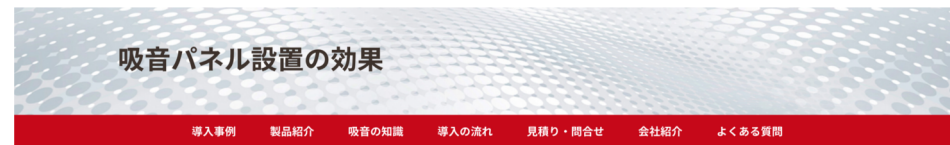
**【解説】** 前月に行った更新活動の結果を振り返ります。毎回振り返りを行うことにより、どのような対策を行えばどのような結果が生まれるのか、といった経験値を溜めていきます。

## ① sound/effect.htmlの改修

吸音パネル設置の効果ページ (sound/effect.html) が「吸音パネル」検索時のランディングページとなっており、大きくPV増加となっています。

それに伴い離脱率 (50.3%) と直帰率 (66.25%) が悪化傾向にあるため、検索順位向上と上記数値改善のための対策を行う必要があります。

期間	PV	伸び率	開始PV	伸び率
2017/10/01 - 2017/10/31	165	258%	80	667%
2017/08/31 - 2017/09/30	64		12	%



## ② コラムページからの導線改修

アクセスの稼ぎ頭となっている「防音とはページ (sound/soundproofing.html)」と「反響音とはページ (sound/reverberation.html)」の直帰率、離脱率が悪化しています。

導線の見直しを行うことで上記指標を改善し、問合せ数増加アクセスするユーザはニーズが詰まっていらないケースが多いと線を引きることにより、問合せへ繋がる可能性があります。

を狙っていきたく思います。上記ページへ【解説】るため、無料シミュレーションなどの導前ページまでの内容を踏まえ、今月どのような更新を行うかをご提案します。毎回2つ以上の提案を行うようにしているのと、更新を行うことでどのような効果を期待するのかを明示するようにしています。 150%

ページ	期間	ページビュー数	伸び率
/sound/soundproofing.html	2017/10/01 - 2017/10/31	706	129%
/sound/soundproofing.html	2017/08/31 - 2017/09/30	548	
/sound/reverberation.html	2017/10/01 - 2017/10/31	552	137%
/sound/reverberation.html	2017/08/31 - 2017/09/30	402	

閲覧開始数	伸び率	ページ別訪問数	直帰率	離脱率
292	129%	706	79.22%	50.30%
452	137%	552	82.30%	78.44%
331	150%	331	79.14%	70.90%



# TECHNO-PORT Inc.

テクノポート株式会社

## テクノポート株式会社

<https://techport.co.jp/>

[東京本社]

〒135-0064 東京都江東区青海2丁目7-4 theSOHO-710  
TEL. 03-5579-6528 / FAX. 03-5579-6529

[名古屋営業所]

〒460-0008 名古屋市中区栄2-3-1  
名古屋広小路ビルディング16階（株式会社名大社社内）  
TEL. 052-218-2929