

## この資料の目次と主な内容の詳細

### 目次

- ・ 戦略って何？
- ・ 戦略を3つに分解「作戦・戦術・計画」
  - **作戦**ってなんだろう？
  - **戦術**ってなんだろう？
  - **計画**ってなんだろう？
- ・ BtoB企業のWEB戦略の立て方
  - WEB戦略の目的
  - **WEB戦略の立て方手順**
    - 1：WEB戦略を作戦に分解する
      - WEB戦略の3つの作戦と3つのKPI**
    - 2：作戦が決まったら戦術を決める
      - 主な**WEB戦術の具体例**
    - 3：戦術が決まったら効果の指標（KPI）を決める
      - 主な**KPIの具体例**
    - 4：WEB戦略の計画立案
      - 年間計画シートのサンプルダウンロード**（エクセル）
    - 5：WEBのPDCAを回す
      - KPI可視化の例**
- ・ BtoBのWEB戦略の立て方のまとめ

[この資料を資料請求する >>](#)

### BtoB企業に特化した内容でWEB戦略の立案からPDCAまでの流れが学べる

#### 戦略の概要まとめ

つまり、戦略立案とは、目的を達成するための作戦を決め、作戦の使命を達成するための戦術を決め、その戦術の計画を立てることが、戦略立案といわれます。

よく、戦術が具体化できたら、戦術を落とし込めたいという言い方をしますが、戦術や計画まで考えることができたからで、「落とし込めたい」という言い方は違います。

それでは、第一歩はここからにして、本題のWEB戦略の立て方についてご説明いたします。

これをどう落とし込めたいのか？  
効果分析はどうするか？を決めるのが計画

```
graph TD; Strategy[戦略] --> Op1[作戦 1]; Strategy --> Op2[作戦 2]; Strategy --> OpN[作戦 N]; Op1 --> Mis1[使命 1]; Op2 --> Mis2[使命 2]; OpN --> MisN[使命 N]; Mis1 --> Tac1_2[戦術 1,2]; Mis2 --> Tac3[戦術 3]; MisN --> Tac4_5[戦術 4,5];
```

#### WEB戦略の目的

WEB戦略を立案するには、戦略の目的（何を達成したいかゴール）を明確にする必要があります。目的を達成するための最も効果的な方法が戦略ですが、目的なき戦略などありません。

では、BtoBのWEB戦略の目的にはどのようなものがあるのでしょうか？ おおむね右の5つに絞られるかと思えます。

そして、言わずもがな、最も多いのは目的1の「新規見込み客を獲得する」です。ですので、この資料では、WEB戦略の目的を新規見込み客獲得と設定し、戦略の立て方をご紹介します。

目的 1	新規見込み客を獲得するリードジェネレーション
目的 2	見込み客の理度を高めるリードナーチャリング
目的 3	企業の信頼性・ブランド力を向上させる
目的 4	優秀な人材を獲得する
目的 5	既存顧客の流出を減く顧客の囲い込み

#### WEB戦略の計画立案

作戦と戦術、そしてKPIが確定できたら、WEB戦略の計画を検討します。下記のようなエクセルを作成し、集客強化からフォーム問い合わせ獲得までの実行計画を策定しましょう。その後、継続的にKPIを可視化し続けることで、計画に対して成果があったかどうかを確認することができるようになります。

[サンプルシートを見る](#)

施策	内容	実施時期	1月	2月	3月	4月	5月	6月
集客強化の施策	SEO対策	SEO対策						
	多岐にわたる集客	SEO対策						
リードジェネレーションの施策	CTA設置	CTA設置						
	メールマガジンを集客施策	メールマガジン						

BtoB企業のWEB戦略を3つの作戦と3つのKPIに分解し、KPIを可視化した上で、PDCAをどう回すか？を解説した資料。年間計画のエクセルテンプレートもご紹介します。