

BtoBデジタルマーケティングの実行計画の立て方「5段階プロセス」

～KGI・KPI設定と戦略的な計画書の作り方～

4つのテンプレート・見本付き

この資料は、BtoBのデジタルマーケティングの実行計画の立て方について、そのプロセスをご紹介します。限られたリソースを効率よく活用できる戦略的な実行計画を立案する方法について解説しています。

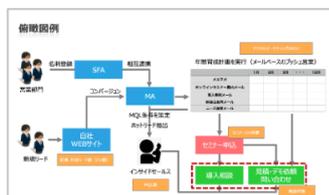
[この資料を申し込みする>>](#)

●資料の内容抜粋

●4つのエクセルやパワポサンプル・見本で計画立案を効率的に

デジタル活用との相性を分析する分析シートのエクセルサンプル

項目	詳細のポイント	詳細結果
検索キーワードの検索結果	キーワード検索結果とキーワードの相性を分析し、自社の検索キーワードと相性の高いキーワード、自社の商品やサービスとWEBを連携し、このキーワードを効果的に活用する。WEB活用できる可能性が高い。	
競合キーワードの検索結果	上記の項目と同様に競合キーワードの検索結果を分析し、競合とWEBを連携できる可能性が高い。	
検索キーワードの掲載	検索結果の検索順位が低いキーワードは、SEO対策を検討し、順位を上げ、検索管理システムや検索エンジンに登録し、検索順位を上げる。検索管理システム、導入方法、検索エンジン、検索順位を上げる。検索管理システム、導入方法、検索エンジン、検索順位を上げる。	
競合の掲載	WEB活用、Webサイトは競合と相性を分析し、競合とWEB活用を連携させる。競合とWEB活用を連携させる。	



マーケティング活動の俯瞰図のパワポサンプル (見本)

この資料では、左のようなエクセルやパワポのテンプレートがついています。御社の計画立案のヒントにご活用ください。

WEBアクセス	CVR	合計リード獲得件数
2800 UU	0.71%	20 件

検索キーワードは定期的に追加

参加人数総数	セミナーCVR	参加人数合計	商談率
2000 件	0.40%	8 件	25%

KPI可視化のエクセルサンプル

マーケティング施策	戦術	KPI	4月	5月	6月
WEB活用	SEO対策コラム公開	アクセス数			
	ホワイトペーパー作成	CV件数			
メール活用	セミナー設計	なし			
	セミナー準備	なし			
PDCA	セミナー案内メール配信	セミナー申し込み件数			
	KPIツリー作成とPDCA	なし			

活動計画表のエクセルサンプル

[この資料を申し込みする>>](#)

●この資料で学べる4つのこと

(1) BtoBに特化したデジタルマーケティングの計画の立て方手順

BtoBに特化した計画立案の手順を学ぶことができます。ALUHA式のプロセスで立案する手順で、御社製品や事業とデジタル活用の相性も確認するプロセスになっています。

(2) 社内合意を取るための活動俯瞰図作成

デジタルマーケティングを推進するには、デジタルマーケティングで何をやるのか？の活動範囲の策定が必要です。その策定を俯瞰する俯瞰図の見本もあるので、計画立案の参考になります。

(3) KPIを可視化するダッシュボード（ロジックツリー）

デジタルマーケティングの活動の成果を可視化するためのKPIダッシュボードのサンプルもご紹介しています。社内に数値報告する際のヒントにご活用ください。

(4) PDCAの回し方

デジタルマーケティングのPDCAの回し方についてもご紹介しています。KPIダッシュボード（ロジックツリー）の比較を行うことで、どこが悪いのか？どこを改善すべきか？改善した成果はでているのか？などがすべて数値で分かるようになります。

このように、BtoBデジタルマーケティングの計画立案の基礎が学べる資料です。御社の計画立案のヒントやデジタルマーケティング推進のきっかけになるとと思いますのでぜひご活用ください。

[この資料を資料請求する >>](#)