

この資料の目次と主な内容の詳細

目次

- ・ ホワイトペーパーとは？
  - 目的や役割、どんな資料をつくるのか？
- ・ **CVの量（リードの数）を重視**したホワイトペーパーの作り方
  - CVの量を重視したホワイトペーパーとは何か？メリット・デメリットは？
  - CVの量を重視したホワイトペーパーの作り方手順（検索ニーズ起点の作り方）
    - 1：サジェストワードとは？
    - 2：サジェストワードを取得する
    - 3：サジェストワードからホワイトペーパーを設計する
- ・ **CVの質（リードの質）を重視**したホワイトペーパーの作り方
  - CVの質を重視したホワイトペーパーとは何か？メリット・デメリットは？
  - CVの質を重視したホワイトペーパーの作り方の注意点
    - ・ 相思相愛をしっかりと意識すること
    - ・ 緊急性・重要性の高い課題に焦点を当てること
  - CVの質を重視したホワイトペーパーの主な構成案
    - ・ ページ構成案1「課題→解決→事例の構成案」
    - ・ ページ構成案2「問解手（もんかいて）構造の構成案」
  - CVの質を重視したホワイトペーパーの作り方手順
    - 1：顧客・リードの解決したい課題を把握する
    - 2：自社で解決できる課題と独自性や事例を確認する
    - 3：ホワイトペーパーのページ構成案に従って作成する
- ・ ホワイトペーパーの作り方まとめ

[この資料を資料請求する>>](#)

コンバージョンの量を重視、リードの質を重視するホワイトペーパーの作り方が学べる

**検索ニーズ起点のホワイトペーパーの作り方手順（1）**

「産業用ロボット」というキーワードをラッコキーワードに入力すると右のような画面になります。これが、Googleサジェストワードの一覧になります。

ここに、「産業用ロボット」と検索している検索者が「何を知らたがっているのか？」のヒントがたくさん隠されています。

ラッコキーワードではCSVでデータをダウンロードできますので、CSVでダウンロードしましょう。

| 産業用ロボットのサジェストとそのサジェスト | 産業用ロボットA        |
|-----------------------|-----------------|
| 産業用ロボット               | 産業用ロボット 安全機構    |
| 産業用ロボット               | 産業用ロボット 安全機能    |
| 産業用ロボット 特別教育          | 産業用ロボット 安全対策    |
| 産業用ロボット シェア           | 産業用ロボット ai      |
| 産業用ロボットとは             | 産業用ロボット 安全機能 法律 |
| 産業用ロボット 資格            | 産業用ロボット 安全教育    |
| 産業用ロボット 種類            | 産業用ロボット アーム     |
| 産業用ロボット メーカー          | 産業用ロボット 安全衛生法   |
| 産業用ロボット 特別教育 終了証      | 産業用ロボット 安全      |
| 産業用ロボット ファナック         | 産業用ロボット 安全機能 強度 |
| 産業用ロボット 特別教育 認知       | 産業用ロボットB        |
| 産業用ロボット 特別教育 資格       | 産業用ロボット 分類      |
| 産業用ロボット 特別教育 終了証      | 産業用ロボット 分類      |
| 産業用ロボット 特別教育 認知       | 産業用ロボット バッテリー   |
| 産業用ロボット 特別教育 社内       | 産業用ロボット 閉店      |
| 産業用ロボット 特別教育 大綱       | 産業用ロボット 閉店      |
| 産業用ロボット 特別教育 費用       | 産業用ロボット ベンチャー   |
| 産業用ロボット 特別教育 オンライン    | 産業用ロボット 防塵      |
| 産業用ロボット 特別教育 契約       | 産業用ロボットC        |
| 産業用ロボット シェア           | 産業用ロボット 中古      |
| 産業用ロボット ファナック 1400    | 産業用ロボット 中古      |

**ソリューション起点のホワイトペーパーの作成手順**

それでは実際に、ソリューション起点のホワイトペーパーの作成を進めてみましょう。ここでは、「相思相愛」を意識した進め方をご紹介します。本来は「緊急性・重要性」も意識した進め方が理想ですが、PDF資料だけでは説明しきれないので、一旦、相思相愛のみに焦点を当てます。「緊急性・重要性」も意識した進め方にご興味ある場合は、弊社に[お問い合わせ](#)ください。弊社では、[デジタルコンテンツ作成のコンサルティング](#)が可能ですので、事例などを含めてご説明します。

19ページ ©ALUHA

ホワイトペーパーは、BtoBマーケティングのリードジェネレーションにおいて、重要な施策の1つです。しかし、コンバージョンの量を追求するのではなく、**コンバージョンの量とリードの質のバランス**が重要です。量と質のバランスをどう作っていくか？のヒントになりますので、ぜひご参照ください。