



BtoBマーケティング総合支援サービス

会社概要

会社名	株式会社 PLAN-B
設立	平成 15 年 10 月 22 日
所在地	<p>■大阪本社 〒550-0013 大阪市西区新町 1-28-3 四ツ橋グランスクエア 6 階</p> <p>■東京本社 〒106-6033 東京都品川区東五反田 2-5-9 CIRCLES with 島津山 3 階</p>
資本金	100,000,000 円
従業員数	192名 ※2022年12月現在（グループ会社含む）
事業内容	<p>■デジタルマーケティング事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SEOコンサルティングサービス ・コンテンツライティング ・インターネット広告運用代行 ・WEBサイト制作・構築 <p>■マーケティングDX事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SEOツール「SEARCH WRITE」の開発 ・インフルエンサーマーケティングプラットフォーム「Cast Me!」の開発 <p>■ASP事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インフルエンサーアフィリエイト「Comiful」 <p>■ライフスタイルメディア事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エラベル (https://elabel.plan-b.co.jp/) ・INUNAVI (https://inunavi.plan-b.co.jp/) ・カジナビ (https://kaji-navi.plan-b.co.jp/)
グループ会社	株式会社PLAN-Bマーケティングパートナーズ 株式会社スペシャルサンクス



社員モチベーションが高い企業を表彰

BMCアワード2015 第1位

(2015年~2019年 5年連続受賞)



日本最大級 企業口コミサイト「openwork」にて

2022年11月現在、上位0.05%に該当する89位

89位 / 全164,114社

(2022年11月現在)



社員満足度の高い企業を表彰

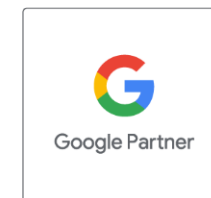
「働きがいのある会社」

2017,2018,2022 受賞



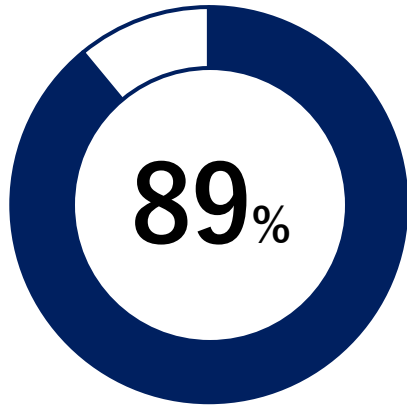
国内の雇用創出に貢献したベンチャー企業を表彰

「Job Creation」 4年連続受賞



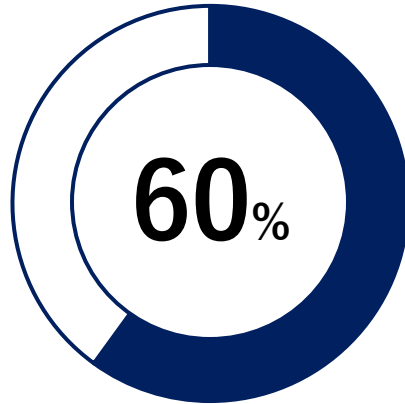
BtoBマーケティングの近況

ユーザーの動きが複雑化し、顧客獲得において施策の幅広さが求められるようになってきている。
またリード獲得だけでなく獲得後のマーケティング施策の重要性も高まっている。



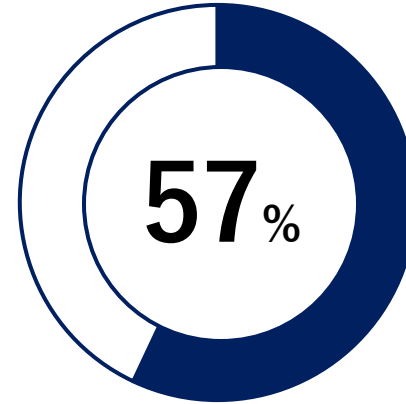
ユーザーの89%が
製品購入前にWebサイトで検討

引用元：Think with Google
「The Changing Face of B2B Marketing」
<https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/the-changing-face-b2b-marketing/>



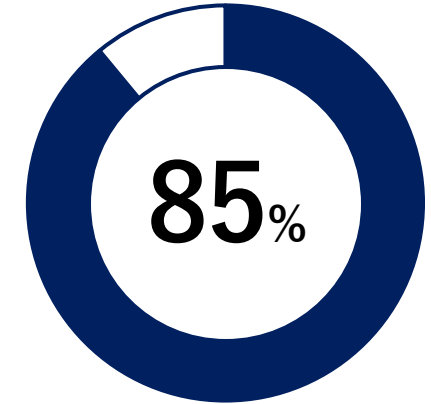
セールスサイクルの60%は
営業担当者と会う前に
すでに終わっている

引用元：DEMAND METRIC
「Content Marketing Infographic」
<https://www.demandmetric.com/content/content-marketing-infographic>



57%の企業が
自社ブログから顧客化

引用元：Sales Zine
「BtoBは商談前に勝負が決まっている？ 営業が強い企業でもマーケティングが必要になる理由とは」
<https://saleszine.jp/article/detail/1531>



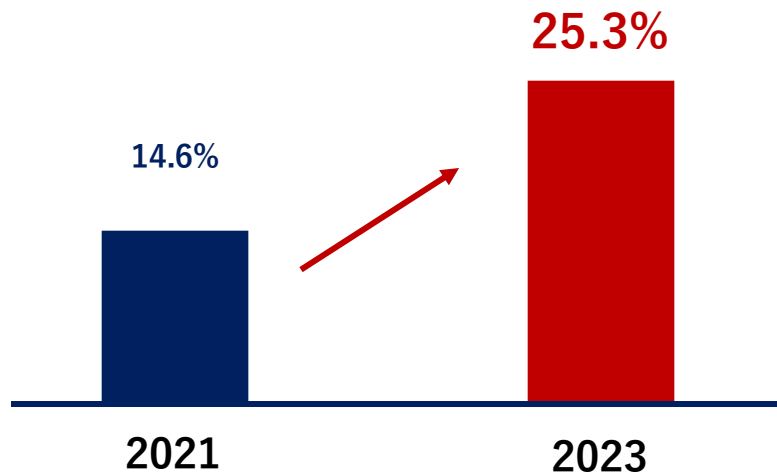
85%の企業が購買までに
5つのコンテンツをみている

引用元：Marketing & Sales Innovation Forum
「コロナ禍で変わった「BtoBマーケティングの役割」」
<https://jbpress.ismedia.jp/articles/-/70564>

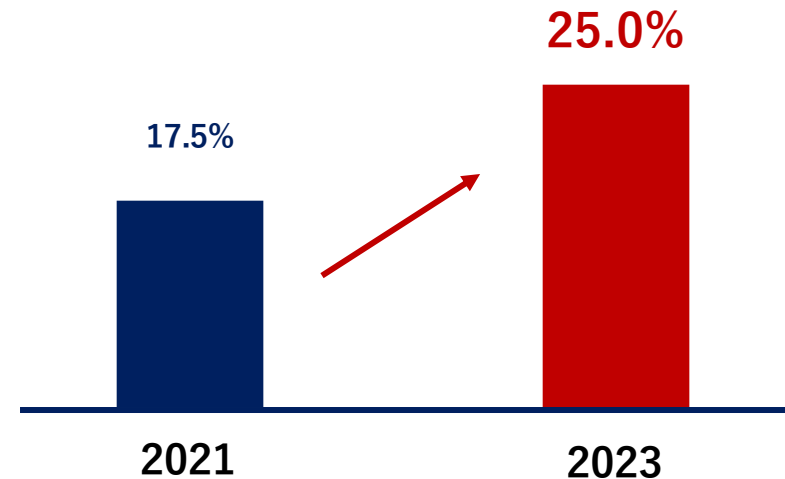
BtoBマーケティングの近況

ユーザーの動きが複雑化し、顧客獲得において施策の幅広さが求められるようになってきている。
またリード獲得だけでなく獲得後のマーケティング施策の重要性も高まっている。

展示会の出展（オフライン施策の回帰）



メールマーケティング



BtoBマーケティングの現場で起きがちな課題

戦略立案～実行、そして効果測定、改善におけるノウハウやスキル、リソースの不足により
成果を上げる（自社でやりきる）のが難しいという現場の悩みが多い。

1

ノウハウ/スキル不足

責任者自身も今がいい状態なのと言われると自信がない。一緒に考えながら伴走してほしい。

2

リソース不足

幅広い施策内容や施策量に忙殺され、戦略設計や効果検証の時間まで十分に時間を取れていない。

3

戦略立案・実行

LTVを最大化する全体戦略設計や各部門連携の正解が分からず、部門個別最適化が進んでしまう。

4

効果測定・改善提案

見るべき成果指標や改善すべき課題が分かりにくく、効果的なPDCAを回すことができていない。

BtoBマーケティングで目指すべき理想の状態

全体最適と正しい効果検証により事業成長のドライバーとして重要な役割を担う

1

戦略戦術の浸透

成果指標やコミュニケーション設計において部門間連携を強め、全体最適の戦略戦術を実行する。

2

施策の全体最適化

幅広い施策の中で自社のフェーズや課題に合わせて最適な戦略を設計し実行する。

3

効果検証とナレッジノウハウの蓄積

施策の定点観測と効果検証までセットで行い、PDCAを高速で回すことで自社ナレッジノウハウを蓄積させる。

4

顧客志向

顧客の声をプロダクトやコミュニケーション戦略に常に反映させ、LTVの最大化を図る。

BtoBマーケティング支援パッケージ概要

デジタルマーケティング支援事業、マーケティングDX事業の自社マーケティング組織で培ったノウハウを活かした
BtoBマーケティングの支援パッケージ

SEOコンサルティング事業



累計取引先社数 5,000社 / 16年の支援実績

ADコンサルティング事業



継続率93.8% / Yahoo!広告運用パートナー
※国内約30社

MEDIAコンサルティング事業



外部Award受賞数4回 / 月間リード数最大
800件のオウンドメディア制作実績

SEARCH WRITE



ご利用者数1,000社以上 / ITreview Grid
Award 2023 SummerでSEOツール部門の
「Leader」に8期連続で選出

Cast Me!



ご利用社数2,500社以上 / 過去4,000件のPR
データを保有、約8,000名のインフルエン
サーが登録

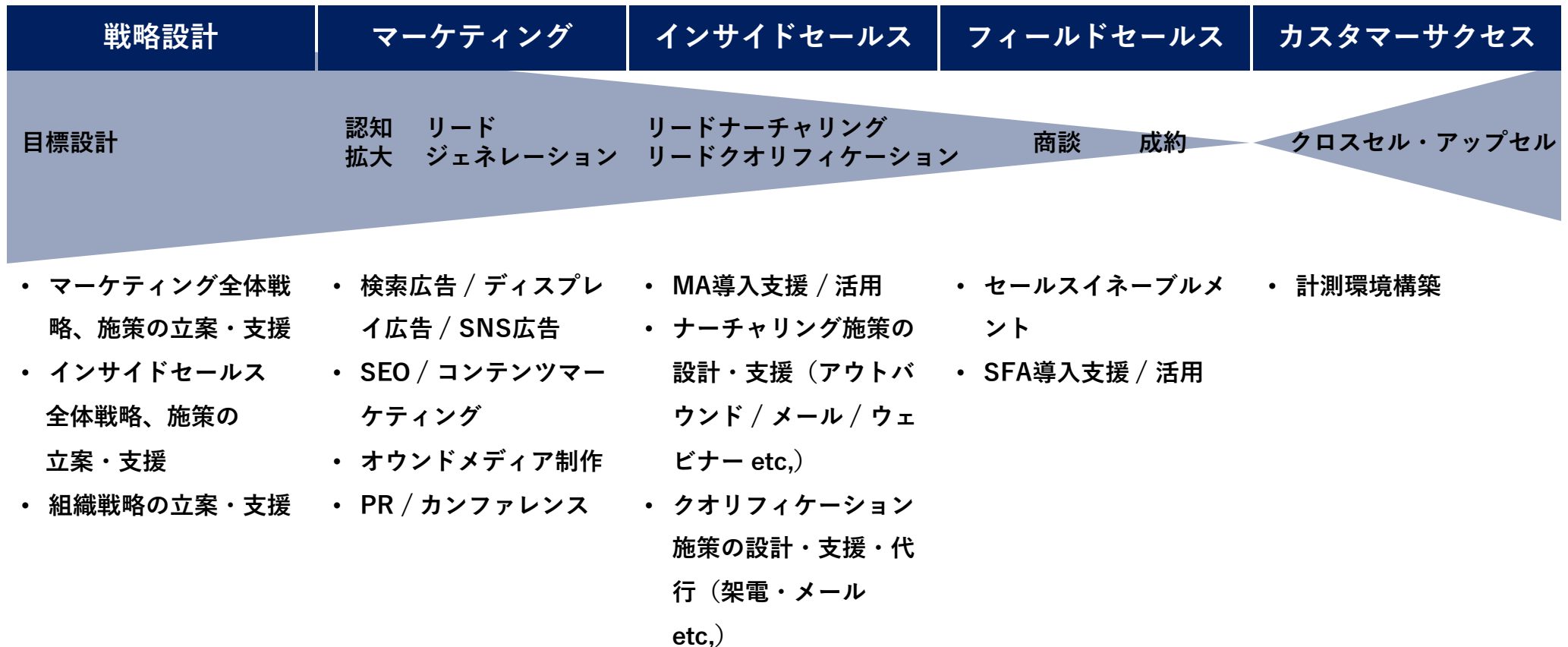
マーケティング/インサイドセールス



複数サービスの組織立ち上げ～拡大におい
ての自社実績を基に、体制構築～戦略の設
計、施策実行部分までご支援

BtoBマーケティング支援パッケージ概要

戦略設計～カスタマーサクセスまで、課題やフェーズに合わせた支援が可能



BtoBマーケティング支援パッケージの3つの特徴

POINT1

コンサルのみでなく
実行を支援



戦略立案・リードジェネレーション
～CSまでコンサルのみならず実行に
ついては支援

POINT2

自社マーケティングの
豊富な実績



現在進行形で顧客の自社マーケティ
ングをやっているので豊富な実績
もとに支援・実行ができます

POINT3

累計5,000社以上の
クライアント支援実績



SEO / 広告 / サイト制作 / LPOの集
客やMAの導入支援などの実績があ
ります

CASE1 | チャットツール

CV数**5,710%**に増加

SEO / 検索広告 / ディスプレイ広告 / SNS広告 / LPO

CASE2 | 電子カルテ

CV数**137%**に増加

SEO

CASE3 | 自社マーケティング

CV数**134%**に増加

検索広告 / ディスプレイ広告

CASE4 | 自社マーケティング

リード獲得数**150%**に増加

年間**3,000件**商談創出

実施の流れ（例）

STEP1

ヒアリング

- 事業理解
- 担当者・責任者へのインタビュー
- 要件整理

STEP2

調査・現状分析

- KPIと進捗の確認
- 顧客理解
- 競合理解
- 受注 / 失注分析
- ボトルネックの把握

STEP3

戦略・目標設計

- マーケティング、インサイドセールス戦略の立案 / 支援
- 目標の立案 / 支援
- マーケティング、インサイドセールス施策の立案 / 支援

STEP4

各種施策支援・実行

- 各種施策の実行 / 支援
- KPIのモニタリング / 改善

提供価格について

コンサルティングの内容や期間、実行施策によって異なるためお気軽にお問い合わせください。

まずは詳しい話を聞いてみる >

 **PLAN-B**