

オウンドメディア版 コンテンツマスターへの「冒険の旅路」

Lv.11~20

Lv.21~99

Lv.1



冒険のはじまり

基本スキル習得

Lv.2~10



**ガツンとくる
一撃必殺系**

1つのコンテンツだけでも一気に気持ちを引き寄せるインパクトがあり理屈抜きにファンになる



**逃げ場のない
多彩な攻撃系**

読者の関心(検討段階)に合わせてある程度の幅広さで対応できる着実に成果に近づいていく

顧客視点

真の価値を追求する

クリエイティブ視点

独自の世界観・価値観の確立

ビジネス価値を追求する
マーケティング視点

企業理念の内省化
経営視点

独自の視点・表現スタイルを過剰に追求

Q by Livesence

メディアとしての価値に正面から取り組むあえてやっかいな社会問題に実名で切り込む

SHARP 公式note

社員や仲間たちの変態的なこだわり・情熱をそのまま世に出す

五感・空気感を過剰に追求

中川政七商店ラテオ

音声コンテンツのクオリティにこだわり工芸の世界の空気感・手触り感を追求

特定のテーマを過剰に追求

Live + Do

大変な介護の現場を少しでもラクに楽しみたいそのためなら貪欲にコンテンツにする(たとえ自社ビジネスに関係なくても)

顧客の関心に向けて横滑りしていく

e☆イヤホン

伝えたい気持ちを重視自由な発想でスピーディーに試行錯誤

となりのカインズさん

顧客の日常・関心に独自の切り口で入り込み自社ブランドを好きになってもらう

なるほどジョブメドレー

ふとした悩みや疑問をふくらませてオリジナルコンテンツ化していく

アークのブログ

タモリ倶楽部のようなサブカルマガジン

メディアを「場」へ横滑りさせて顧客や他社のパワーを借りる

中川政七商店
大日本市note

カタリへの力を借りて、工芸品の良さを再発見自社と他社、自社と顧客の垣根をなくしていく

丁寧に顧客の態度変容を追いながらビジネス価値を過剰に追求していく

SmartHR Mag.

安定したお役立ちコンテンツ供給と改善を重ねながら人事労務担当者にとって真に必要なことへと誘っていく

データのしかん

DXに取り組む越境者を支援するコンテンツ群自分たちのメディア運営スタイルそのものが越境者的

- ・誰に向けて:ペルソナ策定
- ・誰が:安定運用のための体制の構築
- ・何を:ネタ作りのルーチン化
- ・いつ:コンテンツカレンダー
- ・なぜ:初期の目標

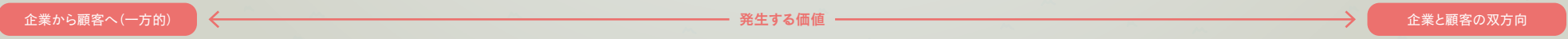
- ・メディアを続けながら「どうやって」の葛藤(対内/対外)
- ・どうしても成果が先に立たないので、挫折しやすい

Lv.1
足場固め
戦略設計

Lv.11~20
価値・存在
意義の追求

Lv.99
初期の目的
からの逸脱

- ・「なぜ」の変容
- ・創出する価値の変容
- ・長く続くオウンドメディアに



ビルディング・オーディエンス
(企業の資産としての「ファン」)

BtoC的
王道エリア

BtoB的
王道エリア

ビルディング・オーディエンス
(企業の資産としての「顧客」)