



# CONTENT MARKETING PLAYBOOK

顧客とつながるための24のアイデア

SPONSORED BY



## コンテンツマーケティングが時代を変える

今多くの企業が、マーケティング活動の一貫として素晴らしいコンテンツ（独自性が強く、関与度が高く、品質の高いコンテンツ）を作ることに注力している。

この最新版の「Content Marketing Playbook」には、コンテンツマーケティングをより効果的に実施するためのコツがまとめられている。**調査データ**や事例は、現場で活躍するコンテンツマーケターに成功のヒントを与えてくれるだろう。

紹介している多くの事例は、今でも継続的に実践されているものだ。各事例に触れることで、気づきを得、そのノウハウを自社のマーケティングプログラムに取り入れたくなることだろう。

**さあ、コンテンツマーケティングで革命を起こそう。**



**Joe Pulizzi**

Content Marketing Institute  
創業者



**Jonathan Kranz**

Kranz Communications  
プリンシパル

# THE PLAYS

コンテンツマーケティングで活用できる戦術について

## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

継続的な更新がブログの決め手だ。継続すればブログは購読者を増やすのに最も効果的な戦術となる。

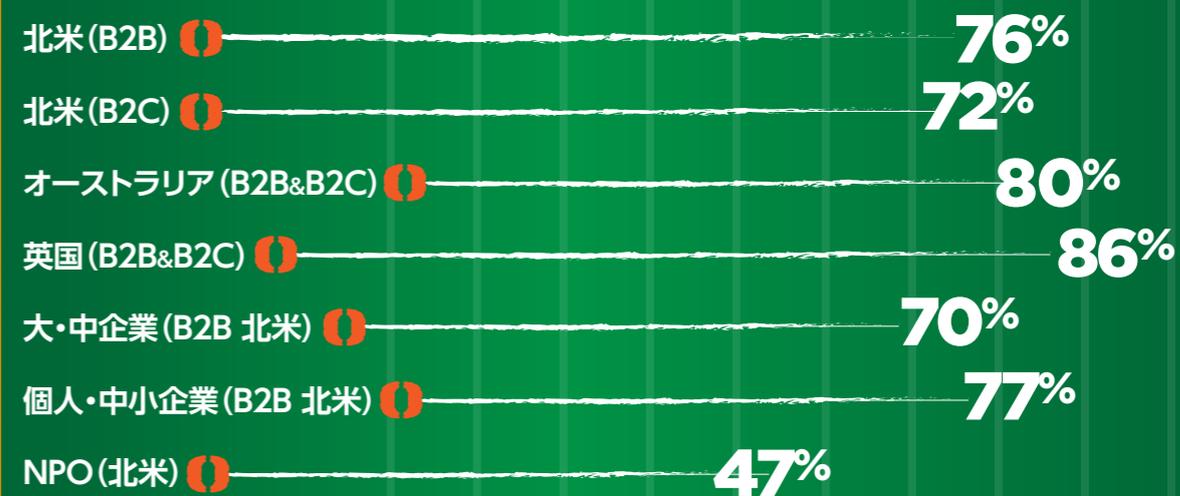
## ゴールを左右する重要ポイント

「どれくらいの頻度でコンテンツを更新すれば良いのか?」。これはとても難しい問題だが、その前に以下の視点から考えてみよう。

1. ブログの読者(=ターゲット)が面白いと感じる内容か?
2. ブログの目的に沿った内容か?

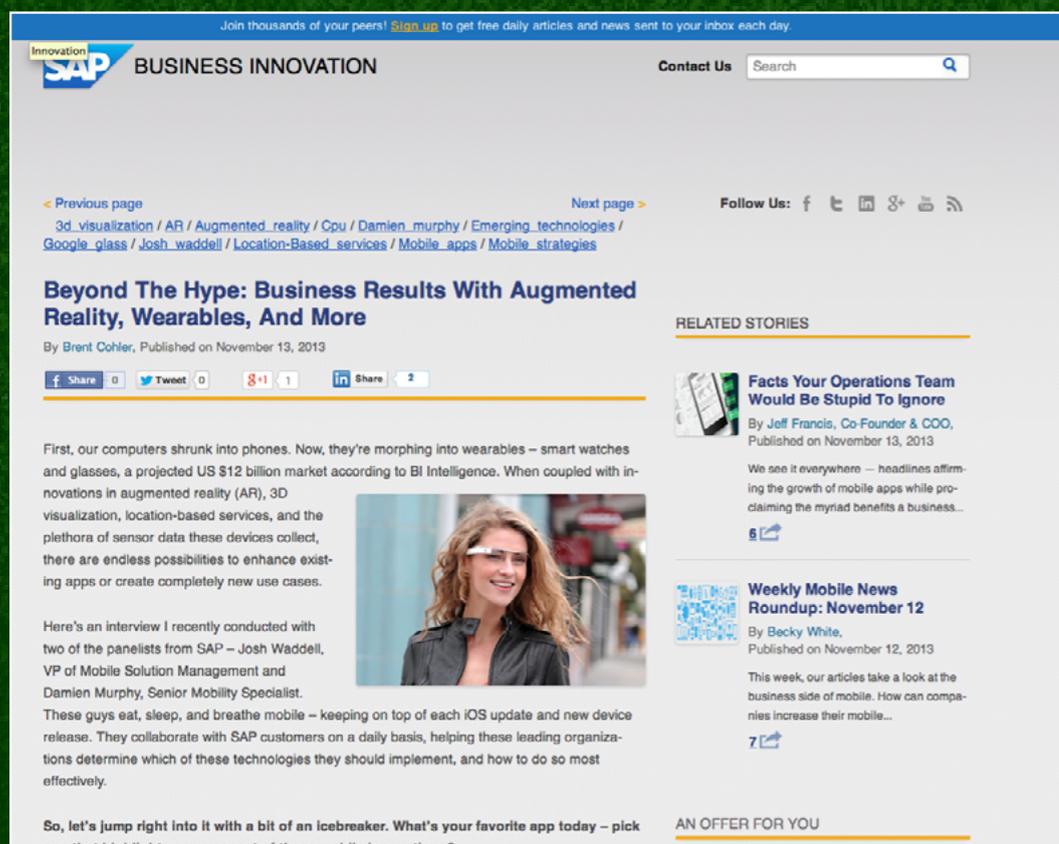
この条件をあなたが満たせるかどうかで判断すると、更新頻度は毎日かもしれないし、隔週になるかもしれない。重要なのは、「読ませる価値のあるコンテンツを用意できているか?」ということ。量よりも質の問題として考えよう。

### 利用率



### 効果を実感した割合





## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

ブログでこちらから発信したいものを並べていくだけでは、ダメだ。継続的な読者をつかむためにもターゲットのニーズに応える内容にしよう。

法人向けITサービスを提供するSAP社は、自社ブログ「**Business Innovation blog**」(英文)で掲載する記事のトピックを決めるために、徹底的に検索キーワード調査を実施した。ホットなトピックを探し当て、それぞれのカテゴリーに専門家を割り当て、「〇〇のことが全てわかる」コンテンツを作成した。その結果、以下の3つの成果を生み出すことができたという。

- ▶ 専門性が高いオーディエンスにとって関心度合いの高いコンテンツを継続的に発信していくことができた。
- ▶ 技術的なノウハウに関する情報が飛び交う中から、貴重な意見を発見することができた。
- ▶ ビッグデータカテゴリーでは、通常の記事の約1,000倍のページビューを獲得することができた。



事例提供者:

SAP社

**Michael Brenner**

Vice President of Marketing and Content Strategy

# THE PLAY: メールマガジン

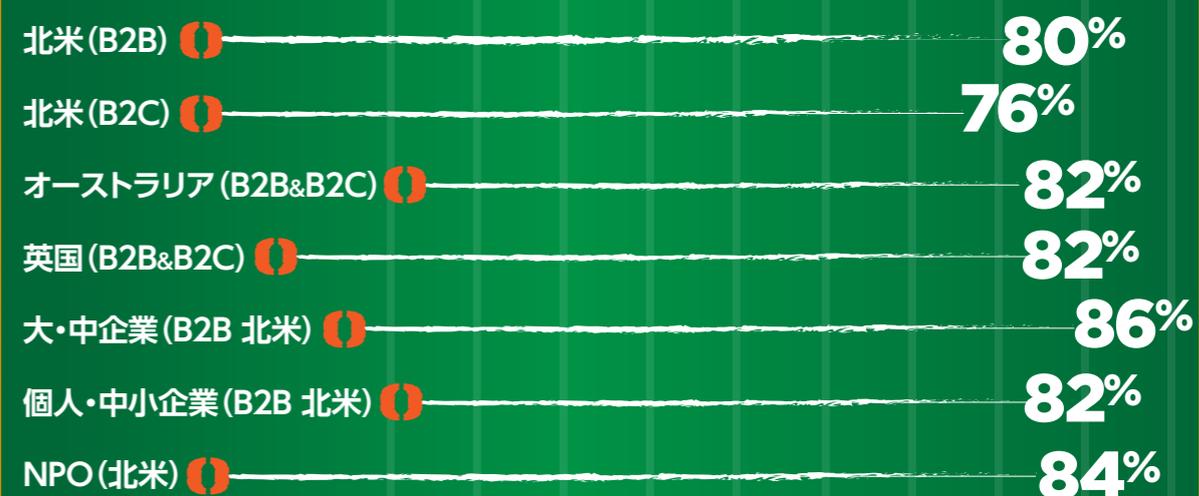
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

メールマガジンは今も昔も読者と直接つながるために有効なツールだ。よりよい効果を引き出すために、読者の興味に合わせて、カテゴライズされたメールを用意してみよう。(例:見込み客向けと既存顧客向けにそれぞれ異なるメルマガを発行)、受け取る頻度(日刊、週刊、月刊)を読者が選べるように設定すると更に効果的だ。

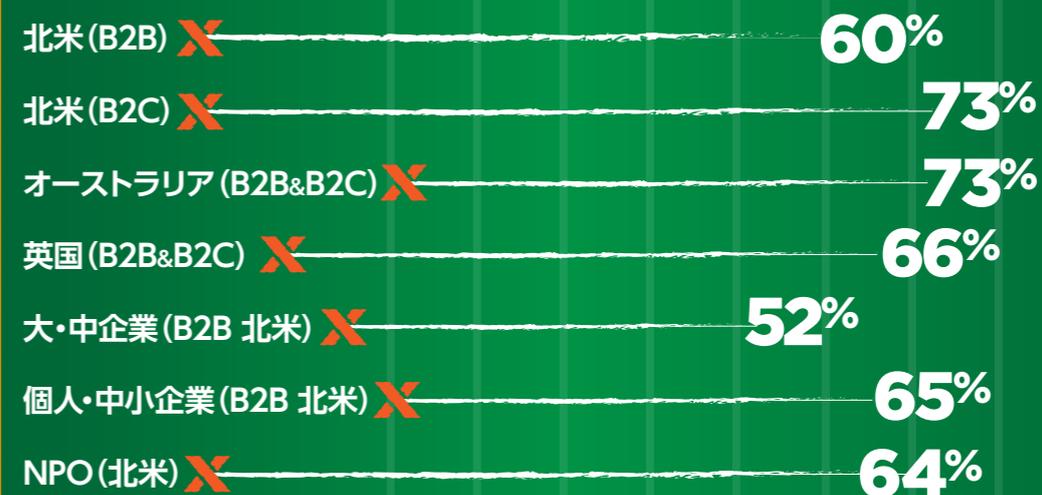
## ゴールを左右する重要ポイント

年々、モバイル端末でメールマガジンを読む人が増えている。モバイル端末で読みやすいコンテンツを制作する方法はレスポンシブデザインだけではない。シングルコラムでの表示や、フォントとボタンサイズの拡大、リンクの周りの余白を広くするなど、モバイル端末に適したデザインを取り入れたい(モバイル端末で読みやすいメルマガの作り方については、「[2Key Techniques for Making Email Content More Mobile-Friendly](#)」(英文)で詳しく述べている)。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: メールマガジン

Whidbey & Camano Islands

THE SHORTEST DISTANCE TO FAR AWAY®

OCTOBER 2012

WhidbeyCamanoIslands.com | Lodging | Getting Here | Contact Us

Ziplining on Camano Island - Video Story



Ziplining on Camano Island is a year round adventure the whole family can enjoy.

[View Ziplining Video](#)

**Events**

**October 2012**

**Apple Day & Mutt Strut and Open Studio Tour**

Meet an amazing range of artists on Oct. 6th & 7th during Whidbey's Open Studio Tour. On Oct. 20th families can enjoy the annual Apple Day and Mutt Strut at Bayview.

[See all October Events](#)

**November 2012**

**Celebrate Ebey's Reserve and Chili**

Share Us, Please!

forward to a friend

f t

In Brief...

Entertainment Weekly: Whidbey's Elizabeth

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

メールマガジンを発行するだけであれば比較的簡単だが、読者に楽しみにしてもらえるレベルまで充実させるためには工夫が必要だ。アメリカの西海岸の島でアウトドア施設を運営する Whidbey Camano Islands は、動画やインフォグラフィックを取り入れることで、より臨場感のあるコンテンツに仕立てあげている。このメルマガによって以下の成果を得ることができた。

- ▶ メールマガジンの購読者が倍増した。
- ▶ サイトへの訪問者が約6万人増えた。



事例提供者:

FusionSpark Media社  
**Russell Sparkman**  
President & CEO

# THE PLAY: 事例紹介

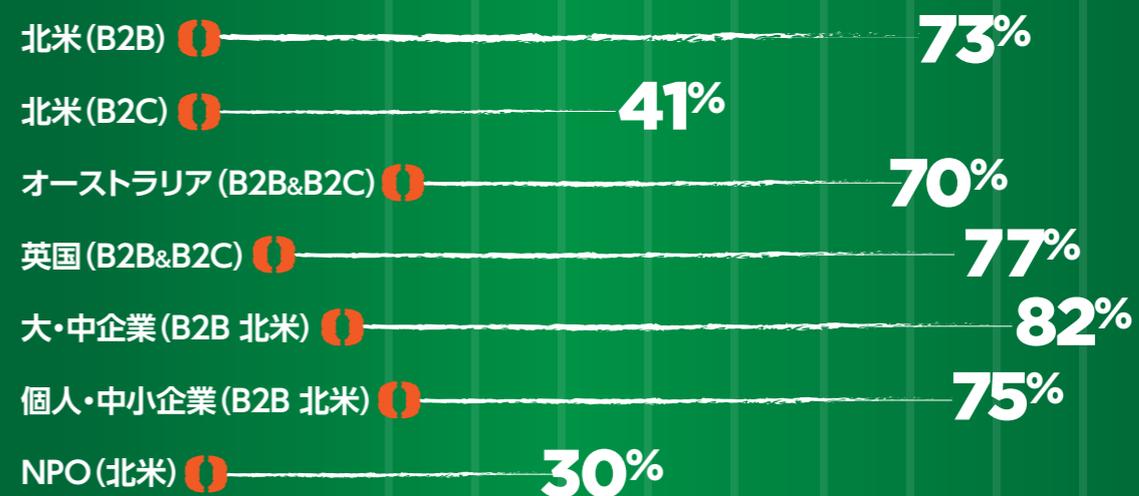
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

事例紹介は、見込み客が商品やサービスを評価しようとしている段階で有効なコンテンツだ。質の高い事例紹介をつくるためには、見込み客が持つ疑問や懸念を想定し、それらに誠実かつ信頼できる回答を用意することだ。

## ゴールを左右する重要ポイント

事例紹介は、ストーリーを通して伝えることが重要だ。ストーリーを生き生きと伝えるために、テキストだけでなく、動画や写真もふんだんに活用するとよいだろう。

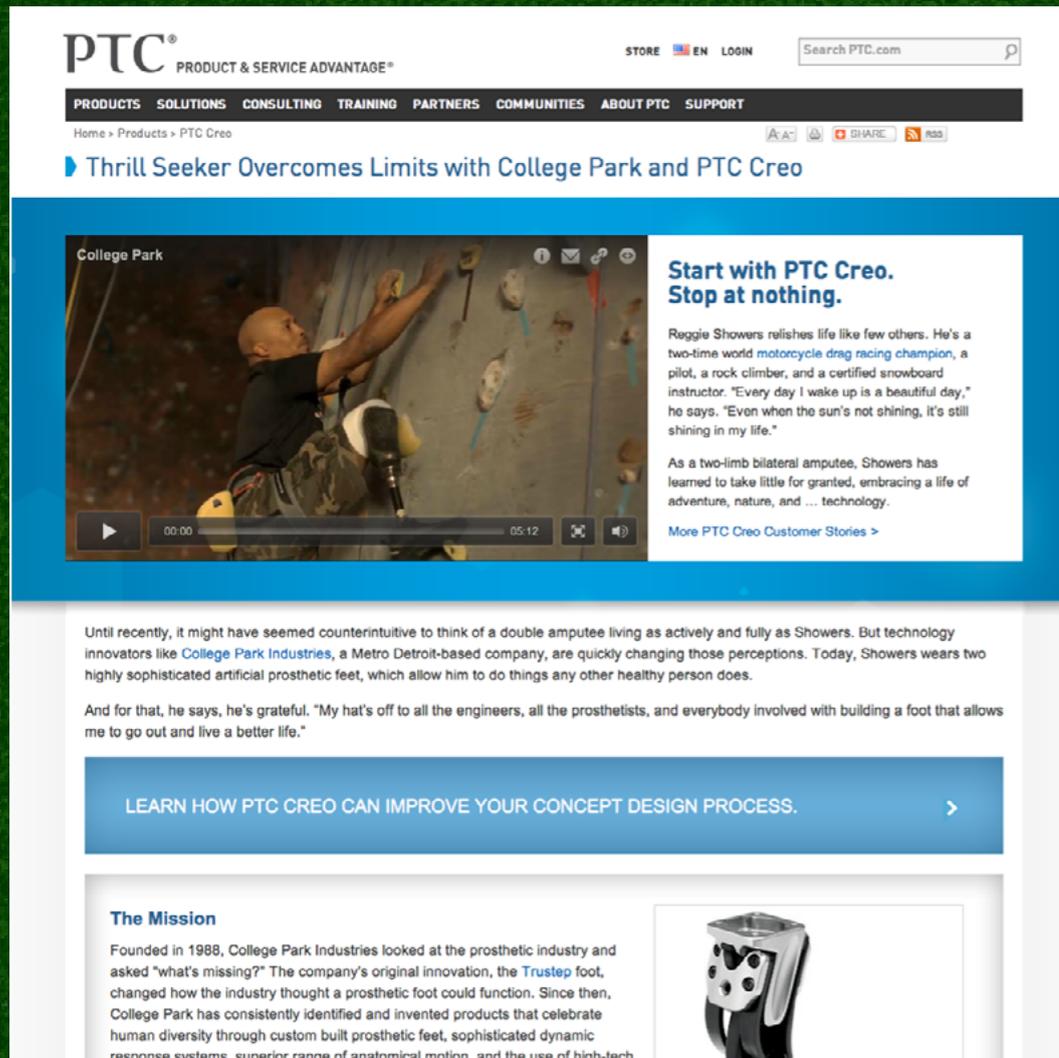
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: 事例紹介



PTC® PRODUCT & SERVICE ADVANTAGE®

STORE EN LOGIN Search PTC.com

PRODUCTS SOLUTIONS CONSULTING TRAINING PARTNERS COMMUNITIES ABOUT PTC SUPPORT

Home > Products > PTC Creo

## Thrill Seeker Overcomes Limits with College Park and PTC Creo

**Start with PTC Creo. Stop at nothing.**

Reggie Showers relishes life like few others. He's a two-time world motorcycle drag racing champion, a pilot, a rock climber, and a certified snowboard instructor. "Every day I wake up is a beautiful day," he says. "Even when the sun's not shining, it's still shining in my life."

As a two-limb bilateral amputee, Showers has learned to take little for granted, embracing a life of adventure, nature, and ... technology.

More PTC Creo Customer Stories >

Until recently, it might have seemed counterintuitive to think of a double amputee living as actively and fully as Showers. But technology innovators like College Park Industries, a Metro Detroit-based company, are quickly changing those perceptions. Today, Showers wears two highly sophisticated artificial prosthetic feet, which allow him to do things any other healthy person does.

And for that, he says, he's grateful. "My hat's off to all the engineers, all the prosthetists, and everybody involved with building a foot that allows me to go out and live a better life."

LEARN HOW PTC CREO CAN IMPROVE YOUR CONCEPT DESIGN PROCESS. >

### The Mission

Founded in 1988, College Park Industries looked at the prosthetic industry and asked "what's missing?" The company's original innovation, the Truststep foot, changed how the industry thought a prosthetic foot could function. Since then, College Park has consistently identified and invented products that celebrate human diversity through custom built prosthetic feet, sophisticated dynamic response systems, superior range of anatomical motion, and the use of high-tech



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

両足を失ってしまったにも関わらず、バイクのドラッグレースでチャンピオンに2度輝いただけでなく、ロッククライマーであり、スノーボードの公認インストラクターとしても活躍しているレジー・シャワーズ。彼のストーリーは、一度聞いたら忘れられない。シャワーズの義足を開発したPTC社は、同社のデザインソフトの事例紹介に彼の**ストーリー**を盛り込んだことで、製品の魅力を伝えることに成功している。

- ▶ 印象的なストーリーを通じて製品を紹介することによって、PTC社は技術的な製品を生き生きと伝えることができた。
- ▶ 単に製品の機能や特長を羅列する代わりに、PTC社の技術の裏側にある意味を伝えることで、競合他社が追随できないポジショニングを確立した。



事例提供者:

PTC社

**Heidi Evriviades**

Social Media Manager

# THE PLAY: 動画

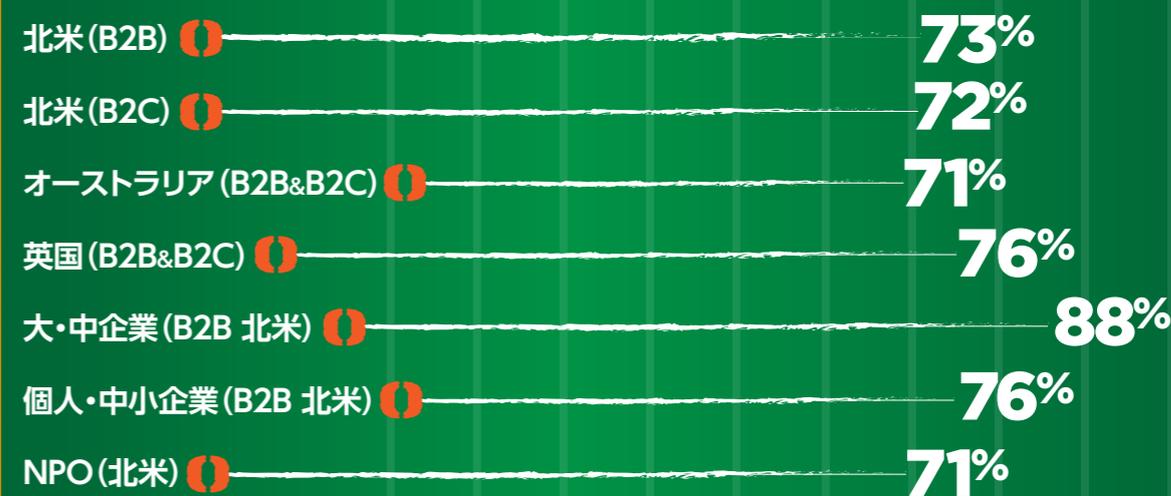
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

ストーリーやハウツーを視覚的に伝えたいのであれば、動画は最も優れた手段だ。上手に活用すれば、ターゲットとなる視聴者にとって最も印象に残りやすく、高いエンゲージメントを獲得できるコンテンツになる。テキストや写真だけではストーリーを伝えきれないと感じたら、ぜひ動画にもチャレンジしてみよう。

## ゴールを左右する重要ポイント

制作した動画の掲載先は、YouTubeだけではない。他の動画プラットフォームも検討してみてもよいだろう。詳しくは「[Video Content Channels: Which Should You Use?](#)」(英文)で紹介しているので参考にしてほしい。

### 利用率



### 効果を実感した割合





事例提供者:

Brightcove社  
**Courtney Pierce**  
Senior Marketing Director

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

データセキュリティに関するコンテンツは、無味乾燥になりがちだ。しかし、セキュリティソフト大手のシマンテック社は、既存顧客と見込み客向けの動画メディア「SymantecTV」で、セキュリティに関する情報をドラマチックで共感しやすい動画コンテンツとして配信している。

例えば、シマンテックは「**プロジェクト・ハニースティック**」という動画の中で、モバイル端末の紛失や盗難の危険性を訴えている。見込み客が製品を検討しやすくなるよう、動画には事例紹介やアニメーション、顧客の声を盛り込んでいる。

- ▶ モバイル端末に関するニーズが高い層をターゲットにするのであれば、動画のようなモバイルフレンドリーなコンテンツを活用するのは名案だ。
- ▶ デジタルセキュリティに関するコンテンツは退屈になりがちだが、シマンテックは動画を使ってより新鮮な内容に仕立てあげることができた。

# THE PLAY: 外部メディアへの記事の寄稿

## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

社内に業界で著名な人物、もしくは自分の名前を売り込みたい人物がいる場合は、その人の名前で外部メディアに記事を寄稿するのも有効だ。企業のリーダーが知見を外部に公開することは、ブランドへのファンや親近感を生み出すことに繋がる。

## ゴールを左右する重要ポイント

価値のあるコンテンツに仕上げるためには、自社のブランドや商品の宣伝ではなく、読者が読みたいと感じているテーマを取り上げる必要がある。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: 外部メディアへの記事の寄稿



**Watch Four Pharma Research Execs Face One Of Their Biggest Critics**

December 14, 2012 | 678 views | 1 like | 0 comments

Bernard Munos of the Innothink Center For Drug Discovery has been one of the loudest voices criticizing the wasteful ways that drug companies do R&D. Far from the \$1 billion price tag that companies have traditionally cited as a justification for high drug costs, many are spending \$4 billion per new drug, with some spending \$11 billion for every new medicine that gets approved.

At the recent Forbes Healthcare Summit, I had Munos lay out his case that the problems in drug R&D were not the fault of the Food and Drug Administration but of the industry's executives. Then, I had four of those executives respond. They were:

1. George Scangos, chief executive of Biogen Idec
2. Mikael Dolsten, head of R&D at Pfizer
3. Paul Stoffels, Chief Science Officer at Johnson & Johnson
4. Tony Coles, Chief Executive, Onyx Pharmaceuticals

They all insisted that the drug industry is actually coming out of its long R&D decline. Here is the entire panel, starting with Munos' talk and then to a wide-ranging discussion about drug R&D.

Does Drug R&D Create Value, Or Destroy It?

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

かつてのLinkedInの強みは、ユーザーがビジネスリーダーとつながることができるというものだったが、今ではコンテンツの共有を重視した仕組みに変わってきている。

「LinkedIn Influencer Program」では、著名な人物が記事を発信し、フォロワーを増やすことができる。フォロワーは関心のある人物が書いた記事を読むことができ、企業は自社メディア以外の場所で見込み客との接点を設けることができるのだ。

- ▶ 影響力のある人はフォロワーを増やすことができ、一般ユーザーはフォローした人物による記事を読むことができ、さらにLinkedInは外部から質の高いコンテンツを入手できるという、三方にとって利点のある施策だ。
- ▶ ユーザーはフォローするだけで、自分好みのコンテンツを収集することができる。

# THE PLAY: 自社サイト上の記事コンテンツ

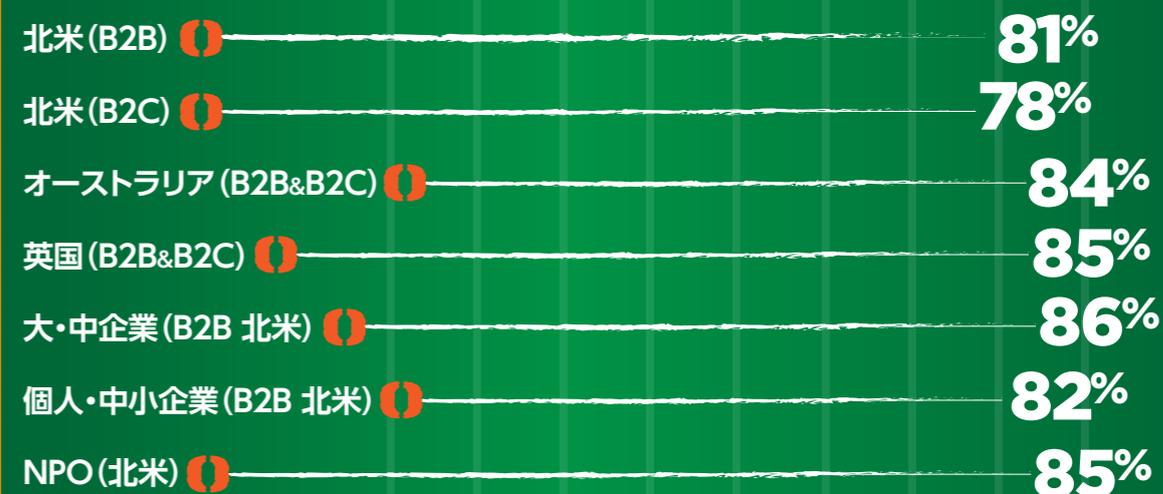
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

インターネットでの取り組みの中心となるのが自社サイト。見込み客にとって関連性が高く、役に立つ情報を自社サイトに記事として掲載すれば、業界内での地位を確立できるであろう。読者をどのようにセグメントすべきか、また各セグメントはどのような関心をもっているのかを見極めながら自社サイトのコンテンツを整理するとよいだろう。

## ゴールを左右する重要ポイント

執筆するトピックを考える時に重要なことは2つだ:「主なターゲットは誰なのか?」と「**コンテンツマーケティングで成し遂げたいことは何なのか?**」—この2つが交わるスイートスポットに注目すれば、ターゲットに刺さるコンテンツが何なのかがわかる。Content Marketing Instituteを例にあげると、単に自社について書いただけの記事のページビュー及びソーシャルメディアでのシェア数は、スイートスポットを意識した通常の記事の25%程度しかない。

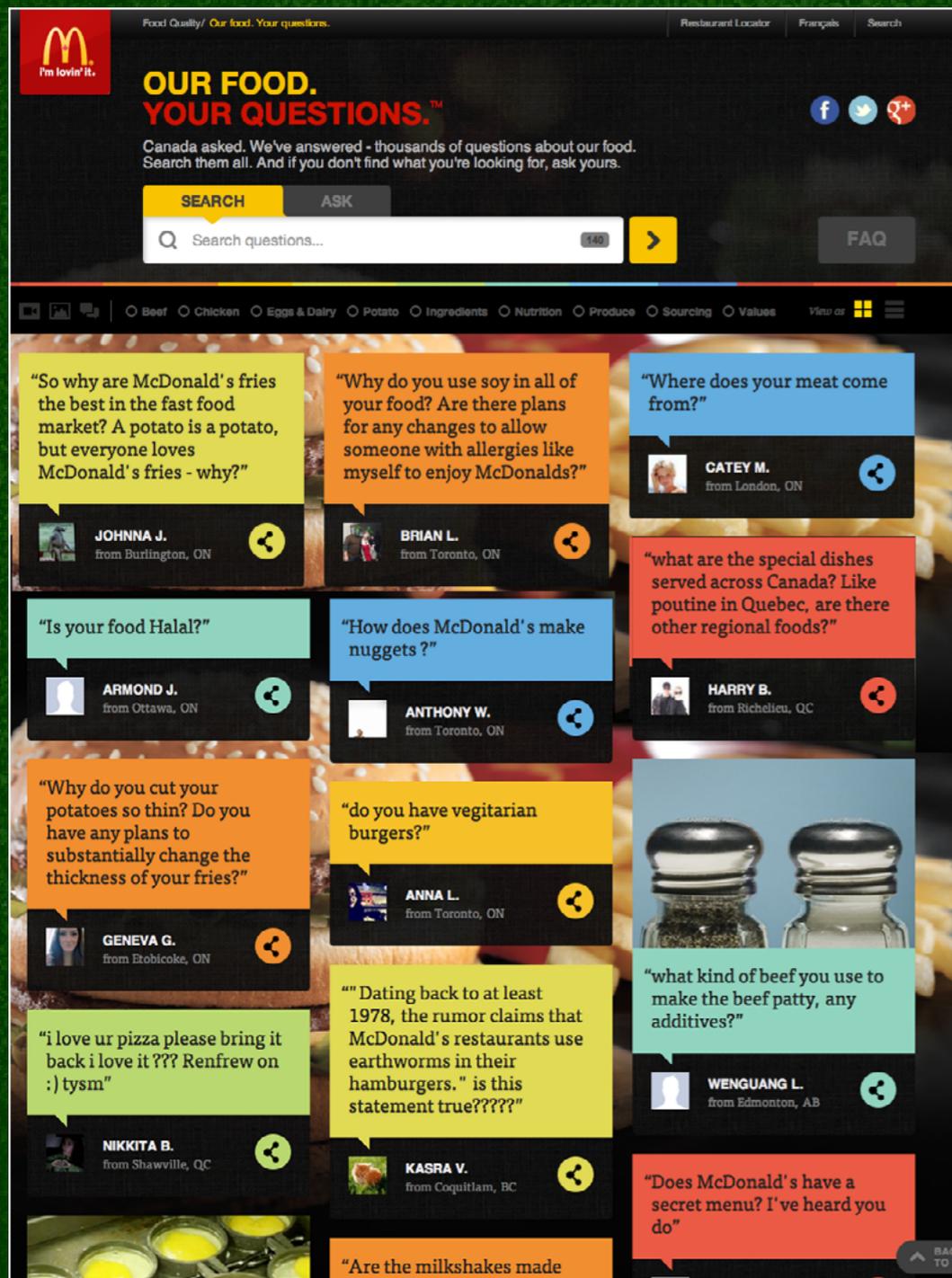
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: 自社サイト上の記事コンテンツ



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

カナダのマクドナルドは、消費者からの質問を回避するのではなく、むしろ促している。そしてその中でも最も挑発的な質問に言及した質の高い記事を発信している。この「Our Food, Your Questions」は以下のような理由から記事コンテンツとしての成功例と言えるだろう。

- ▶ マクドナルドに関する疑問を自ら集めることで、反響に対して受け身ではなく、積極的に社会に貢献していく企業であるという姿勢を打ち出すことができた。
- ▶ その積極的な姿勢によって、「やましいことは何もない」ことをアピールし、マクドナルドのブランドや食品への好感度アップにつなげた。

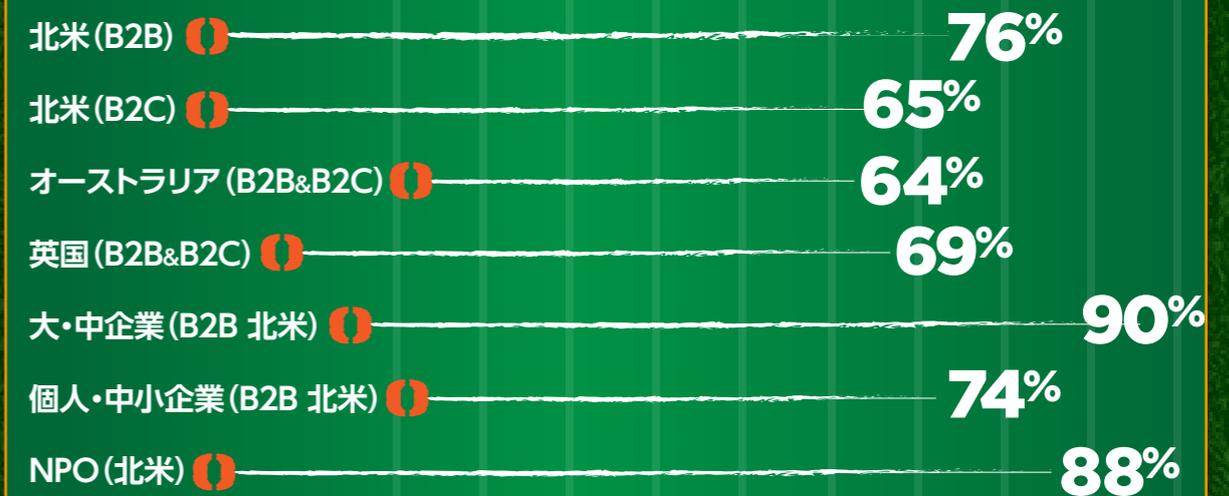
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

インターネットが普及し、デジタル化が進んだ今でも、実際に人が会ってコミュニケーションすることを置き換える手段はない(だからこそ、イベントが最も効果のある手法だと多くの人に評価されているのかもしれない)。イベントは、単に参加者と交流を深めるだけでなく、既存顧客の維持にも非常に有効だ。

## ゴールを左右する重要ポイント

ブロガーやメディアがあなたのイベントに関する取材記事を書いてくれる場合は、「List.ly」を活用し、それらの記事のリストを作って、他のユーザーと共有することをお勧めする。List.lyを使えば、あらゆるコメントやフィードバックを一つの場所に集約できるメリットがある。Content Marketing Instituteも**List.lyのアカウント**を持っているので参考にしてほしい。

### 利用率



### 効果を実感した割合





PSA PERSPECTIVE BLOG | CONTACT US | (800) 677-7887 | f t+ Search

**PSA PARTNERSHIP**

**UPCOMING EVENTS**

Check back soon for details about our January 2014 PSA Partnership event!

**PARTNERSHIP VIDEOS**

Some of our past and future speakers in action!

**A COMMITMENT TO PARTNERSHIP**

There is a difference between a **PARTNER** and a **VENDOR**.

At PSA, our number one priority has always been our clients. We strive to foster a relationship where you view us as a **partner**, rather than just a vendor or broker. Accordingly, you can count on us to not only provide advice and advocacy in the realms of insurance and financial services, but to become an ally that is there to support you as you grow and manage your business.

With this mission in mind, we have built the PSA Partnership Program to have a direct, positive impact on your business — adding immediate value and helping your business succeed.

**ABOUT THE PSA PARTNERSHIP PROGRAM**

PSA is uniquely built to efficiently deliver a broad range of financial services to our clients, including Employee Benefits, Retirement Plan Services and Property & Casualty Insurance. We can serve you in any one area, but we serve you best and most efficiently when we have a business relationship serving you in multiple

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

企業が開催するイベントで提供されがちなものといえば、新商品やサービスに関する退屈なプレゼンテーションと、そこで出されるあまりおいしくない軽食といったところだ。しかし金融サービスを提供するPSA Financial社は違ったアプローチをとっている。

同社が開催する「**PSA Partnership Programs**」では、ビジネスの分野で著名な専門家を招いて、参加者にリーダーシップに関する講義を行っているのだ。

- ▶ 商品ではなく、「リーダーシップ」を核としたイベントを行うことで、PSAは似たような競合商品のイベントと差別化を図ることができた。
- ▶ PSAは単なるベンダーとしてではなく、クライアントのパートナーとして課題を解決していく姿勢を鮮明にしたことで、業界内だけでなく、ターゲットとするコミュニティーの中でも信頼されるリーダーになることができた。



事例提供者:

Right Source Marketing社  
**Mike Sweeney**

Chief Content Officer

# THE PLAY: ホワイトペーパー

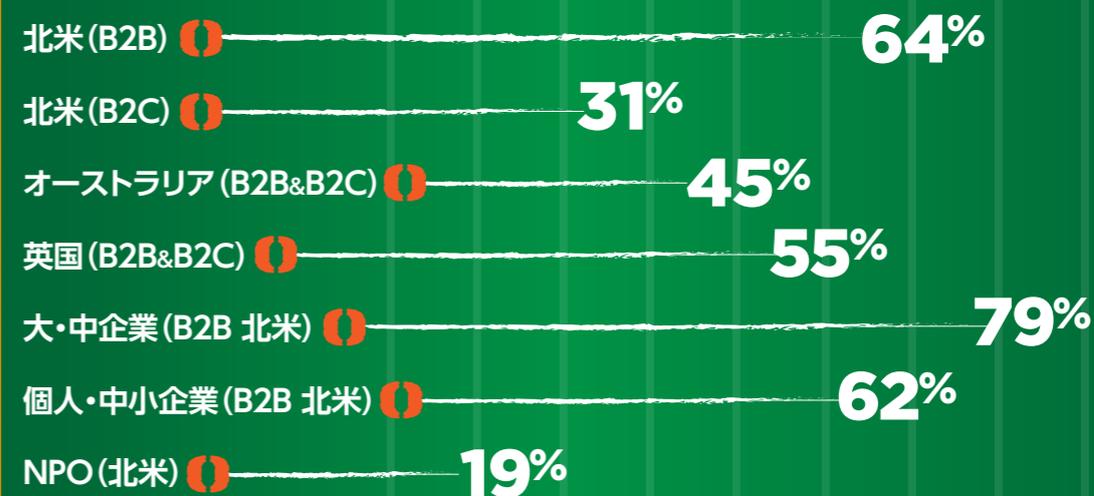
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

ホワイトペーパーはBtoBにおいて人気のあるコンテンツ形式だ。新規顧客の認知獲得から既存顧客の囲い込みまで幅広い目的に使える。

## ゴールを左右する重要ポイント

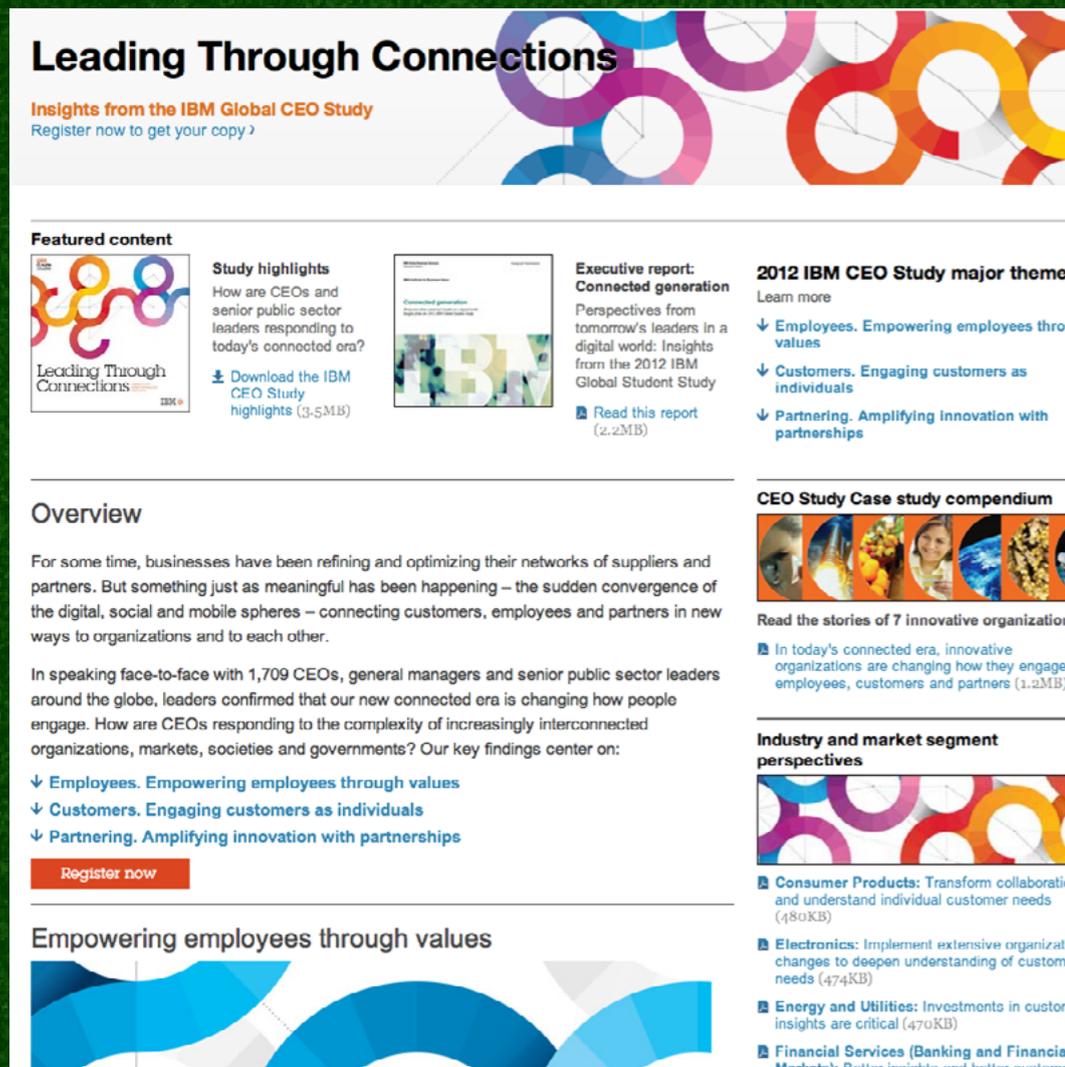
多くの方がホワイトペーパーと聞くと文章で構成されたコンテンツを思い浮かべるが、図やグラフなどのビジュアルも活用してみよう。ホワイトペーパーを作成する初期段階でデザイナーを巻き込み、ホワイトペーパーの内容が一目で分かるようなグラフィックを作ろう。出来上がったグラフィックをVisual.lyやPinterest、Instagram、もしくはSlideshareにアップすれば、より多くの共有や拡散を狙うことができる。

### 利用率



### 効果を実感した割合





## Leading Through Connections

Insights from the IBM Global CEO Study  
Register now to get your copy >

### Featured content

- Study highlights**  
How are CEOs and senior public sector leaders responding to today's connected era?  
Download the IBM CEO Study highlights (3.5MB)
- Executive report: Connected generation**  
Perspectives from tomorrow's leaders in a digital world: Insights from the 2012 IBM Global Student Study  
Read this report (2.2MB)
- 2012 IBM CEO Study major themes**  
Learn more
  - ↓ Employees. Empowering employees through values
  - ↓ Customers. Engaging customers as individuals
  - ↓ Partnering. Amplifying innovation with partnerships

### CEO Study Case study compendium

Read the stories of 7 innovative organizations

- In today's connected era, innovative organizations are changing how they engage employees, customers and partners (1.2MB)

### Industry and market segment perspectives

- Consumer Products:** Transform collaborative and understand individual customer needs (480KB)
- Electronics:** Implement extensive organizational changes to deepen understanding of customer needs (474KB)
- Energy and Utilities:** Investments in customer insights are critical (470KB)
- Financial Services (Banking and Financial Services):** Better insights and better customer experiences

### Overview

For some time, businesses have been refining and optimizing their networks of suppliers and partners. But something just as meaningful has been happening – the sudden convergence of the digital, social and mobile spheres – connecting customers, employees and partners in new ways to organizations and to each other.

In speaking face-to-face with 1,709 CEOs, general managers and senior public sector leaders around the globe, leaders confirmed that our new connected era is changing how people engage. How are CEOs responding to the complexity of increasingly interconnected organizations, markets, societies and governments? Our key findings center on:

- ↓ Employees. Empowering employees through values
- ↓ Customers. Engaging customers as individuals
- ↓ Partnering. Amplifying innovation with partnerships

Register now

### Empowering employees through values

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

経営者が最も知りたいことは何か？——

それは他の企業経営者が何を考えているかについてだ。IBMは企業の経営者向けに、彼らと同じ立場にある経営者の声をまとめた「**Leading Through Connections**」を発行した。このホワイトペーパーは、64カ国1,700人のCEOへのインタビューから得た情報をもとに作成。従業員同士やクライアントとのつながりを増やすためにテクノロジーが果たす役割や、共通の価値観を育てるためのリーダーシップの重要性について語っている。

- ▶ 深い分析内容は、記事や動画、インフォグラフィックなど様々なコンテンツに展開できた。
- ▶ CEOに関する調査を徹底的に実施したことで、IBMはリーダーシップとテクノロジーの関連性に関する専門家としての地位を獲得した。

# THE PLAY: プレゼンテーションスライド

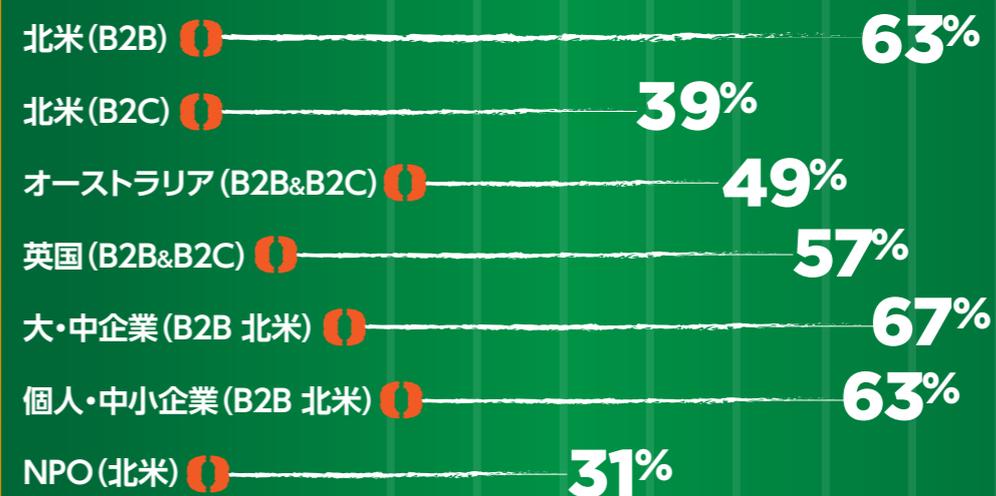
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

インターネットにアップされたプレゼンテーションスライドは、視覚的にストーリーを伝える手段として効果的だ。見出しや箇条書きで構成されたこれまでのスライドよりも、短くて簡潔なテキストと目立つデザインを多用した方がよいだろう。

## ゴールを左右する重要ポイント

SlideShareは、プレゼンテーションスライドをウェブ上で共有するには最適なプラットフォームだ。1カ月あたりの訪問者数は約5,000万人で、平均の滞在時間は1回の訪問につき約3分以上だ。押しつけがましくない形でリードを獲得するのにも使える。SlideShareを**リード獲得ツール**として活用してみてもよいだろう。

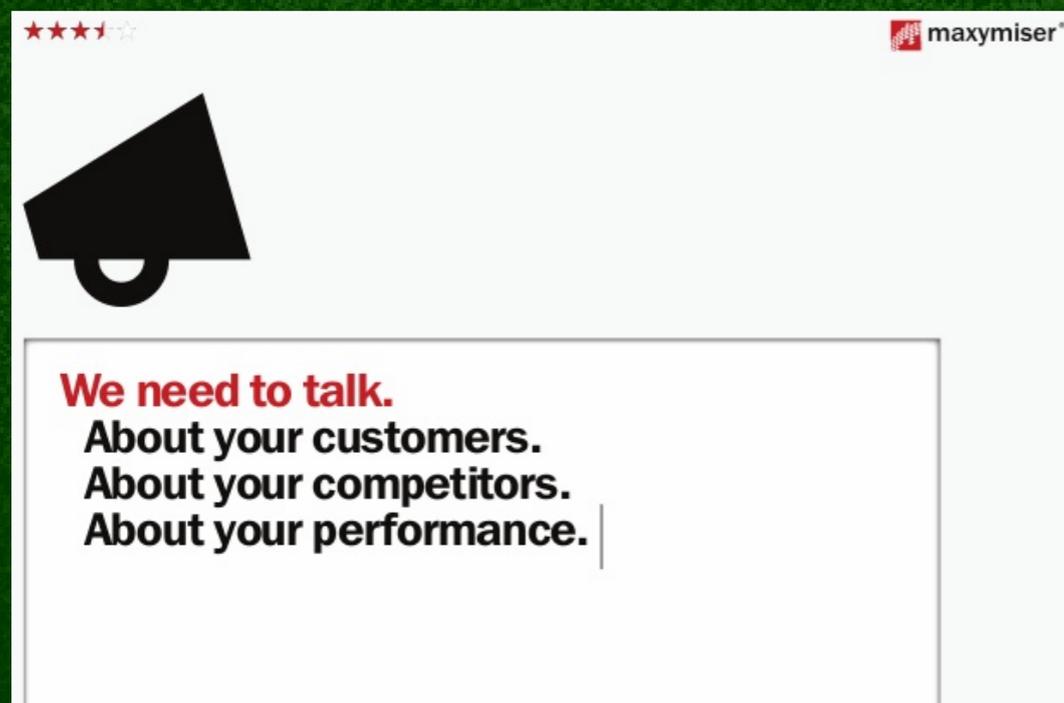
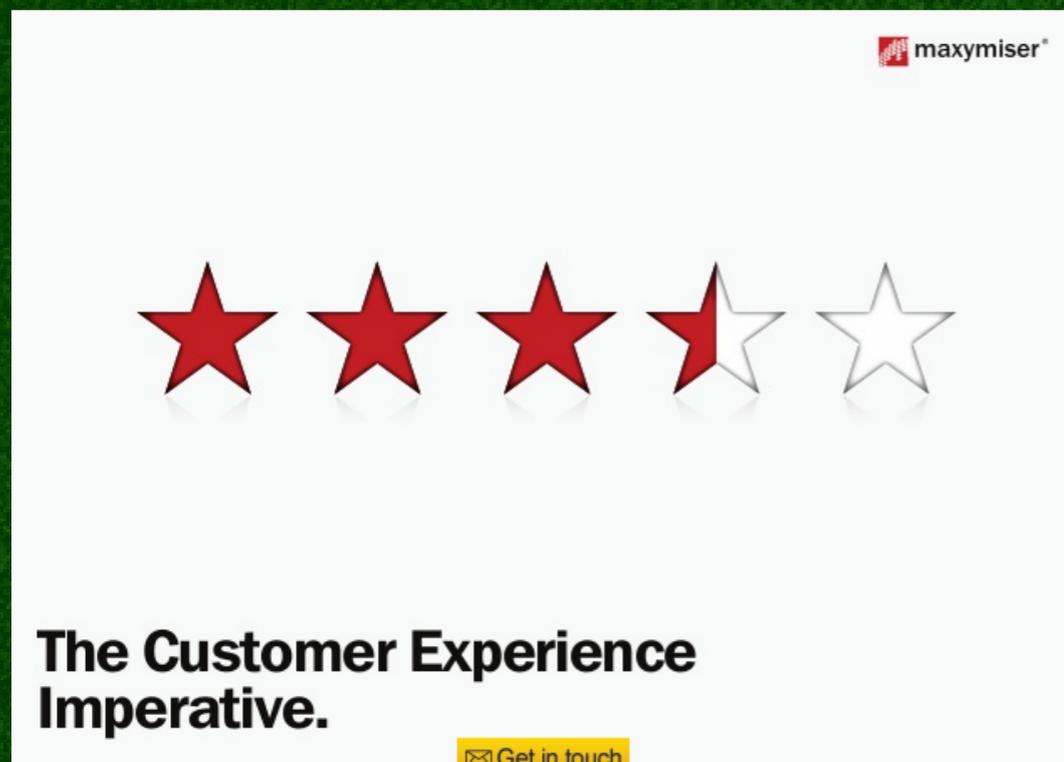
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: プレゼンテーションスライド



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

WebマーケティングサービスのMaxymiser社は、「**Customer Experience Imperative**」という資料を通して、マーケティング活動でゴールとすべき最も重要なポイントについて語っている。それはカスタマーエクスペリエンスだ。

もちろん、カスタマーエクスペリエンスを説明するためのプレゼンテーションスライド自体が優れたカスタマーエクスペリエンスを提供している。以下がそのポイントだ。

- ▶ 資料が提供する「体験」とオーディエンスの「情報ニーズ」を一致させる。
- ▶ 各スライドが短く、簡潔で、理解しやすい内容にまとまっている。
- ▶ ユーザーを楽しませながら情報を伝えることができている。



事例提供者:

Velocity Partners社

**Doug Kessler**

Co-Founder and Creative Director

# THE PLAY: ウェビナー／ウェブキャスト

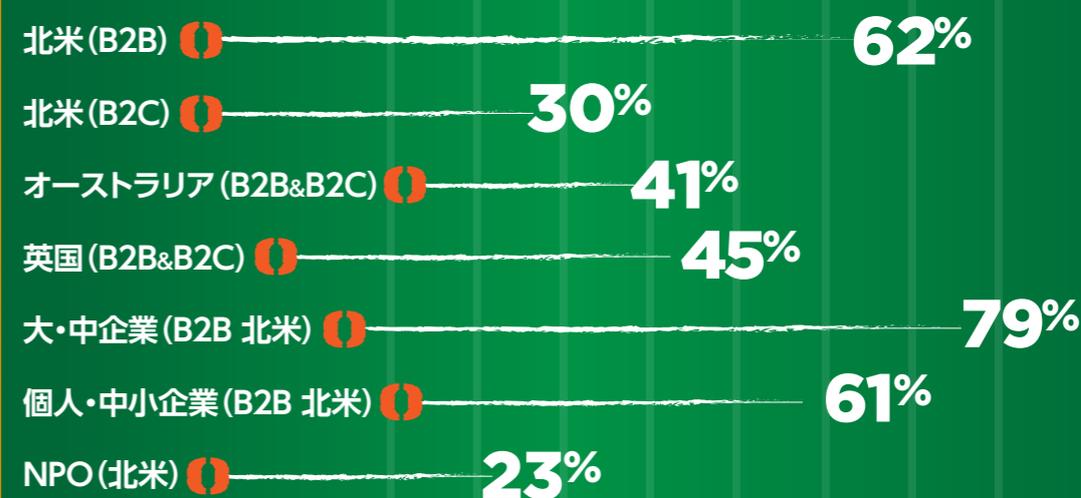
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

ウェビナーやウェブキャストはブランド認知やリード獲得を図るのに効果的な手法だ。

## ゴールを左右する重要ポイント

より多くの人にオンラインセミナーを楽しんでもらうために、書き起こしを活用してみるとよいだろう。スライドに書き起こしを付けておけば、音声を聴くよりもテキストで読みたいという人たちに喜ばれるはずだ。

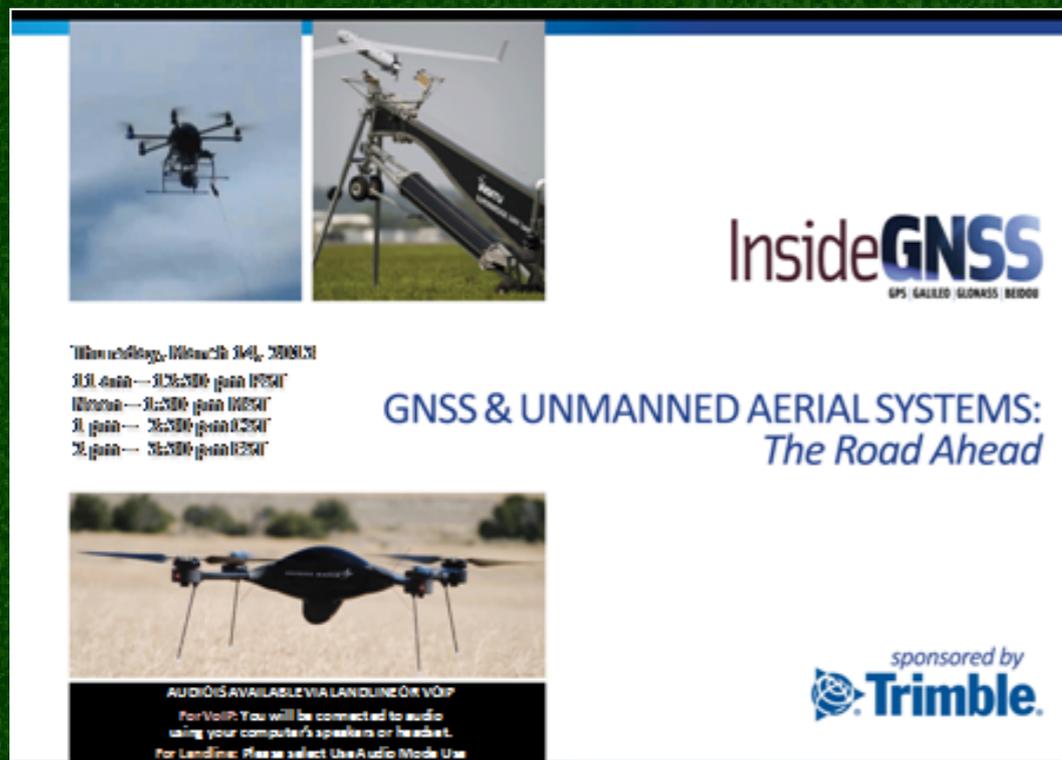
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: ウェビナー／ウェブキャスト



InsideGNSS  
GPS CALLED GNSS BEGG

**GNSS & UNMANNED AERIAL SYSTEMS:  
 The Road Ahead**

sponsored by  
**Trimble**

AUDIO IS AVAILABLE VIA LANDLINE OR VOIP  
 For VoIP: You will be connected to audio  
 using your computer's speakers or headset.  
 For Landline: Please select Use Audio Mode Use



事例提供者:  
**WebAttract社**  
**Mike Agron**  
 Managing Principal

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

だらだらと続くウェビナーでオーディエンスを退屈させてしまうのは、避けたいものだ。人を魅了するようなウェビナーの例として、衛星測位システム(GNSS)に関する雑誌「Inside GNSS」によるものが挙げられる。

このセミナーは無人航空機に関するもので、視聴者の技術への興味を掻き立てるような素晴らしい内容だった。機器メーカーやシステム・インテグレーター、政府の政策立案者、エンジニア、一般ユーザーを対象に、今私たちが生きる環境と、未来の可能性について語りかけた。特筆すべきは以下のポイントだ。

- ▶ 話題になっている最新技術の民間利用法について見解を述べた。
- ▶ NASAをはじめ、学会や産業界からの専門家によるパネルディスカッションを組み込んだ。
- ▶ 60カ国から、700人以上の視聴者が集まった。

# THE PLAY: 調査レポート

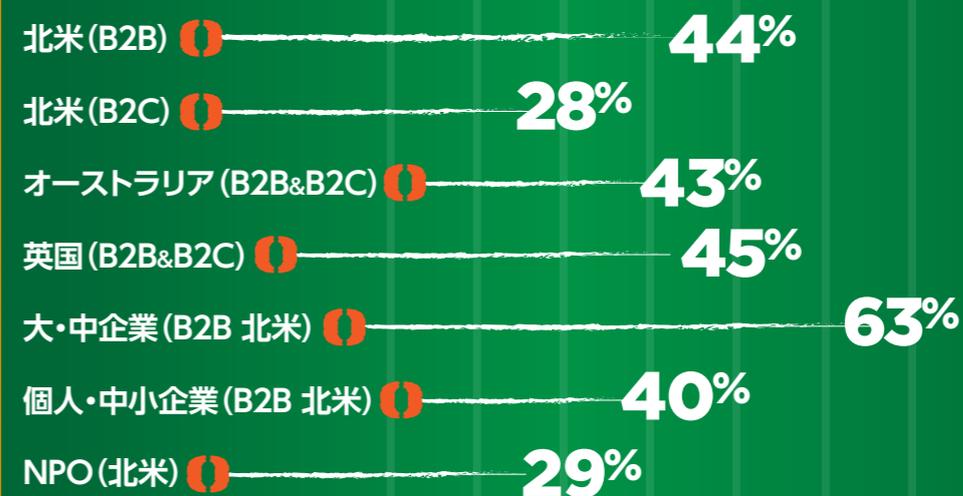
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

ニッチな分野においてリーダーの地位を狙うのであれば、独自の調査レポートを作成してはいかがだろうか。同業他社と協業してデータを収集したり結果を分析することも有効なアプローチだ。

## ゴールを左右する重要ポイント

独自に質の高いレポートを作ろうとすると、コストと時間がかかってしまいがちだ。インフォグラフィックやプレゼンテーションスライド、ウェビナー、ブログ記事など、レポートを活用して展開できる他のフォーマットのコンテンツも検討してみるとよいだろう。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: 調査レポート



ExactTarget. a salesforce.com company

Home Reports About Social Blog

## Reports

SUBSCRIBERS  
FANS AND  
FOLLOWERS



THE AUDIENCE GROWTH SURVEY

The Audience Growth Survey

We asked digital marketers which tactics they use to produce new audiences on email, social, and mobile.

SUBSCRIBERS  
FANS AND  
FOLLOWERS



THE DIGITAL NORTH

The Digital North

This all-new research report will provide invaluable insights to power your cross-channel campaigns.

SUBSCRIBERS  
FANS AND  
FOLLOWERS



2013 EXECUTIVE SUMMARY

2013 Executive Summary

Does your global strategy reflect the cultural preferences of online consumers from one country to the next?



SUBSCRIBERS  
FANS AND  
FOLLOWERS  
US

ExactTarget.  
a salesforce.com company

THE AUDIENCE GROWTH SURVEY

REPORT #22

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

ウェブマーケティング企業のExactTarget社は、お客様に情報を提供すればするほど、長期的なクライアントになることを理解している。無料レポートシリーズ「**Subscribers, Fans and Followers**」を通じて、同社の見込み客や既存顧客である企業のマーケティング担当者にとって関心が高い「顧客データの活用方法」を次々に提供している。

- ▶ レポートはインターネット上の情報を基に編集されており、押しつけがましさがない。
- ▶ 見栄えの良い表紙デザインにすることで、アイキャッチが高くクリックされやすい。



事例提供者:

ExactTarget社  
**Jeff Rohrs**

VP, Marketing Insights

# THE PLAY: マイクロサイト

## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

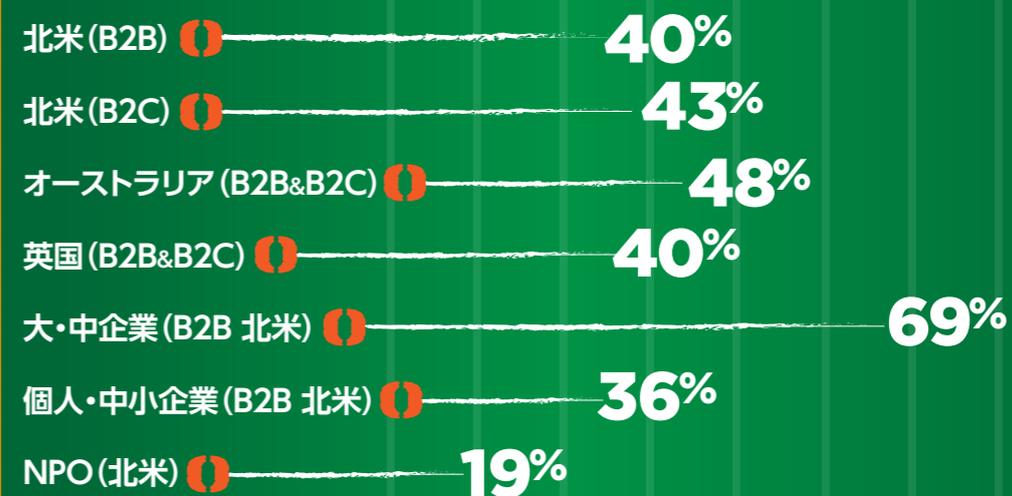
特定のターゲット層に向けたコンテンツがたくさんあるなら、マイクロサイトを作ることを検討してみよう。絞り込まれたニッチな層をターゲットにしたマイクロサイトは非常に効果的だ。

## ゴールを左右する重要ポイント

コンテンツマーケティングの基本は、企業ではなく見込み客にとって関心が高いトピックに注力することだ。マイクロサイトを活用するのであれば、それはより一層重要な要素になる。さらに、関心を捉えるだけでなく、常に新しい情報を提供することも念頭に置くべきだ。

Salesforce社が提供している「Social Success」というマイクロサイトでは、“90対10の法則”を適用している。顧客の関心事について語ったトピックに90%を割り当て、製品に関する情報は10%に止めているのだ。「ターゲット重視」で「検索フレンドリー」なサイトを目指して改善し続けている。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: マイクロサイト




事例提供者:

Velocity Partners社  
**Doug Kessler**

Co-Founder and Creative Director

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

見込み客の啓蒙は、マーケターであればだれもが関心を持っていることだが、実践するとなると難しいプロセスでもある。しかしSalesforce社は、マイクロサイト「**Social Success**」を通して、自社にとってプライオリティの高いターゲット層が抱える課題や関心事に沿ったコンテンツを提供することで、コールドリードのホット化に成功している。特筆すべきは以下のポイントだ。

- ▶ マイクロサイトのオーディエンス(もしくはユーザー)として5人のペルソナを設定しており、配信するコンテンツはこの中で少なくとも1人のペルソナの需要を満たす必要があるというルールを設定した。
- ▶ 顧客による関心の高いコンテンツを継続的に発信できるように、チーム編成にもこだわった。Web担当者やマーケター、デザイナー、広告担当者、ソーシャルコミュニティの運営者を揃えただけでなく、コンテンツ作成の外注先としてVelocity Partners社を加えた。
- ▶ 「Salesforce.com(企業サイト)に訪れる、非ユーザーの内10%が「Social Success」から流入している。しかも、その64%がソーシャルメディアや検索から流入してきたオーガニックなユーザーである。

# THE PLAY: インフォグラフィック

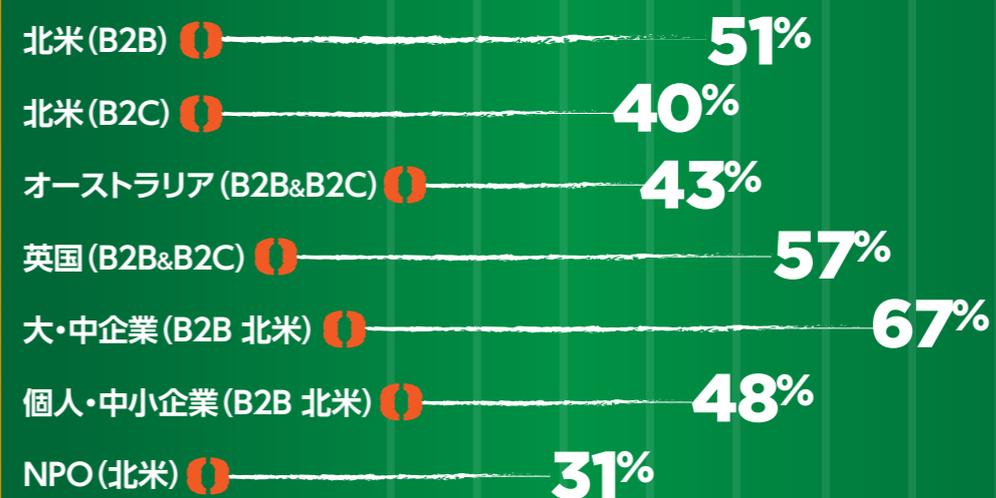
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

ビジュアルには生来ソーシャルメディアで拡散されやすい何かがある。短いコンテンツが好まれる傾向にある今、インフォグラフィックの魅力は絶大だ。

## ゴールを左右する重要ポイント

インフォグラフィックは急激に普及しているものの、全ての情報がインフォグラフィックに適しているわけではない。複雑なデータを分かりやすく伝えたり、物事のプロセスを表現する際にとっても有効だが、もし伝えたい情報が簡単な内容であれば、インフォグラフィックではなくよりシンプルでお手軽な図でも十分だろう。

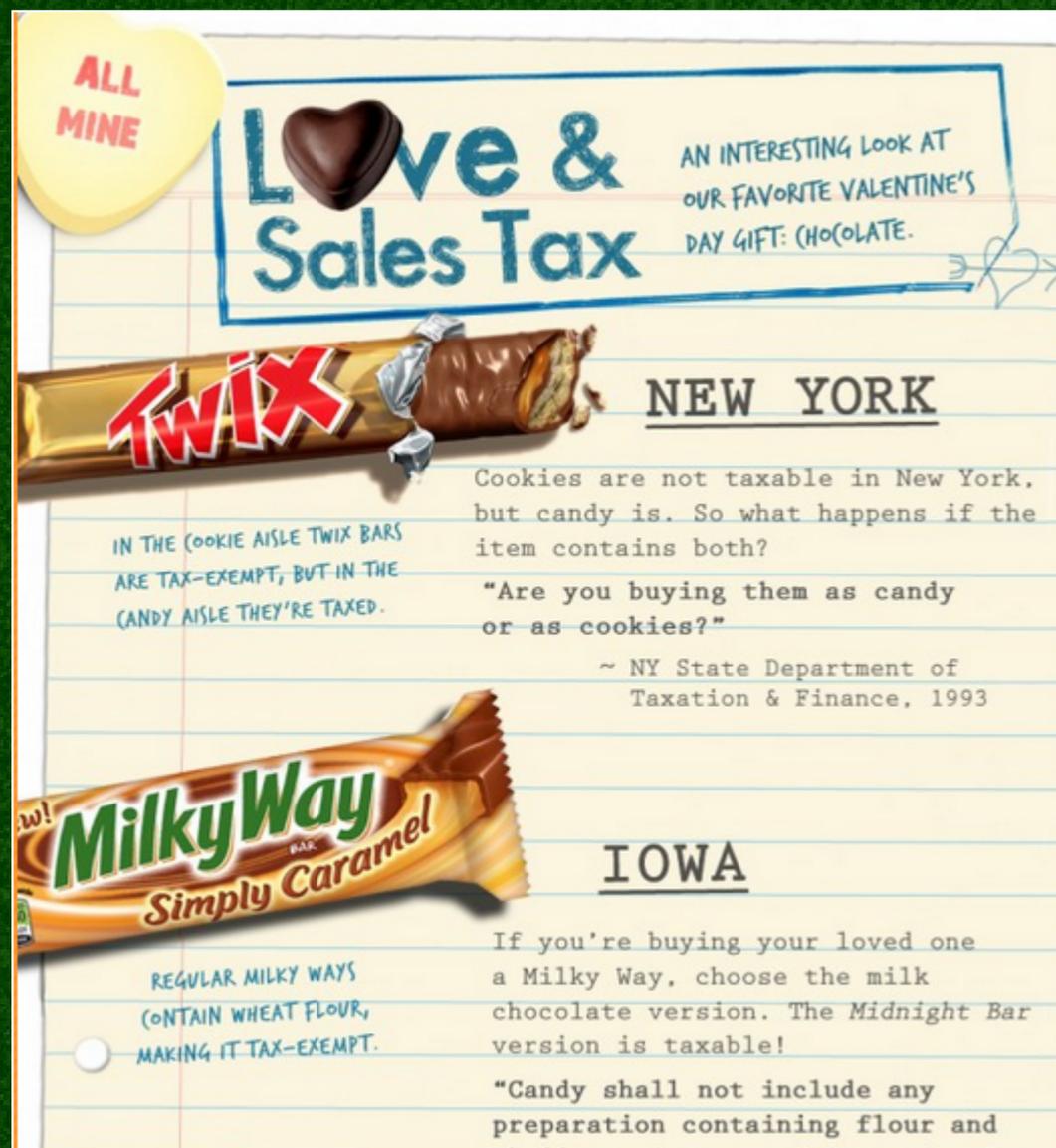
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: インフォグラフィック



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

消費税についての規定は楽しいトピックではない。しかし税金の申告ソフトを提供するAvalara社は、消費税の自動計算の効果がどれだけ大きいかを**インフォグラフィック**を使って示した。

誰もが好きなチョコレートを使って、誰もが顔をそむけたがる州によって全く違う消費税のルールを説明したユニークなものだ。キャッチーなビジュアルを使って退屈になりがちな情報を魅力的に表現した例といえるだろう。

- ▶ バレンタインデーに様々なニュースで取り上げられたので、毎年思い出してもらえるかもしれない。
- ▶ 消費税に関するトリビアは、誰もが驚く話なので、これからも話題となり続けることが期待できる。



事例提供者:

Avalara社

**Jessica Davis**

Marketing Operations Manager

# THE PLAY: ツール型ブランドコンテンツ

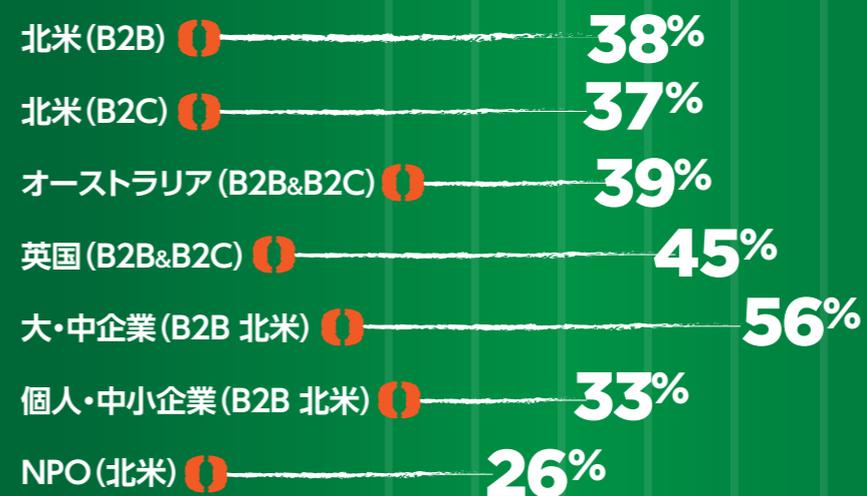
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

利便性の高いコンテンツを提供したいと考えているなら、役に立つツールをブランドコンテンツとして提供することをお奨めしたい。クライアントからよく受ける質問に対して、ツールを使って適切なアドバイスを提供できるかどうかを考えてみよう。

## ゴールを左右する重要ポイント

顧客に無料で提供できて、シンプルで役に立つものがないか考えてみよう。さらに、自社がその分野における専門家としての地位を築けるものは何なのかを考えてみるとよいだろう。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: ツール型ブランドコンテンツ



**MARKETING SCORE** Log In

BLOG RESOURCES AGENCIES MARKETERS ABOUT SIGN UP FREE

## What's Your Marketing Score™?

Assessment Tool + Marketing Intelligence Engine

1. Build Your Profile.
2. Rate Your Marketing.
3. Review Your Report.
4. Improve Your Performance.

Every element of an organization, as it relates to marketing, can be divided into **assets, neutrals and escalators**. Assets are existing strengths that can accelerate marketing success, while escalators are weaknesses that require additional resources to build up and improve.

By evaluating and scoring these elements, you can devise **marketing strategies**; select the right **marketing agency partners**; allocate **time, money and talent**; and adapt **resources and priorities** based on performance.

Marketing Score @MKTScore is a **free assessment tool and marketing intelligence engine PR 20/20** that automates the process. You provide insight into 10 core areas, and it delivers analysis and recommendations (coming soon) that drive results.

The initial assessment takes 10-15 minutes to complete.

[GET STARTED FREE](#)

Step 1. Build Your Profile. (1-2 minutes)

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

インバウンドマーケティングを手がけるPR20/20社は、「**Marketing Score**」というマーケティングスコアの無料評価ツールを開発した。これは人々が物事をランク付けしたりされたりするのを好む点に目を付けて企画されたツールだ。4つのパートからなる10~15分ほどのクイズに答えるとスコアが算出され、さらに改善のための具体策まで提示される。

- ▶ このツールを通じて、テクノロジーについて説明できるだけでなく、実際に「体験」させることができる。
- ▶ 評価結果のレポートからブログなどの他のコンテンツへ誘導を図り、さらなるエンゲージメントにつなげることができる。



事例提供者:

PR 20/20社

**Paul Roetzer**

Founder and CEO

# THE PLAY: モバイルアプリ

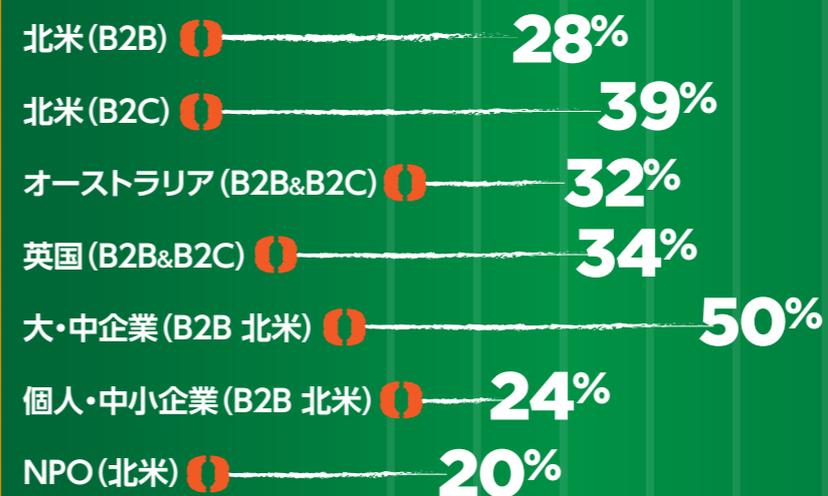
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

外出先やパソコンの前にはいないときにニーズが発生することが考えられるのであれば、モバイルアプリを検討してみよう。

## ゴールを左右する重要ポイント

モバイルアプリでは、機能を絞ったほうが良い場合が多い。一つしか提供できないとしたら、どんな機能が必要になるのか考えるとよいだろう。もし内容がウェブサイトと同じなのであれば、アプリよりも、モバイルに最適化されたサイトを設けるだけでもよいかもしれない。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: モバイルアプリ



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

P&G社は、公衆トイレを探すことができるアプリ「SitOr Squat」を作り、トイレットペーパー「Charmin」のブランド強化に役立てた。同アプリは、スマートフォンに搭載されたGPS機能によって、最寄の公衆トイレを探してくれる。その後、そのトイレの清潔度に関してレビューすることもできる。

- ▶ 写真も掲載されているため、どんなトイレか事前に把握することができる。
- ▶ トイレの清潔具合について、清潔であれば「sit」(座る)、そうでなければ「squat」(スクワット状態でおしりを浮かす)を選んで評価することができる。

# THE PLAY: モバイルコンテンツ

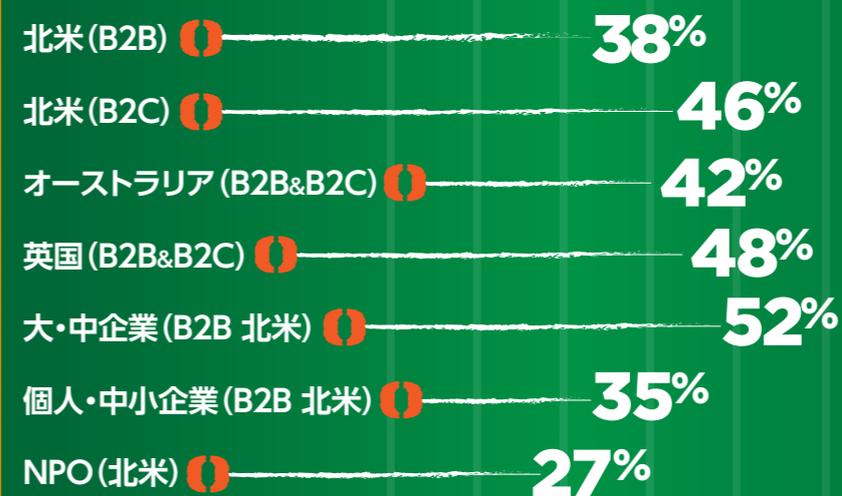
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

モバイル端末やタブレットでコンテンツを楽しむ人が増加するにつれ、それらに最適化されたコンテンツが求められるようになってきた。モバイル端末に最適化し、より長くオーディエンスの興味を惹きつけることができれば、彼らがファンとなり購読者になってくれる可能性はより高くなるだろう。

## ゴールを左右する重要ポイント

モバイル端末向けの戦略の重要性に疑問を感じるようであれば、モバイル端末やタブレットからアクセスしているユーザーの割合を調べてみると良いだろう。Google Analyticsの「ユーザー」⇒「モバイル」⇒「サマリー」で確認することができる。

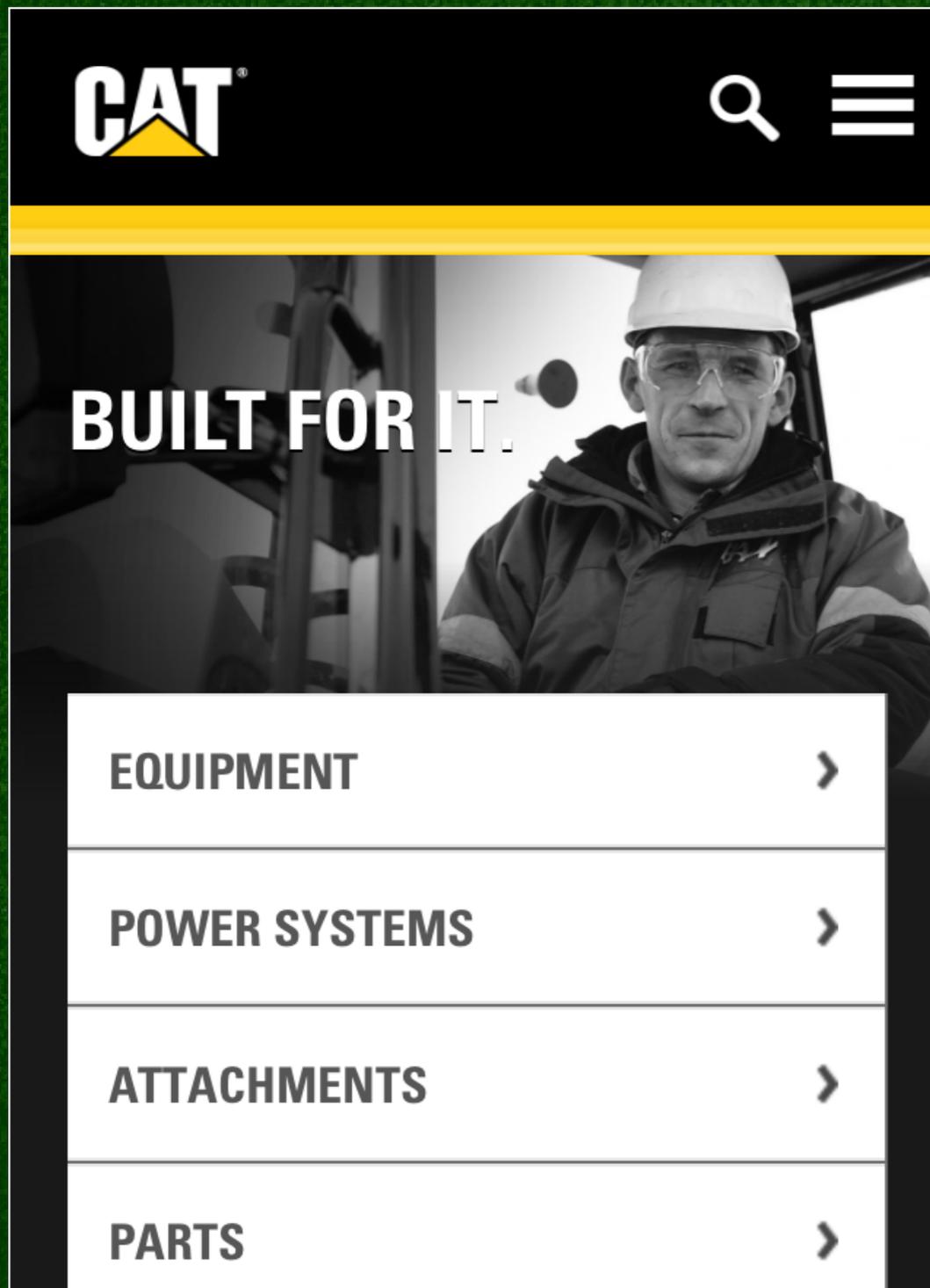
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: モバイルコンテンツ



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

建設機械などを製造するCaterpillar社の顧客は屋外で仕事をしている人達だ。だから、モバイル端末用のウェブサイトがPCサイトの焼き直しであってはならない。同社のモバイルサイトでは、ディーラーとの迅速な連絡手段や、製品のスペック、機器をレンタルできる場所など、顧客が外出時に求める情報のみに絞り込んだコンテンツを提供している。

- ▶ Caterpillar社は、顧客の情報ニーズを想定した上で、モバイルサイトをデザインしている。
- ▶ シンプルで分かりやすいナビゲーションメニューだから、モバイル端末で操作しやすい。

# THE PLAY: 電子書籍

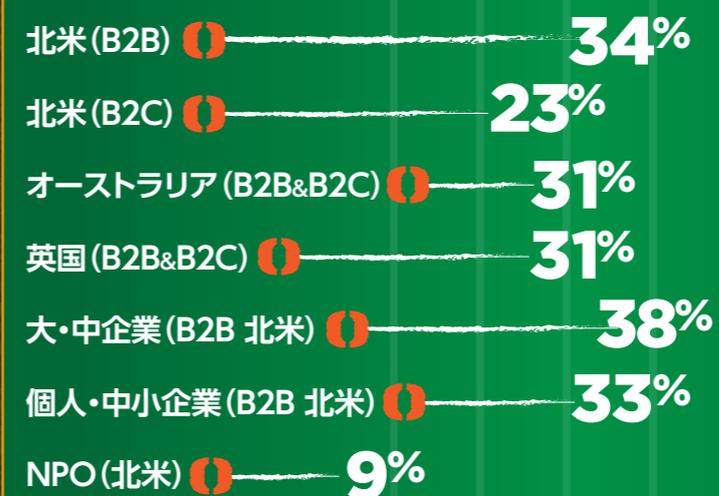
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

電子書籍は、ホワイトペーパーほど幅広く活用されていないが、文脈を持ったストーリーで情報を伝えることができるほか、ビジュアルを多用できること、コンテンツにより具体的な意図を持たせることができるなど、取り組む価値の高いコンテンツである。

## ゴールを左右する重要ポイント

電子書籍は、モバイル端末で読むのに最適なコンテンツだ。文章量を少なくし、大き目のフォントで余白を多めに取ったデザインにしよう。そして、ユーザーとの双方向性を考慮することが重要だ。さらに詳しい情報は「**Content Marketing Design: 3 Guidelines for Creating eBooks for Tablets**」(英文)で、紹介されている。

### 利用率



### 効果を実感した割合





## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

パソコンメーカーのDell社は、PCという範疇にとどまらず、見込客にとって関心の高いソーシャルメディアというトピックを取り上げた。2013年に発行した電子書籍「**Social Media Predictions eBook**」で、同社の知見を共有しただけでなく、Ann Handley氏やShel Israel氏のような、その道の専門家による考察も数多く紹介した。

- ▶ 専門家から力を借りる事で、業界最前線の知見を集積することができた。
- ▶ その結果、SlideShareで約150,000ビューを獲得することができた。

What is the one social media behavior you would like to see more of in 2013? What needs to stop?

Just one? OK. Let's talk about the hashtag shall we? Here's three hashtag behaviors that need to stop as soon as you finish reading them.

1. #followfriday - #ff has jumped the shark. It's over with people. Done. Buh bye.
2. Speaking of #hashtags, #let's #just #stop #with #the #hashtagging #of #every #word #in #a #tweet #OK? #You #keyword #spammer #you.
3. This one I am guilty of myself, so I'll come clean for all to see: Using the #hashtag in places it wasn't intended. Like on Facebook. And Birthday cards. Or the specials chalkboard at coffee shops.

What social media channel do you feel is primed to grow its audience base the most in 2013 and which one may disappear?

There are a few ways to look at growth in a meaningful way. There's quantity, as in which network adds more people. But are they the right people for your business? There's also quality, as in who adds the most people that actually use the service. Going to a party where no one talks to each other is #boring. Oops, there goes the hashtag.

Then there are things like rate of growth or geographic growth like in the U.S. versus internationally. I think Pinterest and Google+ will continue to grow rapidly as will YouTube.



Lee Odden

CEO & Author,  
TopRankOnline Marketing  
@leeodden  
Website: [www.toprankmarketing.com](http://www.toprankmarketing.com)  
Blog: [www.toprankblog.com](http://www.toprankblog.com)

# THE PLAY: カスタムマガジン

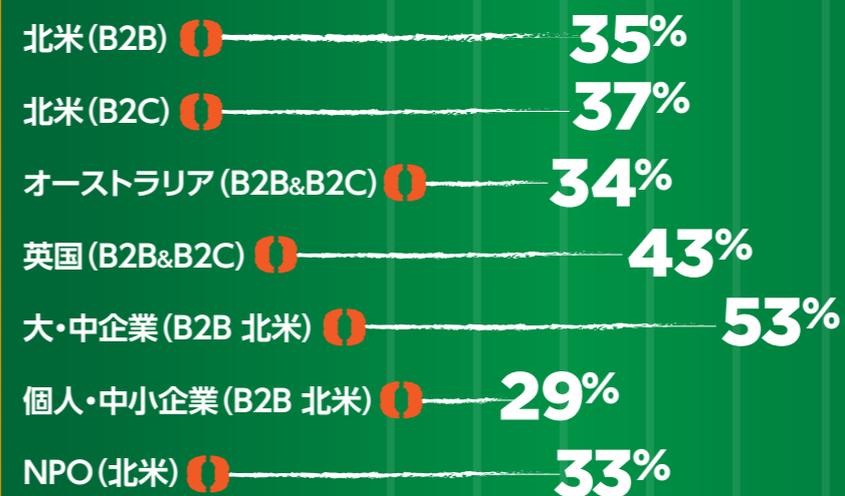
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

紙媒体はまだ死んでいない。カスタムマガジンはブランド認知の向上や既存顧客の囲い込みのどちらにおいても、効果を発揮する優れた手法だ。またインフルエンサーに執筆を依頼する時も、オンラインよりも紙媒体のほうが、引き受けてもらえる可能性が高まるだろう。

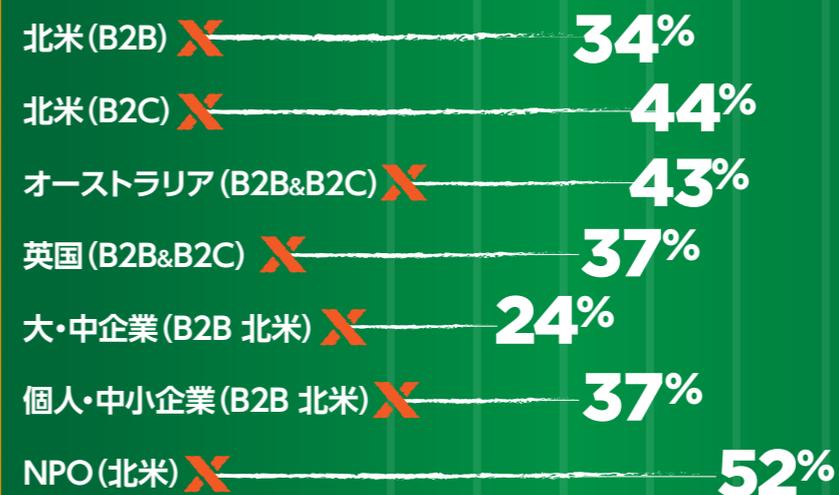
## ゴールを左右する重要ポイント

カスタムマガジンは、捨てられてしまうと接点が失われるという懸念はあるが、デジタルコンテンツとして転用できないか検討してみると良いだろう。カスタムマガジンで使ったコンテンツを基に、ブログ、もしくはインタラクティブなコンテンツとして発展させることができるかもしれない。

### 利用率



### 効果を実感した割合





## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

金融取引、特に複雑なデリバティブ取引といえは、保守的で堅苦しく数字ばかりのイメージがつきまといがちだ。しかし、株式の仲介などを手掛けるTD Ameritrade社が出版する金融専門のカスタムマガジン「thinkMoney」(ネット版もある)は、異なるアプローチを取っている。投資に関する真面目な情報を提供する一方で、ウォールストリートの企業にありがちな堅苦しいトーンはない。thinkMoneyのアプローチは、シンプルで洗練されている。エッジが効いているが不真面目ではなく、軽妙でありつつも非礼ではない。これによって同誌は、**Content Marketing Award**を受賞するにいたっている。

- ▶ 200,000人以上の投資に関心のあるターゲットにリーチすることができた。
- ▶ thinkMoneyを読むのに費やされる一回あたりの時間は、平均して45分以上という調査結果が出ている。
- ▶ thinkMoneyを読んだ人の80%以上は、読んだ後に、お問い合わせなどTD Ameritrade社に対する何らかのアクションを起こしている。



事例提供者:

T3 Publishing社  
**Kevin Lund**

President and Founder

# THE PLAY: 書籍

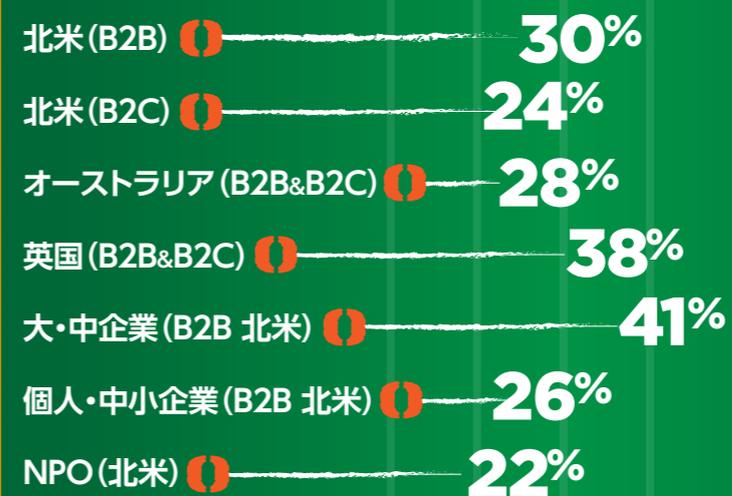
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

書籍は信頼や権威を確立するのに最も適した手法だ。業界の知識的リーダーが特別に書籍の中でノウハウを公開するというアプローチはBtoBでもBtoCでも有効だ。

## ゴールを左右する重要ポイント

書籍の執筆は、出版前でも出版後でも、様々なコンテンツとして活用できる。書籍の内容を単に別の文章に置き換えるだけでなく、ウェブ上でどのように再活用するのか、書籍の内容をどのように視覚的コンテンツとして表現するのかについても考えておくといいたい。

### 利用率



### 効果を実感した割合





## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

アイスクリームブランドにとっても、書籍の出版は有効だ。アメリカのオハイオ州コロンバスを本拠とするアイスクリーム企業 Jeni's Splendid Ice Creams社は、2011年6月に書籍「**Jeni's Splendid Ice Creams At Home**」を出版した。この本はWall Street Journalをはじめとする大手メディアから好評価を得て、グローバルな事業成長にも貢献したという。

- ▶ Jeni's社は、「秘密のノウハウ」を公開することは、事業に悪影響を及ぼすのではなく、むしろ販売の増加につながると理解していた。
- ▶ アイスクリームのフレーバーを訴求するには、そのレシピを公開することが有効だということを理解していた。

# THE PLAY: ポッドキャスト

## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

ポッドキャストの制作自体は容易になりつつあるが、本当に効果を発揮するのは、シリーズとして継続的に配信した時だ。そのため気軽に始められる施策とはいえないだろう。重要なのは事前に目的を定めておくこと。ブランド認知を上げたいのか、顧客を囲い込みたいのか——それによって、制作すべきポッドキャストの種類も変わってくる。

## ゴールを左右する重要ポイント

ポッドキャストで「中の人」の声をうまく活用すれば、よりエンゲージメントを高めることができる。だからこそ、出演者のトーンや人物像を正しく設定し(多くの場合は情熱的で信頼できるトーンがよいだろう)、会話をうまく運ぶことが重要だ。

### 利用率



### 効果を実感した割合



HOME ABOUT YARNCRAFT FAQs HOW TO SUBSCRIBE ARCHIVAL INDEX TRANSCRIPTS



## YARNCRAFT

A knitting and crocheting podcast brought to you by Lion Brand® Yarn.

Archive | Podcast [RSS feed for this section](#)

**12**  
NOV

### Encore Episode: Discover Handmade Artisans & Find Out How You Can Get Started Selling for Free

[Tweet](#) 3 [Like](#) One person likes this. Be the first of your friends.

Celebrate the creativity of knitters, crocheters, and artisans with Liz & Zontee. As the holiday season approaches, we think of beautiful gifts to purchase, as well as inspiration for gifts that we can make on our own. Support handmade with today's episode when we give shout-outs to makers of all kinds of yarn-related goods.



Zontee also interviews Tony Ford, EVP/COO of Artfire.com, an online marketplace for handmade artisans, suppliers, and more. Tony shares just how easy it is to get started selling on ArtFire for free. Check out [Artfire.com/LionBrand](http://Artfire.com/LionBrand).

[Click here](#) for the full episode guide.

For more episodes from the archives, [click here](#)

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

編み物関連の製品販売などを手掛けるアメリカのLion Brand社は、ポッドキャスト「**YarnCraft**」を配信している。編み物に集中している時でも、ポッドキャストなら、手を動かしながら聞くことができる。これがほかの形式だったらどうだろうか？編み物をしながら動画を観ようものなら、手元から目が離れ失敗してしまうかもしれない。編み物好きな同社の顧客にとって、ポッドキャストこそまさに最適のコンテンツなのだ。

- ▶ Lion Brand社は、これまでに147話ものエピソードを配信し、クロシェ編みや、編み物糸によるファインアート、お薦めの編み物のパターンなど幅広いジャンルを取り扱ってきた。
- ▶ ポッドキャストで取り上げられたパターンは、コミュニティメンバー向けに無料でダウンロードできるようになっている。

# THE PLAY: ウェブマガジン

## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

デジタルマガジンの制作は、新しいコンテンツを一から作る方法から、既存のコンテンツを編集してまとめる方法まで、様々なやり方がある。またウェブマガジン単独で発行するだけでなく、紙媒体の補完物としての役割を担わせる場合もある。

## ゴールを左右する重要ポイント

読者がどのような環境でコンテンツを見ているのか(特にタブレットやモバイル端末上で)を想定するべきだ。各記事ごとに個別のhtmlファイルとして受信したいと思っているだろうか?紙媒体の雑誌と同じ見た目や雰囲気のアプリ形式で読みたいと思っているだろうか?どのようにインタラクティブ性を持たせることができるかも検討してみよう。

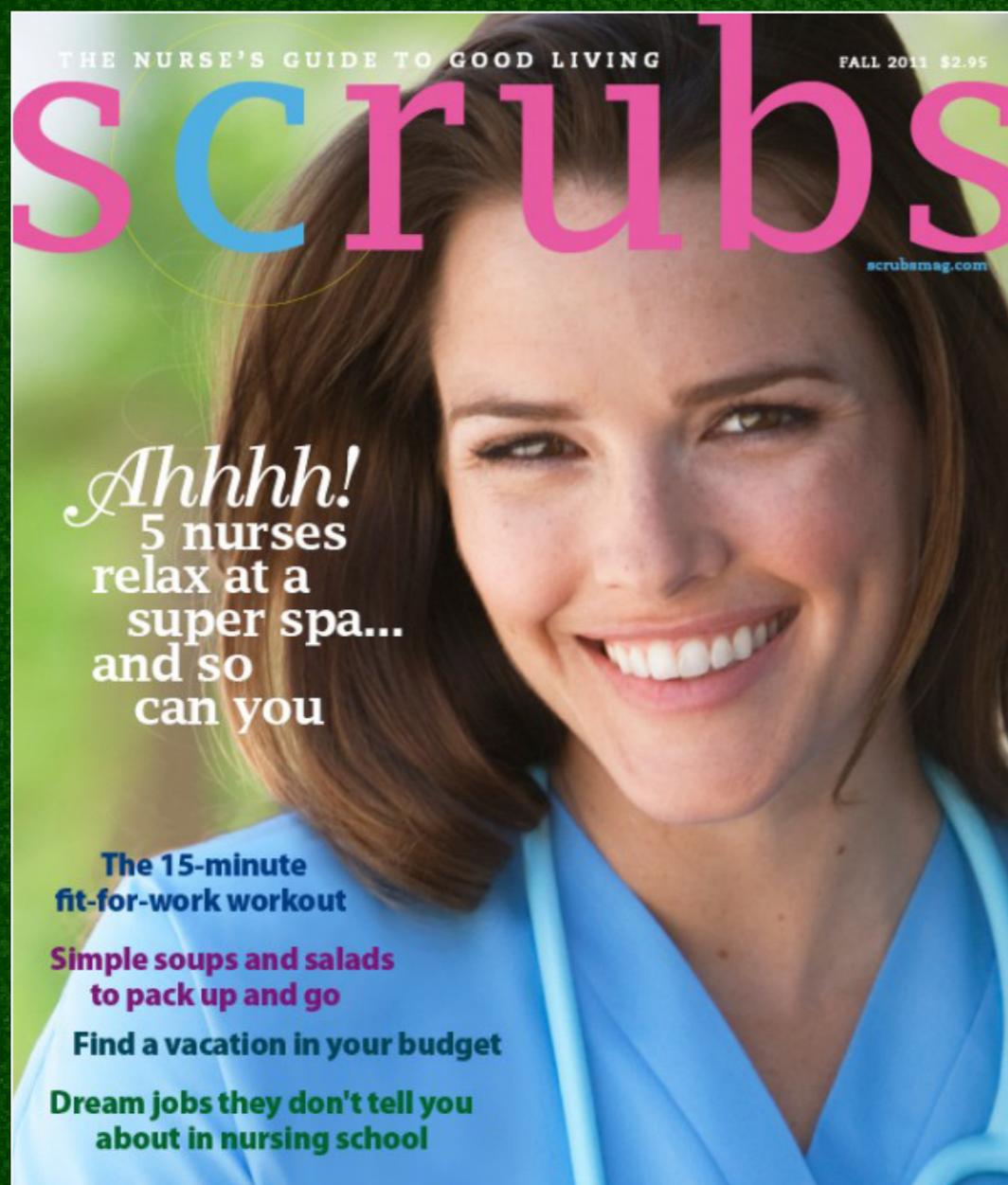
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: ウェブマガジン



事例提供者:

thinkORBIT社

**Mark Bonchek**

Chief Catalyst

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

2009年に創刊した看護師向けの雑誌と、それに付随するウェブマガジンである「Scrubs」は、ターゲットとなる看護師にリーチするために、あえて医療関連ではないトピックも扱っている。世界最大の手術着メーカーで発行元のStrategicPartners社は、医療や業務を超えた領域で、読者となる医療関係者とつながっている。創刊当初から同社のMike Singer CEOは、読者や顧客の声を聞いて、学び、需要に応えることを徹底するという姿勢を示していた。

- ▶ 競合サイトが看護師向けの掲示板を持っていることを認識した上で、同じような機能を設けるよりも、看護師たちが他のサイトでは得られない情報を提供することを念頭に、デジタルマガジンの編集に注力した。
- ▶ Scrubsは、読者とつながるためのメディアを増やすために、マイクロサイト(scrubsmag.com)やモバイルアプリ(Code Happy App)、店舗(Code Happy Store)を設置したほか、FacebookやPinterestなど様々なソーシャルメディアにもアカウントを開設している。
- ▶ 現在の発行部数は約375,000部。1部につき6.9人に読まれていることから、1回の発行で210万人以上の看護師にリーチしていることになる。

# THE PLAY: **ダイレクトメール型** ニュースレター

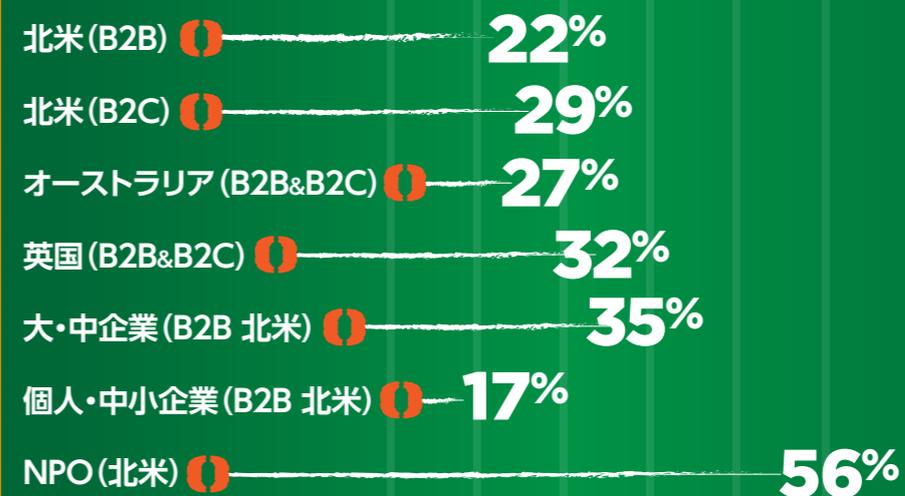
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

狙うターゲットにも左右されるが、ダイレクトメール型のニュースレターは継続的なつながりを保つのに有効だ。例えば医療業界では、患者や介護者がネットよりも紙の媒体を好むため、とても頻繁に用いられる手法である。

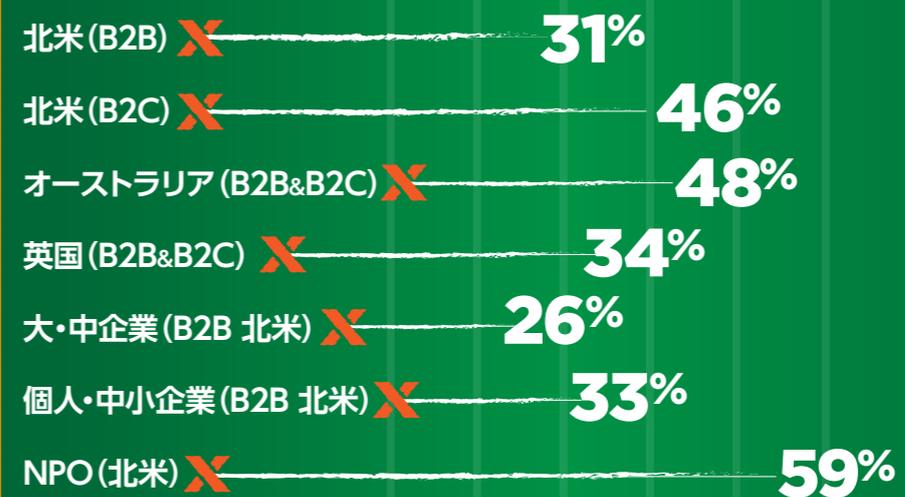
## ゴールを左右する重要ポイント

印刷物は、読者の手元に保管されることもある。これを積極的に促すためにはどうすれば良いか考えてみよう。例えば、3つ穴を空けて簡単にファイリングできるようにしているニュースレターもある。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: **ダイレクトメール型ニュースレター**

## Special Report

Supplement to MAYO CLINIC HEALTH LETTER

OCTOBER 2013



### Mindfulness

#### Learning to live in the moment

Have you ever performed a routine task without thinking and, when asked about it later, don't quite remember doing it? For example, you don't remember taking your mail from the mailbox and yet there it sits on your kitchen table and no one else is claiming to have done it. Or you don't remember brushing your teeth last night. You know you did it, but you don't remember all of the details. Many things in life are performed with such routine efficiency that you might say they're done in "autopilot" mode. This isn't necessarily a bad thing. It minimizes the amount of time and mental energy you need to expend to accomplish various tasks.

And yet this type of automatic functioning can sometimes exact a price. Say you're having lunch with your spouse, and you were so preoccupied with the rest of your afternoon that later in the evening you barely remember what the two of you talked about or what you ate. But your spouse has noticed and is upset that your mind seems elsewhere. While watching TV, you absent-mindedly eat a whole bag of chips. Finally, when you go to bed your mind is so busy remembering all the things that went wrong with your day that you can't sleep. Your world seems to be spinning out of control, and the stress and frustration of it all is starting to disrupt your life.

Or perhaps you're dealing with more than just everyday anxieties. Maybe you're coping with cancer or fighting off a relapse into depression. Perhaps your life has been turned upside down by the loss of a job or a family member, and you're struggling to keep your head above water.

What if there was a way that you could regain your sense of balance, reduce your anxiety and instill more purpose and happiness into your life, even while not changing much of anything? One way to do this is to redirect your attention away from everything in the past, in the future or "out there" and simply focus on what is happening in front of you right now, without judgment or evaluation.

Mindfulness — sometimes called a form of meditation or therapy — can be used to enrich your life, calm your mind and even improve your health.

#### What is mindfulness?

The practice of mindfulness is rooted in ancient traditions. It was originally conceived as a way to ease suffering and cultivate compassion. But it is considered as relevant today as it was thousands of years ago. And because it can apply to anyone, no particular religious or cultural belief system is required to practice it.

There are many descriptions of mindfulness. In general, though, it's a conscious effort to be completely present — to set aside worries, expectations, and other thoughts and emotions and be fully aware of the current moment. By appreciating



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

アメリカの総合病院Mayo Clinicは、健康に高い関心を持つ読者向けのダイレクトメールを通じて、様々なアイデアや実践的な内容を含む情報を提供している。情報を得た顧客は、家族への医療サービスを決めたり、友達にアドバイスをしたりした。定期的にわかりやすいコンテンツを発信することで、これから医療サービスを検討しようとしている良質な見込客からの信頼とブランド認知を獲得することができたのだ。

- ▶ 同院のダイレクトメールは、読者が保管しやすいように3つ穴が空けられている。
- ▶ ニュースレターが扱うトピックは、重い病気に関する情報だけでなく、日々の健康管理についての情報もカバーしている。それによってMayoClinicは、一時的ではなく長期的なヘルスケアパートナーとしての地位を築くことができた。

# THE PLAY: アニュアルレポート

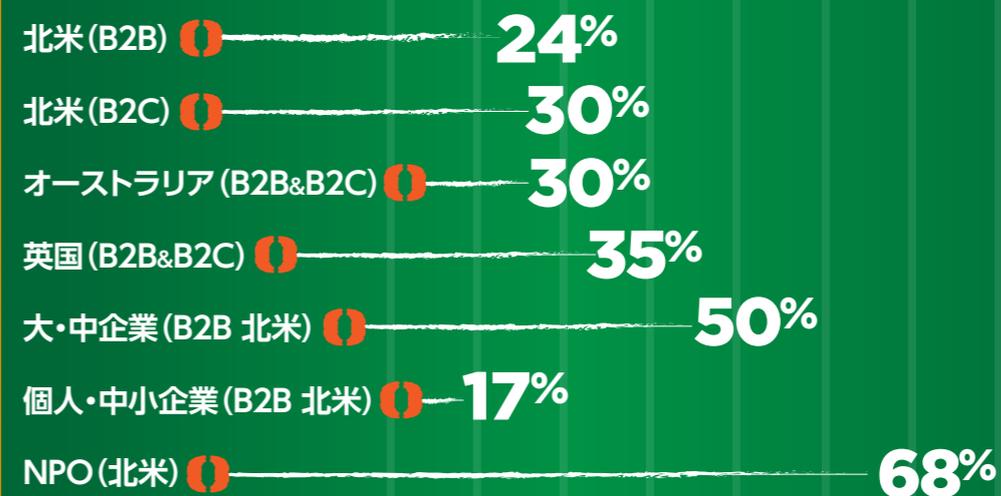
## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

アニュアルレポートといえばファクトや数字が羅列されている資料を思い浮かべがちだが、コンテンツマーケティングの施策としては、統計とストーリーが上手に組み合わせられているものこそ効果を出している。

## ゴールを左右する重要ポイント

質の高いアニュアルレポートは、読者と強いつながりを築くことにつながる。そのためには視覚的なコンテンツ(図やグラフなど)にも注目しよう。魅力的なビジュアルと心を動かすストーリーを組み合わせることが、ターゲットの心をつかむ鍵なのだ。

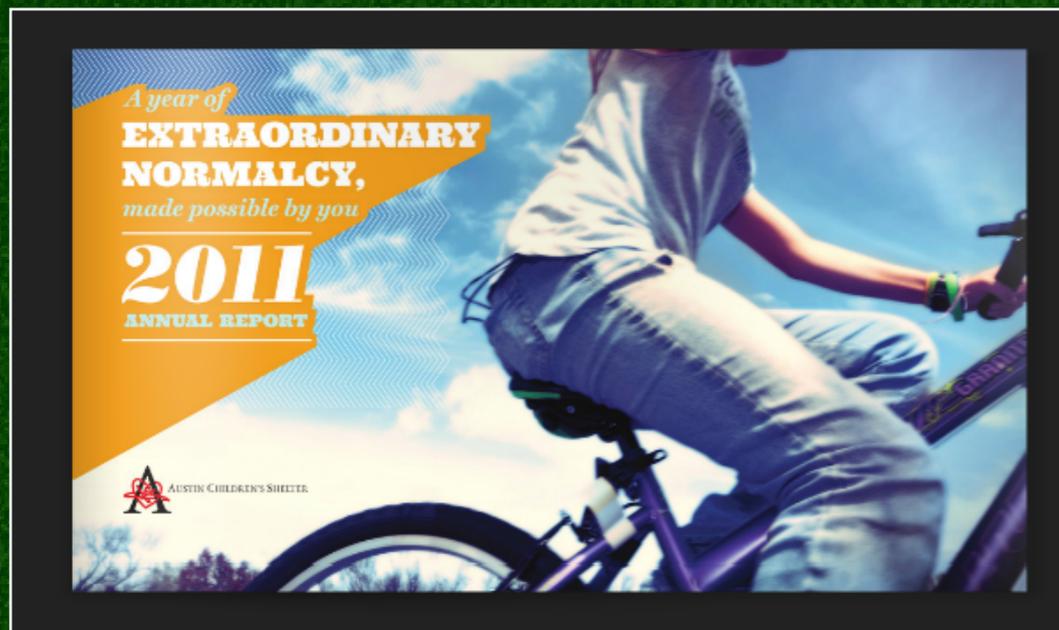
### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: アニュアルレポート



## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

身寄りのない子供たちなどのために福祉サービスを提供する、アメリカのThe Austin Children's Shelterは、貧困や暴力、機能障害など暗くなりがちなトピックを扱っている。しかしアニュアルレポートでは、軽薄な雰囲気になることなく、感動的なストーリーや魅力的なグラフィックを温かい雰囲気で伝えている。このアニュアルレポートに一度目を通せば、Austin Children's Shelterが、信念をもってサービスを提供していることが分かるだろう。



- ▶ トップクラスのコピーとアートディレクションによって、大義が生き生きと描かれ、記憶に残るものとなっている。
- ▶ 紙媒体だけでなく、PDFやデジタルマガジンとしても提供している。
- ▶ 文章の中で「彼ら」ではなく、「私たち」や「あなた」を多用することで、Austin Children's Shelterが、他人事ではなく主体的に問題に取り組んでいることを印象付けている。

# THE PLAY: ゲーム・ゲーミフィケーション

## お客様の買いたい気持ちを前進させるためには

ゲームは、制作に時間とリソースをかけなくてはならないため、マーケティング施策として人気のあるコンテンツではない。しかし、うまく活用すると、ターゲットから強いエンゲージメントを獲得し、顧客化へとつなげることができる。また、その他大勢の競合コンテンツから抜きん出ることが可能だ。

## ゴールを左右する重要ポイント

伝えたい内容が複雑なため、時間をかけてターゲットに学んでもらう必要があるような場合、ゲームはもってこいだ。ゲームは知識レベルを上げることを後押しし、競争意識の中でブランドへの関心を高めることができる。

### 利用率



### 効果を実感した割合



# THE PLAY: ゲーム・ゲーミフィケーション



事例提供者:

Centerline Digital社  
**Steven Keith**

Senior Business Strategist

## 並外れたパフォーマンスを発揮するためには

IBM社は、ゲームを活用したコンテンツのリーダー的存在だ。同社による“CityOne”というビジネスシミュレーションゲームの中で、プレイヤーは「銀行業」「小売り」「エネルギー」「水」の4つの主要分野で問題を解決する任務を課される。それぞれのシナリオでは、ビジネス上の意思決定を疑似体験し、実際のビジネスに関する理解を深めることができる。

またゲームでは、“Intelligent Infrastructure”という同社のコンセプトを具体的に伝えているほか、ITインフラに関する同社のビジョン「Smarter Computing」が、実世界でどのように地域の問題を解決できるかについて、プレイヤーに体験してもらうことができる。

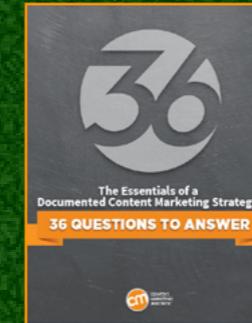
- ▶ “CityOne”は、これまでに130カ国以上で約18,000人のプレイヤーを獲得し、IBM社の中で最も成功したリード獲得施策の一つとなっている。
- ▶ さらにゲームは、同社の他のサイトやTwitterへ誘導し、そこでさらに深い情報に接してもらうための入口としても機能している。

**Content Marketing Institute(CMI)**は、コンテンツマーケティングの教育・トレーニングに関して世界有数の機関です。法人向けに、「複数のメディアを活用したストーリーテリングにより集客や顧客維持につなげる方法」を提供しています。またCMIが主催するコンテンツマーケティングに関する世界最大のイベント「Content Marketing World」は毎年9月、「**Content Marketing World Sydney**」は毎年3月に開催されています。

また、季刊雑誌「**Chief Content Officer**」を発行し、世界の大手ブランドに向けて、戦略的なコンサルティングやコンテンツマーケティングに関する調査結果を提供しています。CMIは、2012年と2013年に、中小企業向けの雑誌Inc.の「アメリカで最も成長した企業500社」にも選ばれています。

**Brightcove社**(NASDAQ:BCOV)は、インターネット上での動画配信・ストリーミングプラットフォームを運営する最大手です。企業による動画配信を手助けする革新的な製品を提供しています。同社の主な製品は、動画配信プラットフォーム「Video Cloud」や、クラウドベースのエンコーディングサービスと、HTML5動画プレーヤー技術を提供する「Zencoder」です。Brightcove社は、70カ国以上で6,300人以上の顧客に向けて、PCやスマートフォン、タブレット、ネット接続されたテレビで利用できるクラウドベースの動画配信サービスを提供しています。さらに詳しい情報は[こちら](#)まで。

**Oracle Eloqua**は、マーケティングオートメーションシステムやマーケティング施策のパフォーマンスを計測するソフトウェアを提供する大手プロバイダーです。Eloqua社のソフトウェアは、今やOracle社のクラウド型マーケティングサービス「Oracle Marketing Cloud」の中核的存在となっています。現在、様々な業界の企業が、より低コストで見込客を育成したり質の高いリードを獲得するために、Eloqua社のクラウド型ソフトウェアやサービス、教育プログラムを活用して、複数のメディアを統合したマーケティングの自動化に取り組んでいます。さらに詳しい情報は[こちら](#)まで。ブログ「It's All About Revenue」でも情報を公開しています。電話(米国):(1)-866-327-8764、email:demand@eloqua.com



最適なコンテンツ方式を決めるには、コンテンツストラテジーを策定する必要があります。詳しくはこちらの資料をご確認下さい。

The Essentials of a Documented Content Strategy:36 Questions to Answer

## ▶この資料について

本資料"CONTENT MARKETING PLAYBOOK"は Content Marketing Instituteより正式な許可を得て、株式会社日本SPセンターが日本語への翻訳を行いました。

コンテンツマーケティングの自社展開を検討中のご担当者様、お気軽にお問い合わせください。

▶お問い合わせ先

株式会社日本SPセンター 情報戦略室コンテンツマーケティング推進チーム

●メールアドレス: contentmarketinglab@nspc.jp

●電話番号: 03-6418-5446 ●URL: <http://contentmarketinglab.jp>