



企業の販促担当者に聞いた

コロナ禍でのマーケティング活動調査

- ◆コンテンツマーケティングEXPO/2021アンケート集計レポート
- ◆Web販促EXPO/2021アンケート集計レポート

─ 区たった5項目のかんたんチェックリスト付 ─ 失敗しない Webマーケティング戦略



世界的に猛威を振るう新型コロナウイルスの影響で、企業の販促活動には変化がみられています。

今回は株式会社北斗社が、2021年に出展した東京ビッグサイトでのふたつの展示会場で

企業の販促ご担当者様に直接ヒアリングをして得たアンケートの回答結果を踏まえ、

今後のマーケティング活動についてどのように考えているのか、現場の生の声をまとめました。

本資料には「失敗しないWebマーケティング戦略の5項目チェックリスト」も付属しております

ぜひ貴社のマーケティング活動にお役立てください。







INDEX

- 1 コンテンツマーケティング EXPO 調査内容
- 2 **Q1** / 2020 年最も注力したマーケティング施策
- 3 **Q2** / 費用対効果が良くなかった施策
- 4 **Q3** / 2021年 注力する施策

- 5 Web 販促 EXPO 調査内容
- **Q1** / 2020年 最も注力した Webマーケティング施策
- 7 **Q2** / 費用対効果が良くなかった Web 施策
- **Q3** / 2021年 注力する Web 施策

- 総論
- 10 5 項目チェックシート
- 11 企業紹介





7 1 コンテンツマーケティングEXPO 調査内容

コンテンツマーケティング EXPO 調査結果



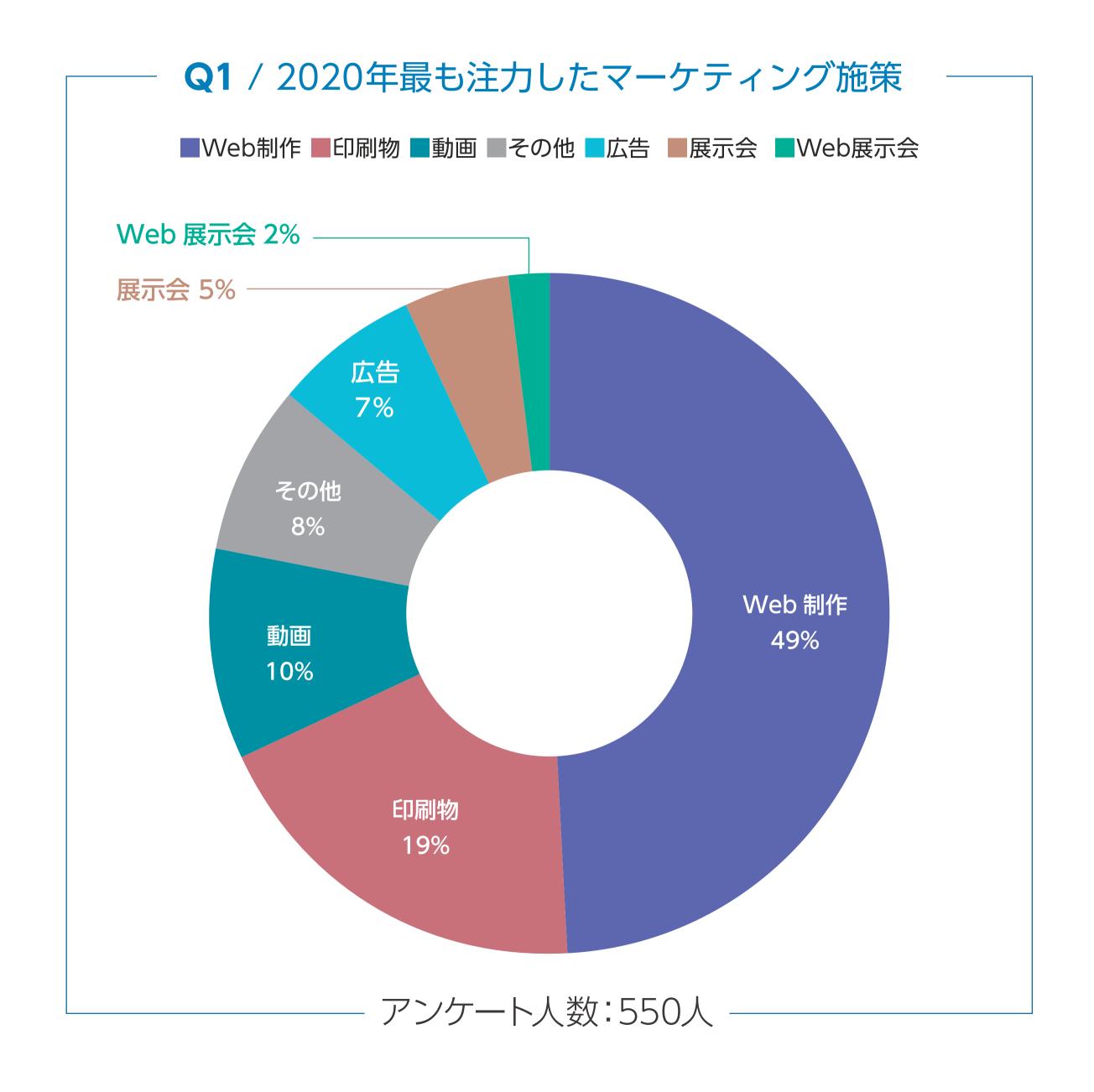
実施時期 2021年4月14日~16日

実施場所 東京ビックサイト 第7回コンテンツマーケティング EXPO

実施対象 当社ブースにお立ち寄りいただいた企業販促ご担当者様

有効回答 550 人

実施方法対面による聞き取り調査



Q1 / 2020年最も注力したマーケティング施策

お客様の声

【Web制作】

コロナ禍で予算を オンライン施策用に切り替えた

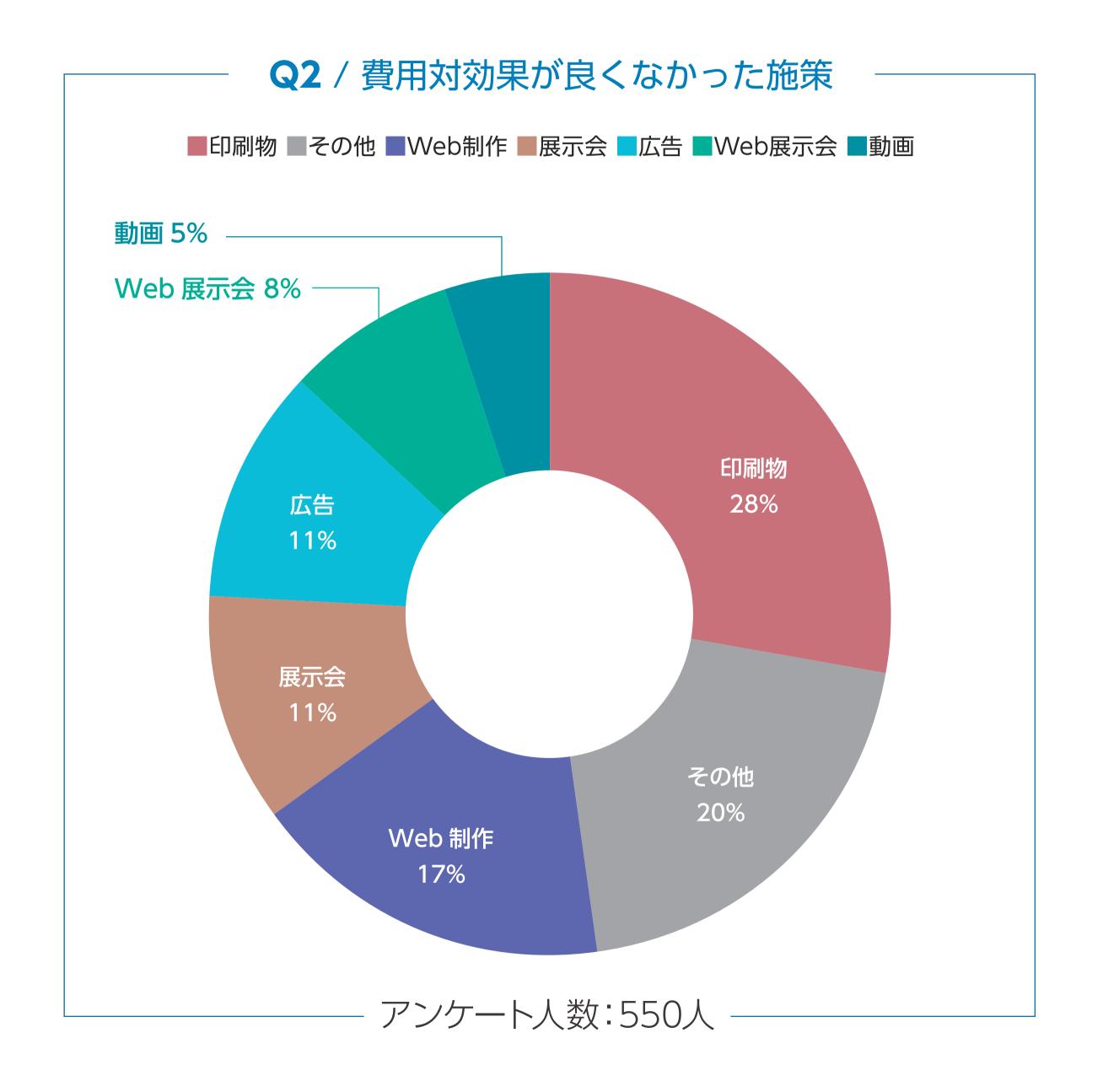
【印刷物】

確保済みの予算を消化した

【動画】

サービスのPR動画の制作に注力した





Q2 / 費用対効果が良くなかった施策

お客様の声

【印刷物】

コロナ禍で展示会出展ができず 印刷物を配布できなかった

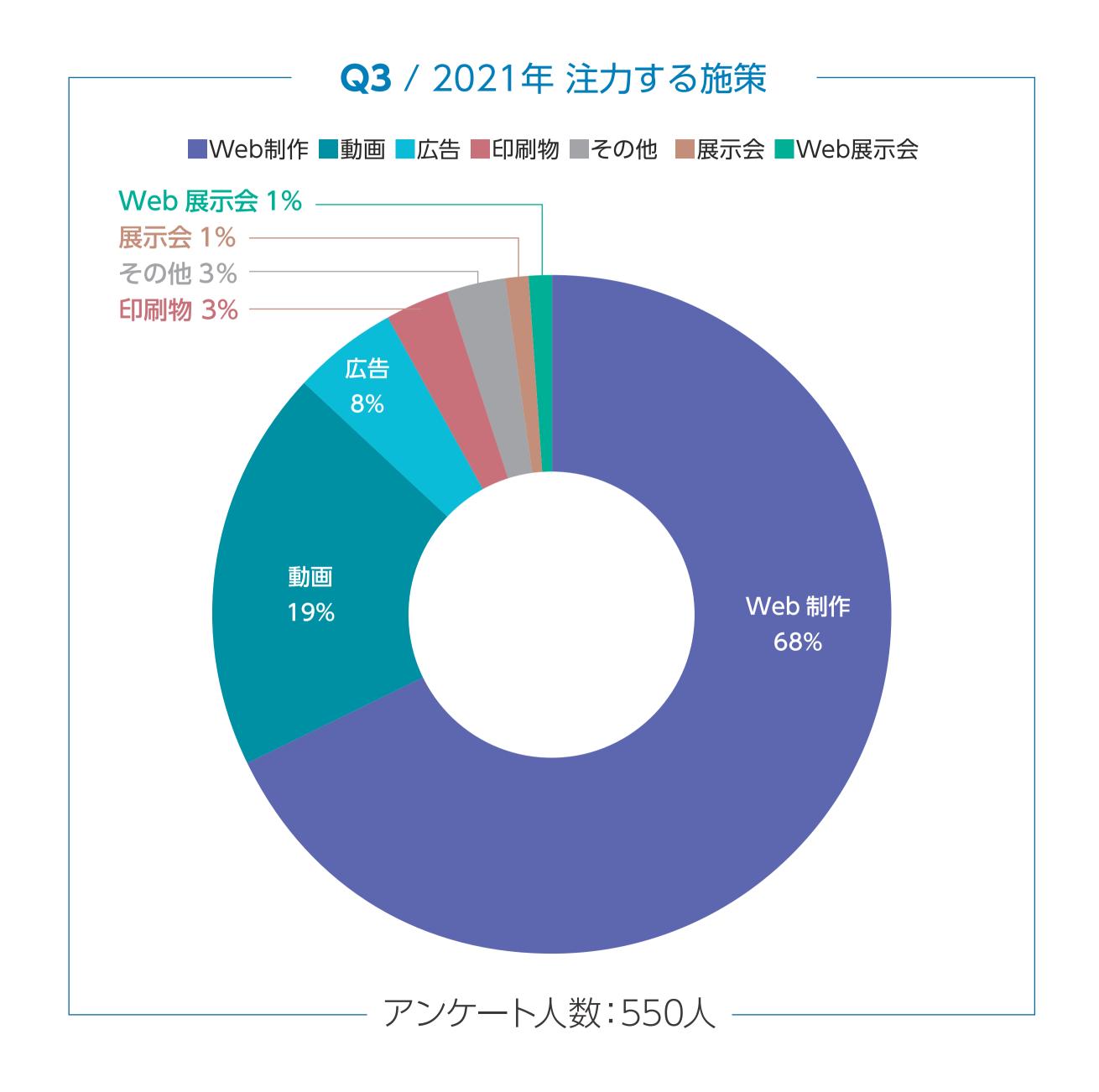
【その他】

WEB広告(リスティング)の 費用対効果が合わなかった

【Web制作】

展示会をオンライン展示会に切り替えたが 売上につながらない





Q3 / 2021年 注力する施策

お客様の声

【Web制作】

オウンドメディア施策に取り組みたい

【動画】

オンライン上で競合との 差別化ポイントを伝えたい

【広告】

リスティング広告費を抑えて コンテンツ資産を増やしたい





Web 販促 EXPO 調査結果



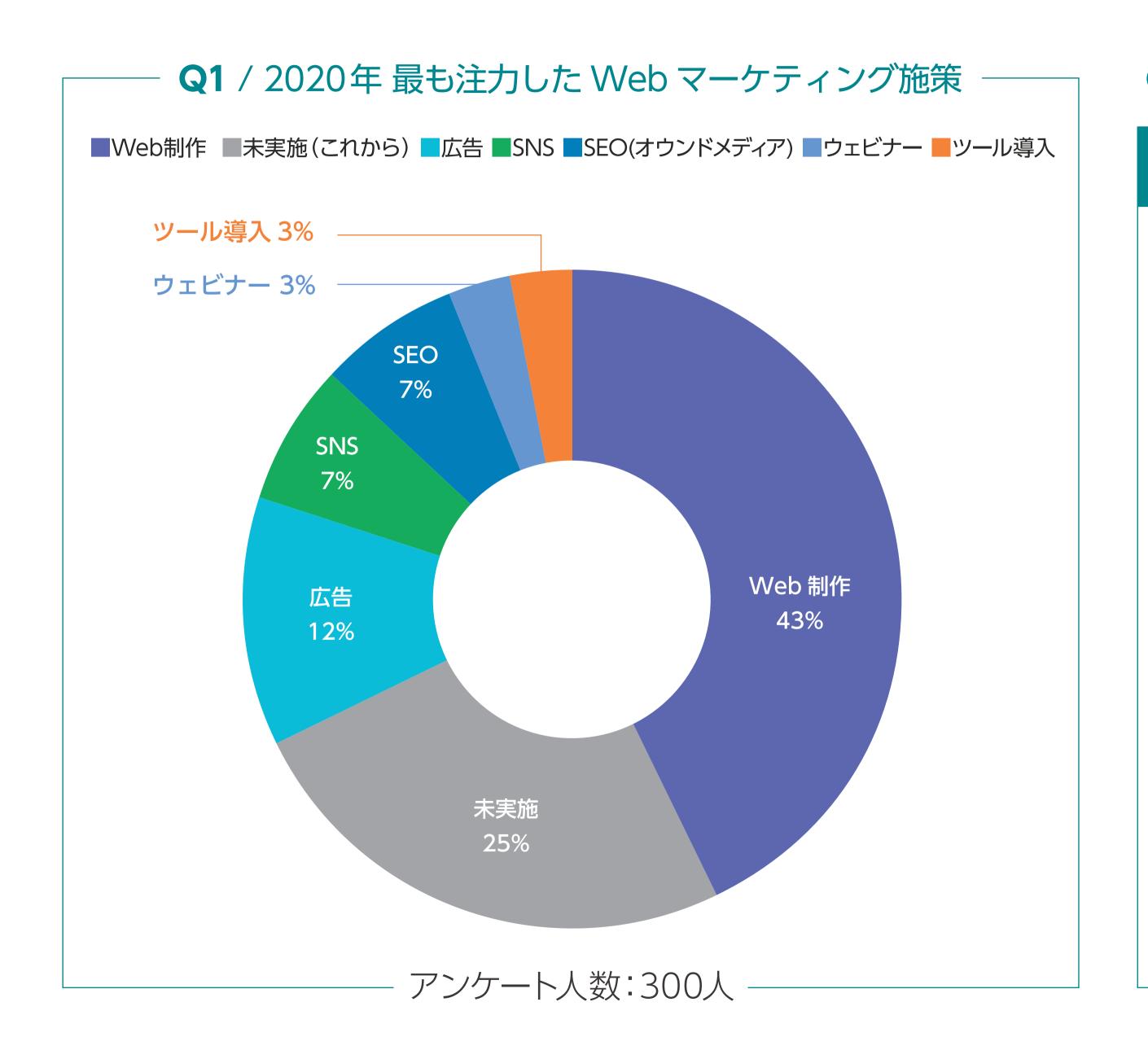
実施時期 2021年4月21日~23日

実施場所 東京ビックサイト 第4回Web販促EXPO

実施対象 当社ブースにお立ち寄りいただいた企業販促ご担当者様

有効回答 300人

実施方法対面による聞き取り調査



Q1 / 2020年最も注力した Web マーケティング施策

お客様の声

【Web制作】

オウンドメディアの拡充に力を入れた

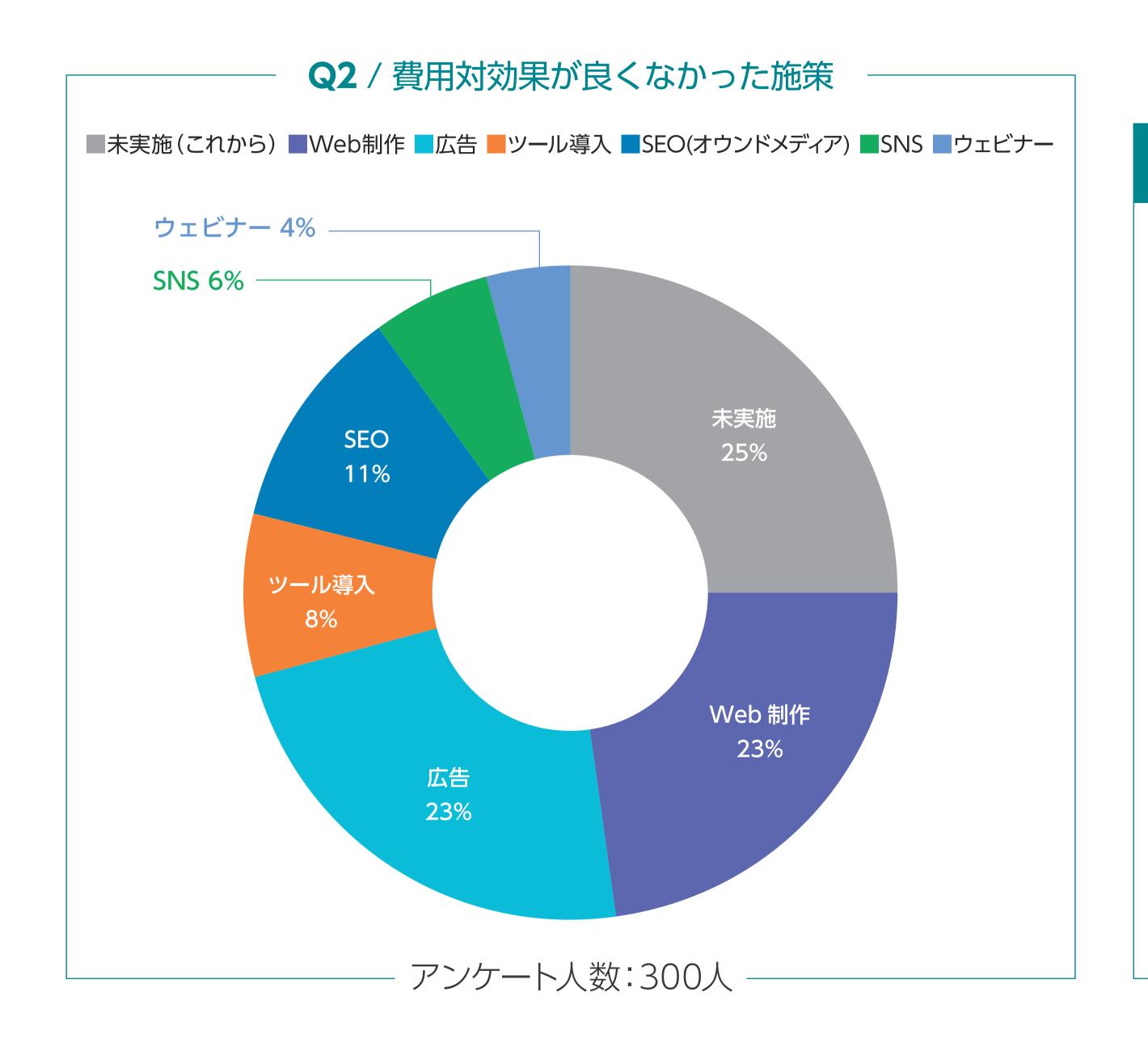
【未実施】

特に注力したWebマーケティング施策は 思い当たらない

【広告】

展示会の出展費用を広告費用に変更して消化した





Q2 / 費用対効果が良くなかった Web 施策

お客様の声

【未実施】

リスティング広告の費用対効果が合わない

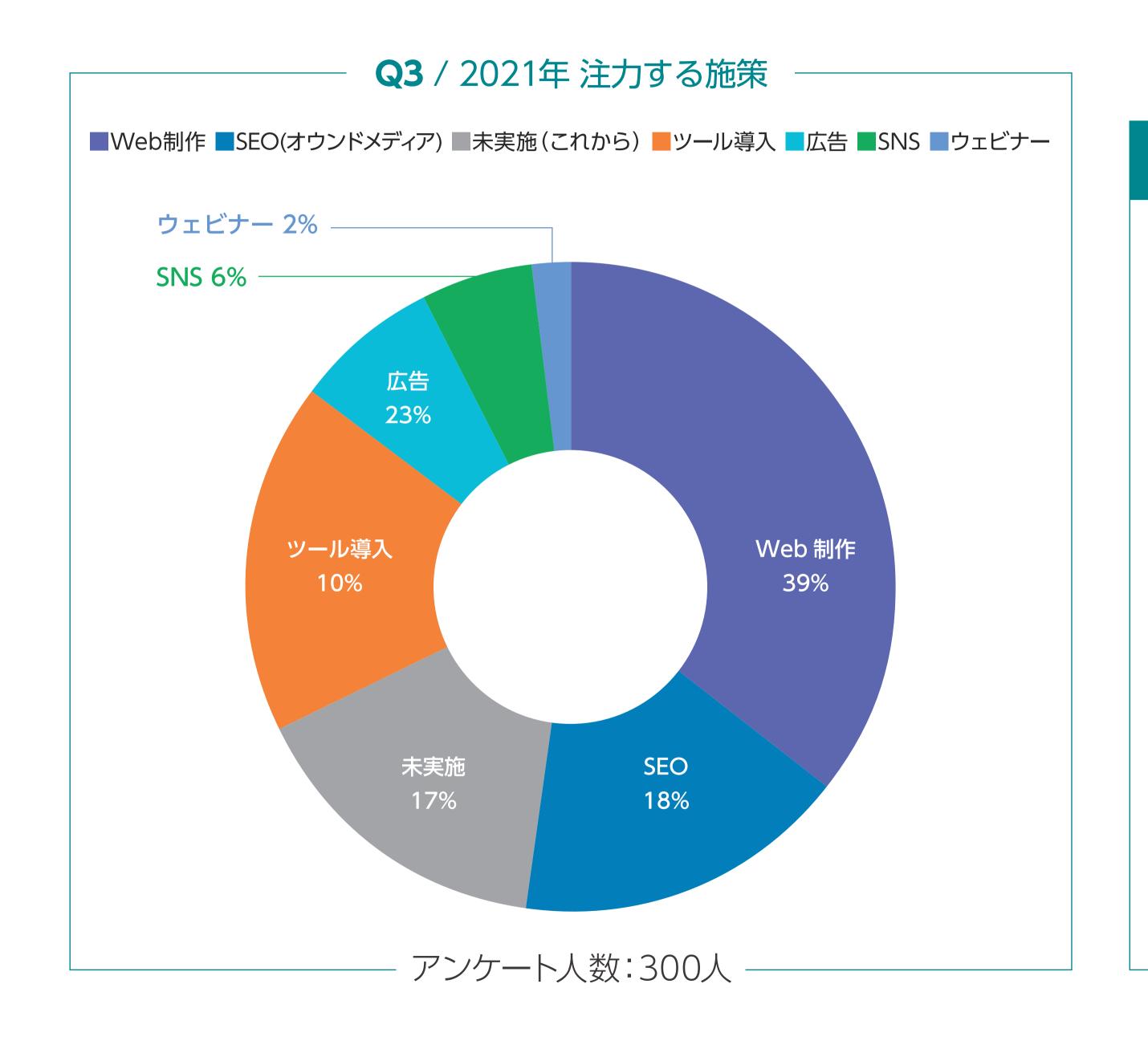
【Web制作】

コロナ禍で販促費用を削減されて 何もできていない

【広告】

SEO施策を実施するも、 まだ効果が出ていない





Q3 / 2021年 注力する Web 施策

お客様の声

【Web制作】

自社サイトのリニューアルをしたい

[SEO]

リスティング広告から SEO対策に施策を切り替えたい

【未実施】

何に注力すれば良いか分からない







2つの展示会に出展をして一番多いWebマーケティング課題は、Webで集客をしたいが何から手をつけて良いか分からない。

または

[とりあえずやってみよう!!]と

最初に手を出すのがリスティング広告のようです。

どちらも初めから成功を意識して活動できていないので失敗は必然です。

"誰に、何を、どうやって、どれくらい売るのか"を明文化できていない企業も少なくありません。

それでは失敗しないWebマーケティング戦略の 5項目チェックリストをご案内します。







1 2 5項目チェックシート

Webマーケティングに取り組む 5項目チェックリスト

どこで躓いているのかチェックしてみましょう! ——

	項目	チェックポイント
①誰に	新規と既存顧客を把握する	✓ 新規のターゲットを明文化しているか?ターゲットが間違っていないか?✓ 新規・既存の購買プロセスを明文化しているか?✓ LTV (顧客生涯価値) 定量データは集計されているか?
2何を	自社のポジショニングを把握する	☑ 自社の決算・IR資料・営業資料などから注力サービスを把握できているか?☑ ユーザーから選ばれている理由(強み)を把握してまとめているか?☑ 営業同行など商談現場を経験しているか?
3 どうやって	競合・ベンチマーク企業を把握する	✓ ユーザー視点で比較検討されている内容 (検索キーワードなど) を把握できているか?✓ 競合のマーケティング戦略や失注 (敗因) 内容を把握してまとめているか?✓ 競合に勝てるストロングポイントを把握しているか?
4どれぐらい売る	ゴールを設定する	☑ 最終的な目的は設定されているか? PV数? リード数? 問い合わせ数? 受注件数?☑ ROIは算出できているか?☑ 確実性があるデータをもとにゴールを設定できているか?
り売るための体制	役割を明確にする	☑ 売上目標に対してインサイドセールスやクロージングする人数は足りているか?☑ 既存をファン化させる仕組みや施策は整っているか?☑ 成功パターンや失敗パターンの実績をまとめて活用できる状態か?

Webマーケティングに取り組む5項目チェックリスト

いかがでしたでしょうか。

WEBマーケティングはコロナ以降、多数の企業が急速に推進されています。 その結果、市場競争が激化しているのが現状です。

マーティング担当の方は、「調べる事」「実行する事」「結果を出す事」 が多数あり 一朝一夕では実行できないと痛感していらっしゃるのではないでしょうか。

より効率的にWEBマーケティングを遂行し、成功に繋げていくためには、 デジタルマーケティング支援企業を依頼するのも有効な手段の一つです。 専門家のサポートを必要とされている場合には、マーティング業務のアウトソースも ご検討してみてください。

北斗社では20年以上かけて培ったBtoB企業販促における支援実績を活かし、デジタルマーケティングや営業現場の 販促課題などをユーザー目線でヒアリングしながら、企画から制作までご提案いたします。

お問い合わせはこちら

https://www.hoku.co.jp/consent/?id=cmdcontact



北斗社の販促コンテンツ制作の強み

BtoB コンテンツマーケティング支援

"北斗社のコンテンツマーケティング"は、20年以上、IT・製造業界のリーディングカンパニーとのお付き合いの中で磨き上げてきたコンテンツ企画ノウハウを活かし、BtoB 企業販促における高度で複雑な課題を解決します。

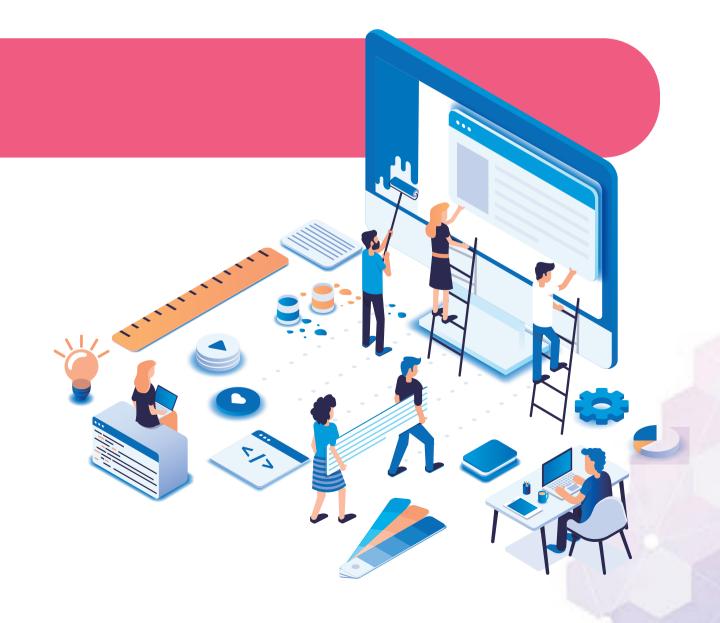
あえて商流や商材が複雑なBtoBの企業販促に特化し、商流や商材の複雑な製品、ソリューションの販促を行ってきました。



コンテンツ企画

企業販促において最も重要なのは「コンテンツ」です。

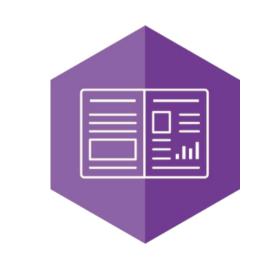
北斗社では目的、ターゲット、販促課題に合わせて、最適なメディアとコンテンツ形態を選定。あらゆる切り口で企画をたて、お客様のマーケティング活動の武器となるコンテンツを生み出します。



北斗社が制作できるメディア

オフライン(対面営業)コンテンツ_{から}デジタル(Web)コンテンツ_{まで}

さまざまな営業現場での企業販促に使われるメディア制作に対応。ワンストップでの企画制作を行います。



カタログ・パンフレット制作



Web 制作



販促ビデオ制作



導入事例制作



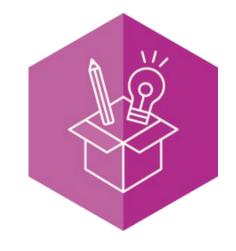
VI / CI 策定



マンガ制作



PPT ブラッシュアップ制作



デジタルマーケティング支援

取引先実績



アイティフォー / アイ・エス・ビー / アズベイス / アバント / アライドテレシス / アラクサラネットワーク / 伊藤忠テクノソリューションズ (CTC) / インフォコム / インフォセック /NTT 系列各社 / エムオーテックス / キヤノンマーケティングジャパン / 京セラコミュニケーションシステム / KDDI / シスコシステムズ / 鈴与シンワート / スターゼン IT ソリューションズ / ソリトンシステムズ / NDI ソリューションズ / 日商エレクトロニクス / 日本 IBM/ 富士通系列各社 / フルノシステムズ / ブロードバンドタワー / 理経 / ログイット / ロジクール



ADEKA / アズビル / アズビル金門/ 荏原冷熱システム / コニカミノルタ / ジャパンホームシールド / 三共理化学 / スリーボンドファインケミカル / 第一照明 / THK / 東京重機 / トルネックス / 豊田自動織機 / ナノテム / 日本ジーニー / 浜井電球工業 / パナソニック・カーエレクトロニクス / マンフロット / ミスミ / ラスカム ほか



エクスオード / 人材研究所 / シンカ / リクルートジョブズ / リクルートホールディングス / リクルート R&D スタッフィング / リクルートマネジメントソリューションズ / UT グループほか



一星企画 / EPARK / NOC日本アウトソーシング / 上智大学 / ナガセテクノサービス / 日本緊急通報 サービス /日本デザイン福祉専門学校 / 博展 / First Step International / ベネッセコーポレーショ ン / ベネフィット・ワン / ミズノ / メガクリエイト / メディアエッジ / モビーディック / ユアサ商 事 / ルクサ / レモン / ローソン ほか



アイデル / アブリテックジャパン / イートラスト / エネルギーギャップ / コスモエンジニアリング / 楽天ほか



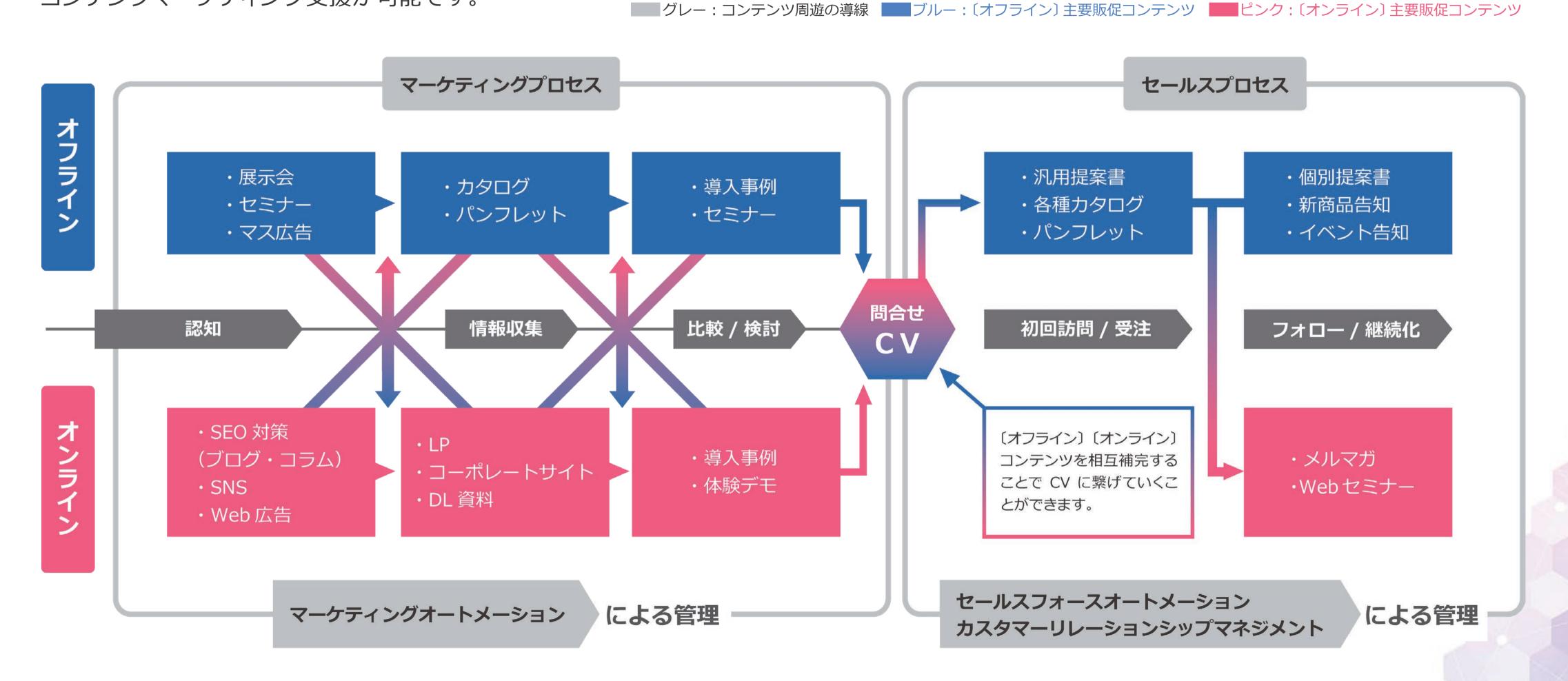
M3 / 太田胃散 / メディクルード / ヨシダ / ライカマ イクロシステムズ / ロシュ・ダイアグノスティックス ほか



アクサ損害保険 / オリックス生命保険 / 三井住友 アセットマネジメント ほか

北斗社 コンテンツマーケティング支援範囲

新規/既存顧客の興味関心度に適したオフライン/オンライン上の販促コンテンツ整備により、顧客は実際の商談とWebを行き来した情報収集が可能になり、マーケティング活動も最適化されます。北斗社は認知・集客から顧客育成、問合せ獲得、受注後のアフターフォローに至るまで、総合的なコンテンツマーケティング支援が可能です。



企業情報・沿革

株式会社 北斗社

代表取締役社長:高橋潤一

本社所在地:東京都文京区大塚 3 丁目 38 番 10 号 TEL 03-3944-5100(代)FAX 03-3944-2233 工場所在地:埼玉県朝霞市栄町 3 丁目 3 番 25 号 TEL 048-461-3070(代)FAX 048-465-0500

創 業:1949(昭和24)年3月

資本金:2,000万円

売 上 高:16億3,700万円(2016年度)

社 員 数:80名

関連 会社:株式会社北斗企画 / 株式会社オーパ















北斗社とは

1949 年創業当時より㈱リクルートグループの各種印刷物を手掛け、 大手企業、大学・専門学校などの教育関連、映画などのエンターテイメント業界ほか、 幅広い業種のコミュニケーションツールの制作・印刷を、 半世紀以上に渡る豊富な実績・ノウハウおよび高い品質でサポートしています。





お問い合わせ

