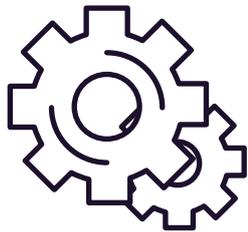




0から始める

ワードプレス・マーケティング

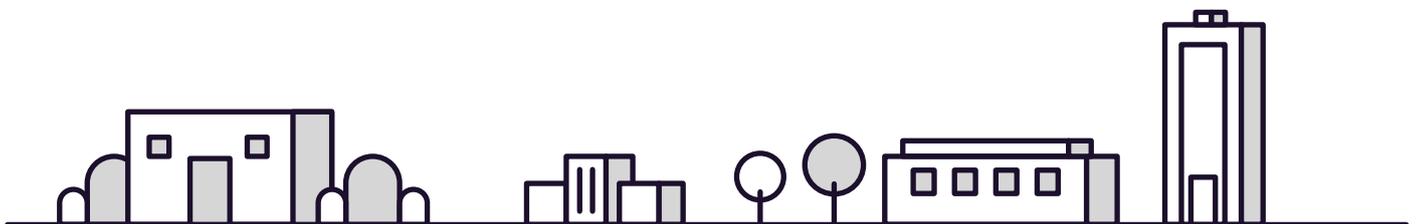
実践ガイド





目次

- ① はじめに _____
- ② これからあなたが取り組むべき WEB マーケティングとは？ _____
- ③ ワードプレスマーケティングの全体像 _____
- ④ ワードプレスマーケティングを始める上での問題点 _____
- ⑤ 弊社のコンサルティングサービスについて _____
- ⑥ 終わりに _____



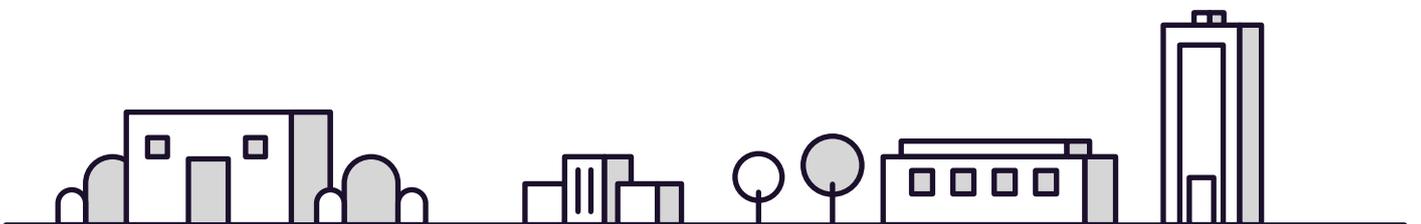
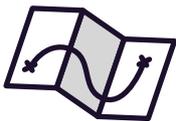


はじめに

この度は、無料 eBook 『**0 から始めるWordPressマーケティング実践ガイド**』をダウンロードしていただき、誠にありがとうございます。

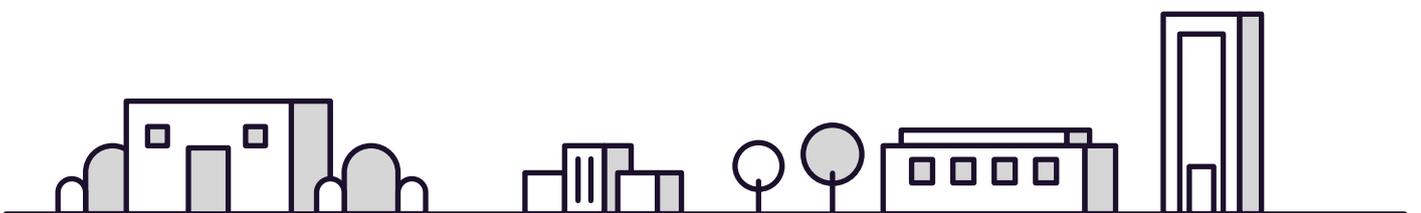
この eBook では、あなたがWordPressブログを活用して、コンテンツマーケティングに成功するためのノウハウをギュッと凝縮してお伝えしています。

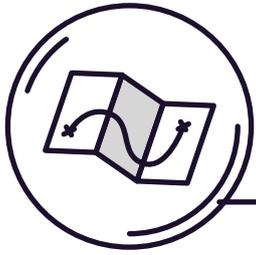
ぜひこの eBook をきっかけに、本格的なコンテンツマーケティングをスタートしてもらえると幸いです。





これからあなたが取り組むべき
WEB マーケティングとは？





これからあなたが取り組むべき WEBマーケティングとは？

あなたはこれまで、どのようなマーケティング手法で、自社への集客を行なってきたでしょうか？

これまでのマーケティング手法は、以下のようなものが中心でした。

- すでに商品を購入する見込みのある方への有料広告
- どこかから集めた顧客リストに対するダイレクトメール



しかし上記の手法では、すでに購入すると決めている人や、何らかの形で購入せざるを得ない人しか、商品を購入しませんでした。

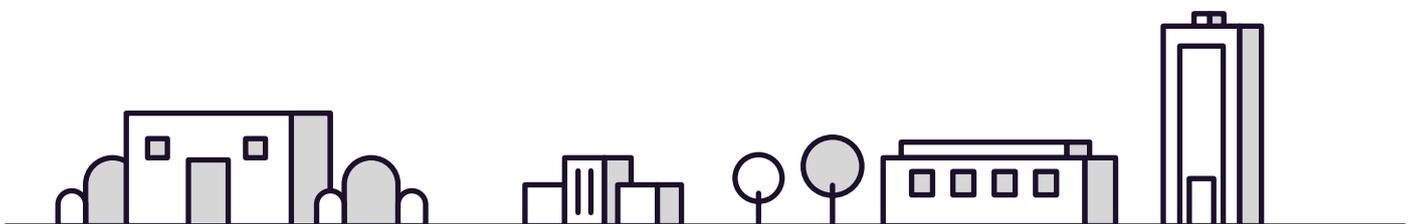
また、そのような「いますぐ客」が集まる狭い市場に対して、たくさんの企業や組織が殺到し、規模の小さなビジネスであればあるほど、売り上げを作るのが難しい状態でした。

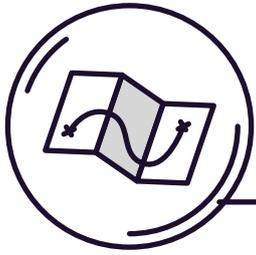
そんな中、すでに購入する見込みのある「いますぐ客」ではなく、以下のような人たちに対して目が向けられるようになりました。

- 商品の必要性をまだ感じていない人
- 商品に対する必要性は感じているけどまだいいかな・・・と思っている人



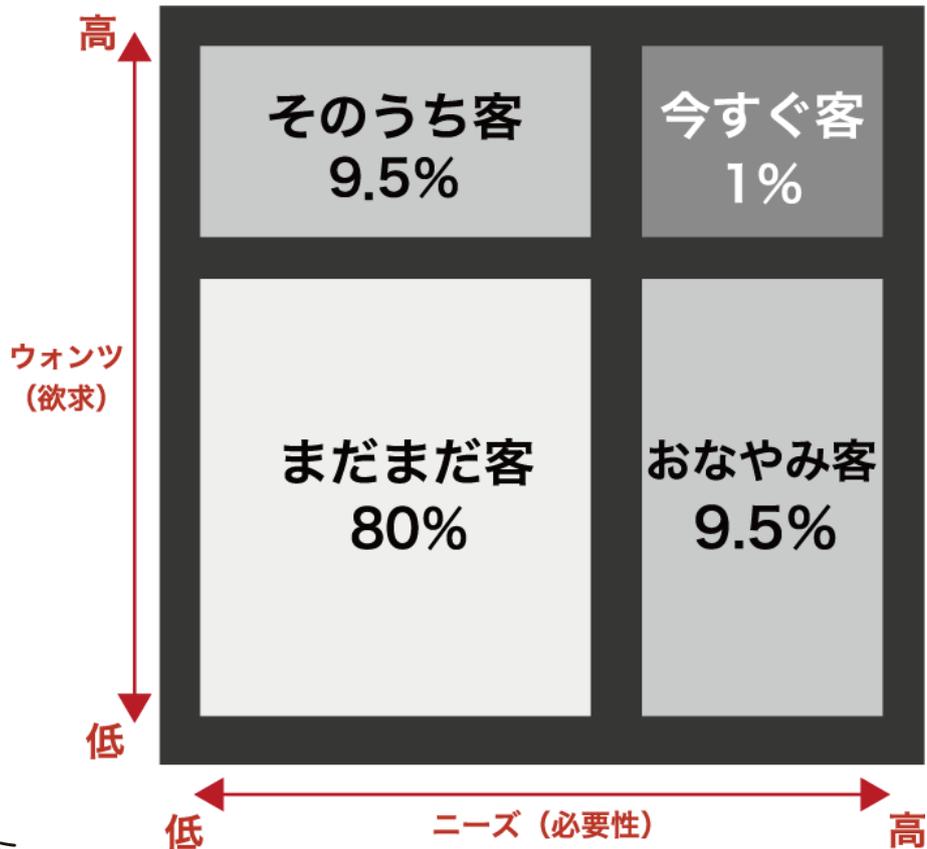
なぜなら、費用対効果を考えた時に、市場全体の1%ほどしかいない「いますぐ客」に対するマーケティング手法は、かなり非効率だったからです。





これからあなたが取り組むべき WEB マーケティングとは？

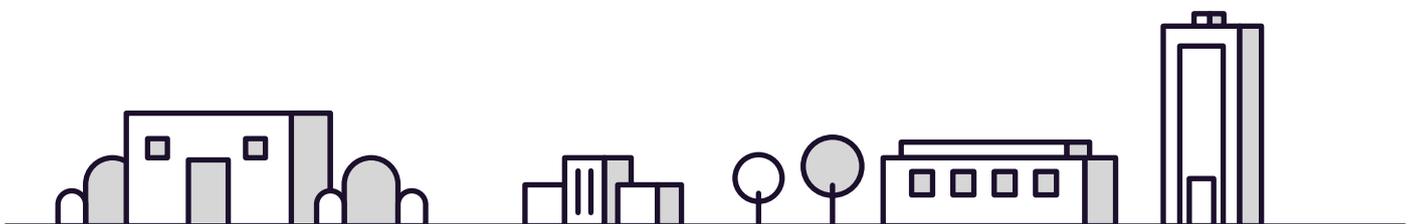
▼「今すぐ客」に対するマーケティング活動は、**どんどん効果が薄れてきている**・・・。

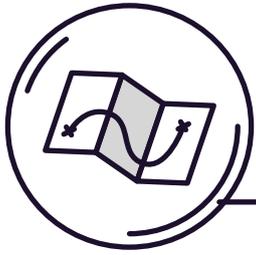


しかしながら、

- そのうち客
- おなやみ客
- まだまだ客

といった人たちは、市場規模は大きいにしても、商品を購入するまでには少し時間がかかります。**そこで、考え出されたのがコンテンツマーケティングという手法です。**



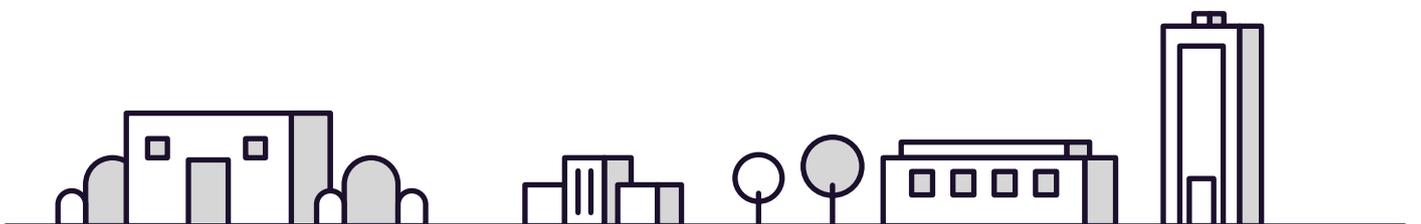


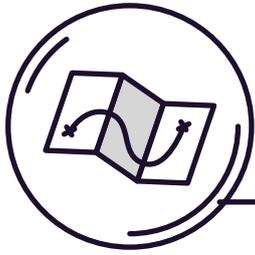
これからあなたが取り組むべき WEB マーケティングとは？

コンテンツマーケティングとは？

あなたの商品やサービスにおける潜在的な見込み顧客に対して、ニーズに応えるコンテンツ（情報）を提供することで、顧客化、ファン化を図り、購買に結びつけるマーケティング手法のことです。

最近では、IT系の企業だけでなく、地域密着型の店舗ビジネスや士業系のビジネスでも導入されるようになってきました。





これからあなたが取り組むべき WEB マーケティングとは？

コンテンツマーケティングでは、自社と見込み顧客との関連性を以下のように分けます。

● 認知

→あなたの商品やサービスのことを知る

● 興味・関心

→商品やサービスに興味を持つ

● 情報収集・理解

→商品やサービスについて情報を収集する

● 比較・検討

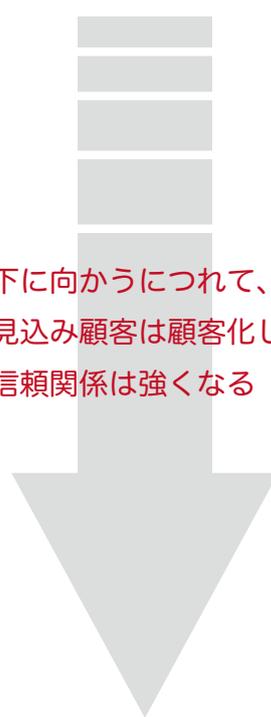
→他社と比較し、購入を検討する

● 購入

→購入を決断する

● 継続・応援

→継続的に購入する / 口コミなどを起こしてくれる

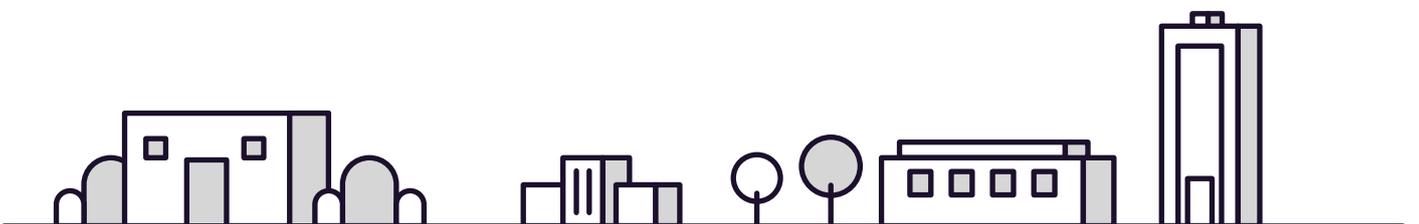


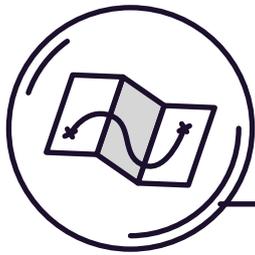
下に向かうにつれて、
見込み顧客は顧客化し、
信頼関係は強くなる

そして、それぞれの段階に応じて、ニーズのある情報を提供して気づきを与え、商品の購買につなげるのです。

では、その段階に応じて、見込み顧客が欲しがっている情報はどのように届けるのでしょうか？

一般的には、次のように言われています。



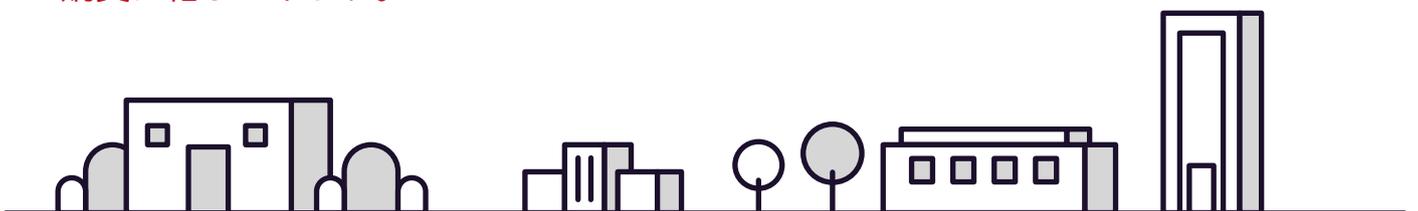


これからあなたが取り組むべき WEB マーケティングとは？

段階	欲しがる情報	提供する手段
認知	自分の悩みを解決する方法	 ブログ
興味・関心	より詳しい手法やノウハウ	 E-BOOK
情報収集 理解	どんな商品を扱っているのか	 E-BOOK やメルマガ
比較・検討	他社の商品との違いや実績	 事例集やお客様の声
購入	商品を購入することで 得られるベネフィット	 魅力的なオファー
継続・応援	購入者同士のつながりや、 より成果が出る方法	 会員制のグループやコミュニティ

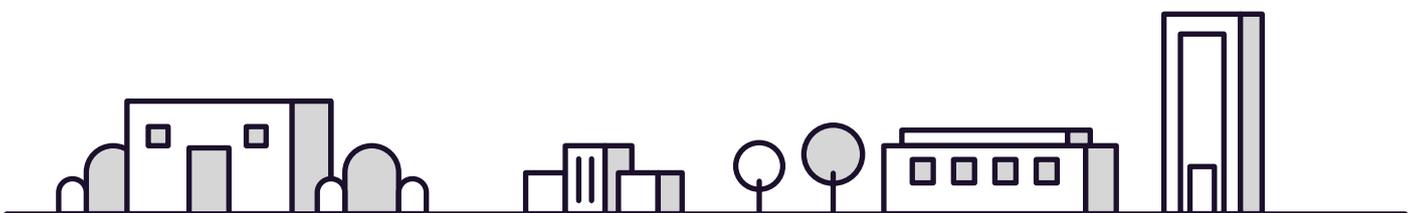
見込み顧客は、自分の本当の問題に気づいていなかったり、悩みはあるけどどのように解決すればいいかを知りません。

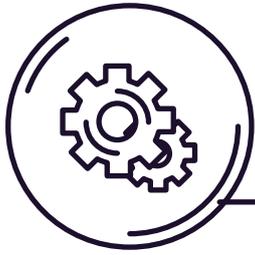
そこで、段階に応じて必要な情報を提供し、自社のファン化を促進させることで、商品の購買に結びつけます。





ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの実践手順





WordPressを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

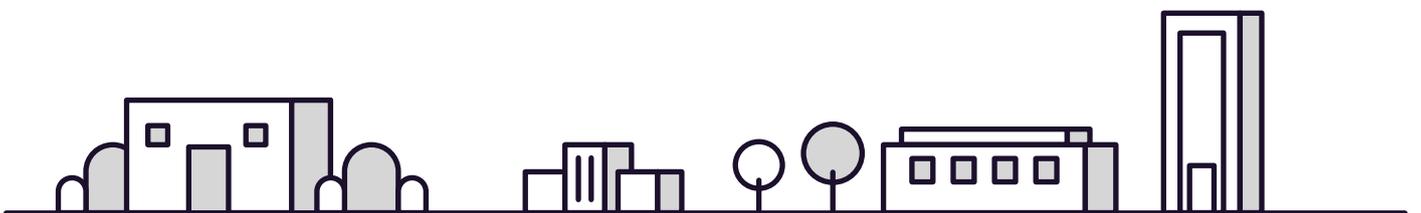
この章からはWordPressブログを使ったコンテンツマーケティングの実践方法をお伝えします。

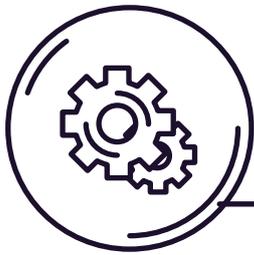
もちろん、いきなりWordPressにブログ記事を書き込んでいくわけではありません。

料理には下ごしらえ、スポーツならウォーミングアップがあるように、コンテンツマーケティングでも準備を行う必要があります。

適切なアプローチで準備（戦略策定）を行うことで、早いタイミングで狙った成果が出るような取り組みになります。

この章でお伝えすることをていねいに行なってみてください。





WordPressを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

1. ペルソナを設定する

これからあなたが、コンテンツマーケティングを行う上で重要になるのが、「誰のために情報発信を行うのか」という視点です。

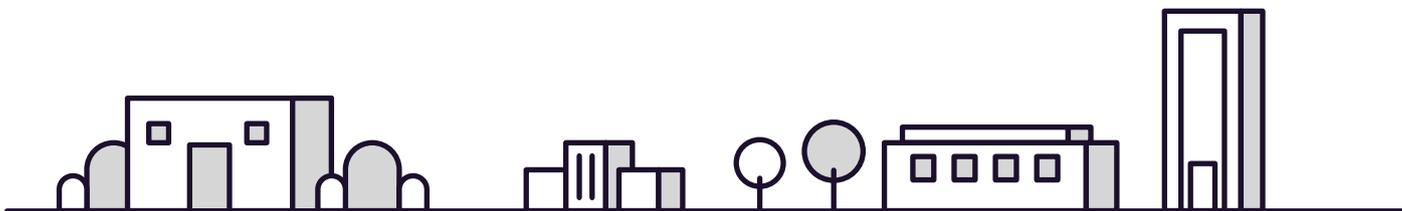
この「誰のために」が特に重要で、ここが曖昧なまま進めてしまうと、コンテンツ制作の際に軸がブレてしまいます。

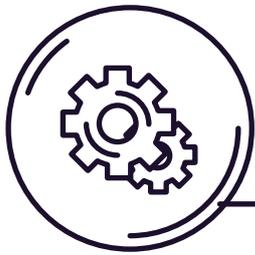
そこで、以下のようなペルソナ（理想の顧客像）を一人決めます。

名前	一ノ瀬毅さん
性別	男性
年齢	33歳
職業・役職	福岡県〇〇市の木工家具の会社のWEB担当
家族構成	3人家族（奥様と男の子がひとり）
所得	400万円
住所	福岡県〇〇市
趣味	休日に息子と遊ぶ。それ以外は仕事に追われている

ブログにたどり着いた経緯

地方の一企業のWEB担当を任されている、一ノ瀬毅さん。
木工家具の業界は、北欧などの安価な家具が入ってきたことに伴い、徐々に売れ行きは下がってきている。
先日も、近所の会社が潰れてしまったところだ。
一ノ瀬さんの勤める企業は地域内でもいち早く通販事業に乗り出したため、いくらか維持しつつある。ただし、楽天などの大手のドメインの中で通販をしている以上、常にリスクが付きまとっている。正直、業界の先行きが不安だ。
そんな中、広告費をできるだけかけずに、自社で売れる仕組みを作れはしないかと考えた。
過去にSNSを使った集客手法が全くうまくいかなかった経験から、検索エンジンを使った集客手法を何気なく調べてみた。
すると、当サイト「0から始めるWordPress・マーケティング」に行き着いた。





WordPressを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

2. カスタマージャーニーマップを作成する

次に、カスタマージャーニーマップの作成です。

カスタマージャーニーとは

見込み顧客があなたのことを初めて知り、商品の購入に至るまでの間に

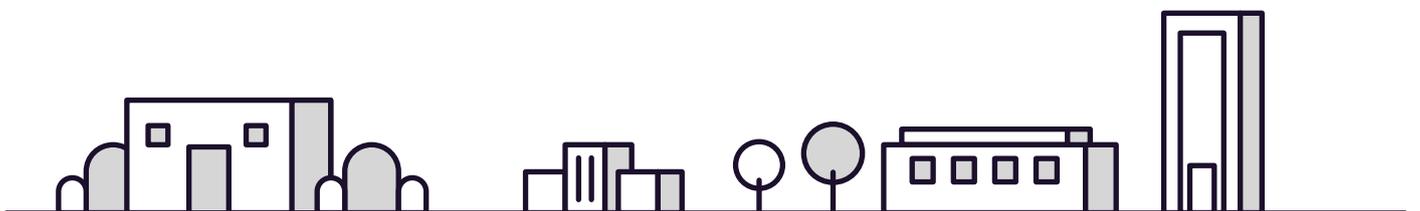
- どのような感情を持ち
- どのような思考に至り
- どのような行動を起こしたのか

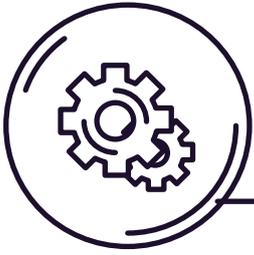


といった顧客体験の過程のことです。

このカスタマージャーニーはチーム内で共有したり、コンテンツ作成の軸がブレないように、逐一確認する必要があります。

そこで、次のような表に書き出し、「**カスタマージャーニーマップ**」という形で可視化しておきます。





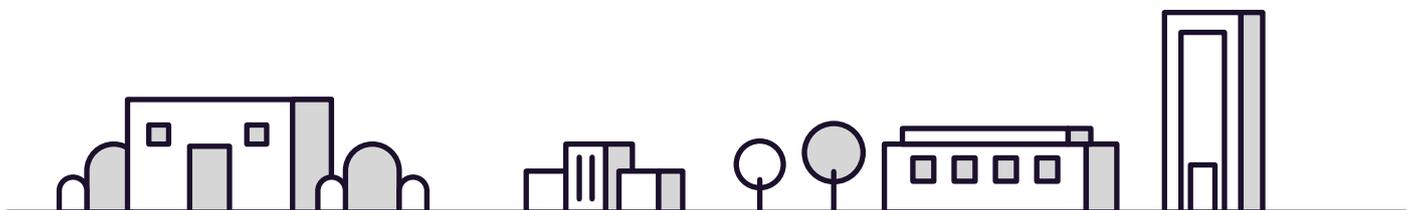
ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

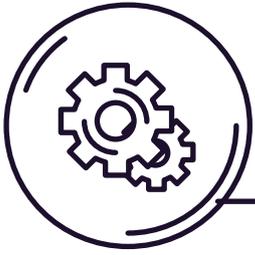
2. カスタマージャーニーマップを作成する

段階	認知	興味関心	情報収集・理解	比較・検討	購入	継続利用
ペルソナの状態 (自社商品との関連)	見込み顧客は、弊社のコンサルティングサービスについて知らなかったがサイトに訪れ距離の存在を認識した	弊社のコンサルティングサービスの存在を知り、興味を持った。 自分のビジネスを拡大できるのではないかと関心を持ち始めた	具体的にコンサルティングサービスを受けると、どのようなメリットやデメリットがあるのか? また、サービスの内容について情報の収集を始めた	自分のビジネスの拡大のために、コンサルティングサービスを受けようと思うが、手厚いサポートはしたくないので、数社ばかり挙げて資料を問い合わせ、比較している	コンサルティングサービスの導入を決定	コンサルティングサービスを受けたことでかなりの成果が現れたので、継続的なサポートをお願いする。知り合いの経営者にも紹介をする
活用するコンテンツ						
オンライン	ブログ記事	ブログ記事 / ebook	ebook / メルマガ	事例ページ	面談	既存客向けのレター
閲覧デバイス	有益な情報の提供に特化		ニーズ / オンライン教育	費用対効果や成果が出るまでの日数 / オファー		表には出ない有益な情報
オフライン	PC / スマホ			PC		
コンテンツの目的	まずは当社のオウンドメディアを訪れてもらう。 そして、実際にワードプレスを使ったマーケティングは専門的な知識が必要だと知ってもらう	自分にとってワードプレスを使ったコンテンツマーケティングが必要だと「自分ごと化」してもらう。 その上で、何かこの会社の有料のサービスはないかな? と探してもらう	ワードプレスを使ったコンテンツマーケティングで成果を出すためのコンサルティングサービスを見つけ、受けたいと思ってもらう	弊社のコンサルティングサービスと他社のコンサルティングサービスの違いを理解してもらう	導入するにあたって、弊社のコンサルティングサービスが最適な選択であることを納得してもらう	成果をあげてもらいながら、口コミを促してもらう
CTA	検索エンジンやソーシャルメディアでオウンドメディアを発見し、記事を読む	内部リンクをつたい、コンテンツを複数チェック。記事下のebookダウンロードボタンを発見し、登録	ebookやメルマガから問い合わせや何らかのアクションを起こしてもらう	資料の請求やセミナーへの参加、事例ページの確認をしてもらう	個別相談 (面談、スカイプ) などを通じて契約	口コミしてもらう
ペルソナの行動例	・検索エンジンでの検索 ・ソーシャルメディアを見ていた ・知り合いにサイトを紹介してもらった	・記事を複数読む ・ebookをダウンロードする	・ebookやメルマガを読む ・セミナーを訪れる	・検索エンジンで他社の事例を確認する ・弊社のサービスページや実績を見る	・個別相談に申し込む ・商品を購入する	・口コミを促す
ペルソナの思考	このサイトの情報を参考にワードプレスを使って集客を始めてみよう	ワードプレスで成果を出すにはある程度専門的な知識が必要だな。 何か、サポートを受けられるサービスはないだろうか?	コンサルティングサービスの内容やメリットデメリットにはどのようなものがあるのだろうか? 実際に受けた人の声も知りたい	色々見たけど「0から始めるワードプレスマーケティング」が一番良かったな。 他の会社に比べると、サポートも手厚そうだし、小規模ビジネスでも受けられるし	サポートを受けるにあたって、このくらいの成果を出したい。 あとはうちの会社で受けることでどのくらいの効果があるか把握したい	知り合いのあの人のところもインターネット集客に困っていたから紹介してみよう
ペルソナの感情	新しくインターネットを活用した集客方法にチャレンジしたい (焦り、ワクワク)	意外と難しいな (不安、困惑) サポートをうけてみたい (期待)	事例やサービス内容を知りたい (欲求)	もしかしたら、他の会社の方がいいサポートしてくれるかもしれないから探してみよう (不安)	早く成果を出して、ビジネスを安定させたい、発展させたい (焦り、不安、期待)	成果が出始めて嬉しい。他の会社にも教えてあげたい (親切)
これからの課題や具体的な施策	ブログを活用して、有益なコンテンツの継続的な発信 検索結果で上位表示を実現するために日々チューニングを行う	複数の記事を読んでもらえるよう、関連記事への内部リンクを構築する ebookのダウンロードフォームへの導線を明確にする	魅力的なebookの作成とランディングページの最適化 メルマガによるコミュニケーション	実績や事例、費用対効果など目に見える成果をサイト上やメルマガ内で公開していく セミナーや説明会を開催し、集客を図る	今すぐ客に対する効果的なアプローチを行い、個別相談・相談会への集客を図る	顧客満足度を高める施策を継続的に行う

以下の記事でカスタマージャーニーマップの作成方法について解説しています。ぜひご覧ください。

[カスタマージャーニーマップとは? 作成する目的と作り方を解説します【無料テンプレートつき】](#)





WordPressを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

3. コンテンツプランニングとコンテンツマップの作成

まずはコンテンツプランニングからお伝えします。

コンテンツプランニングとは、これからどんなブログ記事をWordPress内で公開していくかということです。

もちろん、ブログ記事以外にも作成するコンテンツはあるのですが、99%以上のコンテンツがブログ記事なので、上記の認識でOKです。

ブログ記事のコンテンツプランを行う上で、必ず知っておきたいのが「SEO キーワードのリサーチ」です。

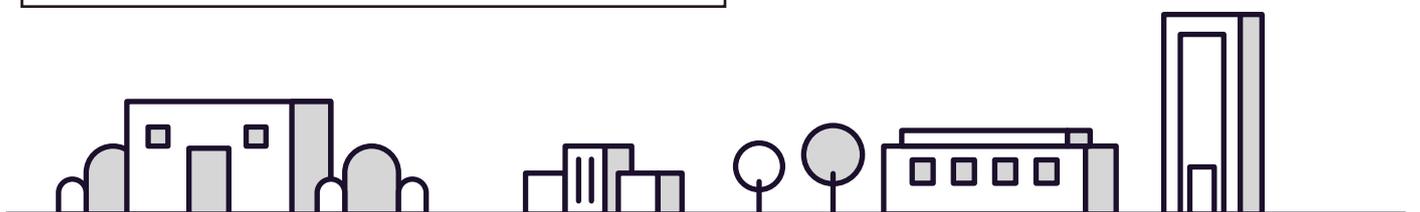
SEO キーワードとは、あなたの見込み顧客が検索するであろうキーワードのことです。

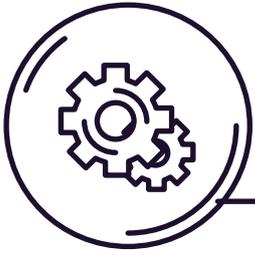
SEO キーワードをリサーチするところからコンテンツプランニングは始まります。

ここで間違ったキーワードを選定してしまうと、誰も検索しないようなキーワードや、自社の見込み顧客ではない人があなたのブログに訪れるようになります。

そこで、以下の三点に気をつけながらキーワードを発掘しましょう。

- 自社の見込み顧客が検索すること
- ある程度のニーズがあること
- 何らかの形で後々購買に結びつくこと





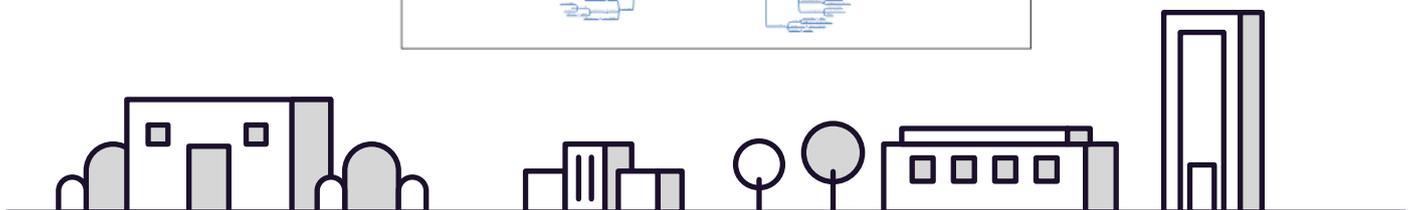
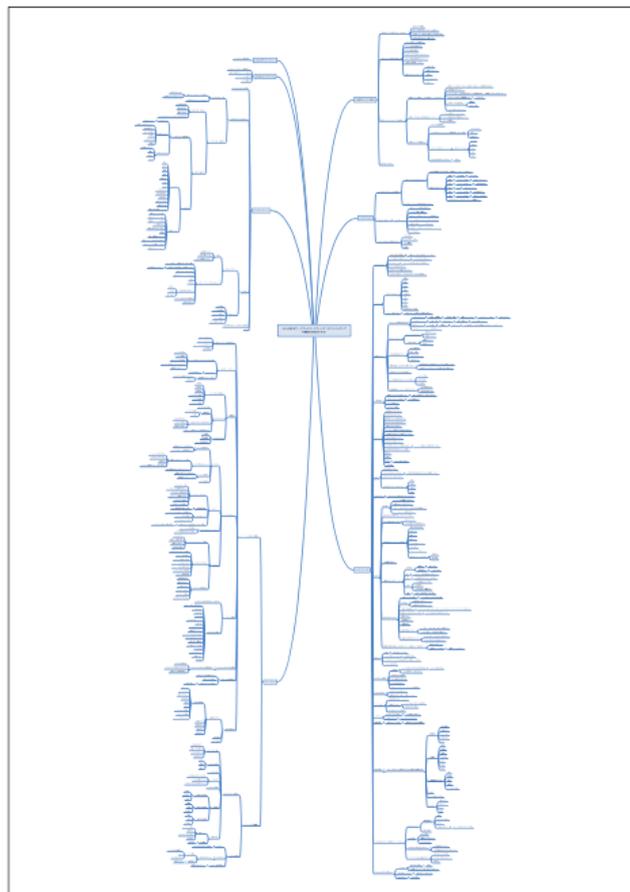
ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

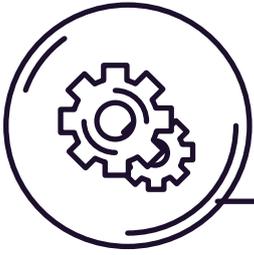
3. コンテンツプランニングとコンテンツマップの作成

以下の記事でコンテンツプランニングの最重要ポイント、SEO キーワードの選定方法について解説しています。必ずご覧ください。

- [まだブログ記事を書かないで！ SEO キーワードには3種類あるって知ってる？](#)
- [SEO キーワード選定方法！上位表示しやすいサイトを作るコツ](#)
- [検索アクセスを倍増する！ロングテール SEO の基本と実践方法](#)

コンテンツプランが完成したら、管理しやすいようにコンテンツマップを作成しましょう。マインドマップツールや Google スプレッドシートなどで管理すると、作業の効率化につながります。





ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

4. ワードプレスでビジネスブログを立ち上げる

次に、ワードプレスでビジネスブログを立ち上げます。

ワードプレスブログをすでに持っているという人は、ここは飛ばしていただいて結構です。ただし、SEO面で有利になるワードプレスの設定方法についてもお伝えしているので、設定が不十分だという方は、ぜひご覧ください。

周知の通り、ワードプレスは検索結果で上位表示を期待できます。

それに加えて、新しい記事を追加しやすく、既存の記事のリライト（再編集）も手軽に行えます。

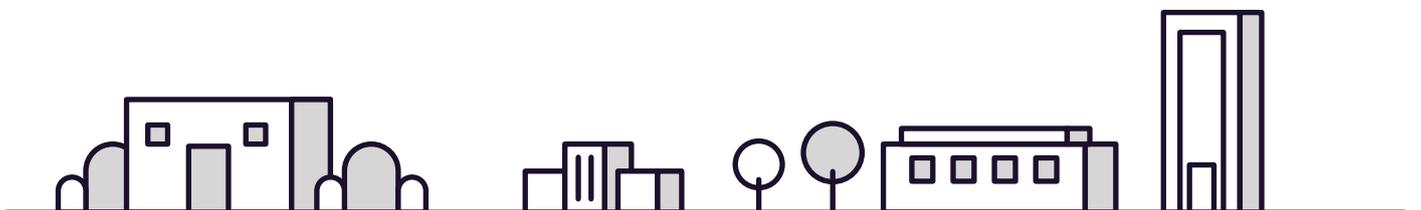


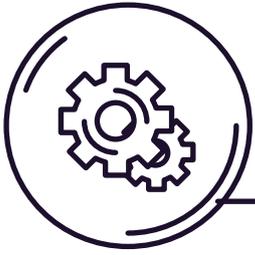
つまり、コンテンツマーケティングを行う上で、これ以上の強い味方はありません。

今すぐにも、ワードプレスでビジネスブログを立ち上げることをオススメします。

以下の記事では、初心者でもワードプレスブログを立ち上げることができるよう、教科書的に解説した記事です。SEO面でも有利になるよう、詳しい設定方法も解説しています。ぜひご覧ください。

[【保存版】初心者がワードプレスブログを0から始める方法と効果的な使い方](#)





WordPressを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

5. 検索エンジンで見つけてもらう仕組みを作る

WordPressブログを立ち上げたら、「**コンテンツプランニング**」で選定したキーワードを元に、ブログ記事を作成します。

もちろん、普通にブログ記事を書いても、検索結果で上位表示することはありません。

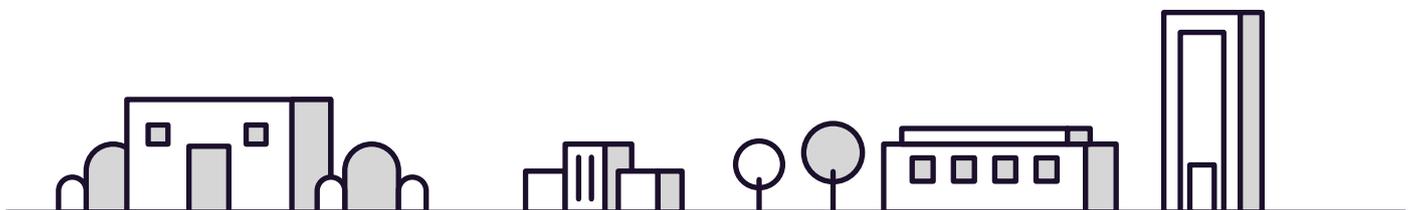
- 検索エンジンから高評価を受ける
- 検索ユーザーから読まれる

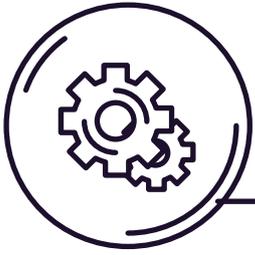


このようなサイト構成や記事作成をする必要があります。

以下の記事では、検索結果でブログ記事が上位表示されるために必要な思考や、ライティングのテクニック、サイトの構成方法について解説しています。ぜひご覧ください。

[WordPressのSEOで成果を出すための基本的な知識と具体的な手法](#)





WordPressを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

6. ホワイトペーパーや ebook と引き換えにメルマガに登録してもらう

ブログ記事に訪れた見込み顧客に対して、購買につながるよう行動を起こしてもらう必要があります。

もっとも簡単な方法が、ホワイトペーパーや ebook などの資料を作成し、メルマガ登録と引き換えにプレゼントする方法です。



メルマガに登録してもらうことで、こちらからプッシュ型のコミュニケーションをとることができ、見込み顧客の段階に応じた情報提供がしやすくなります。

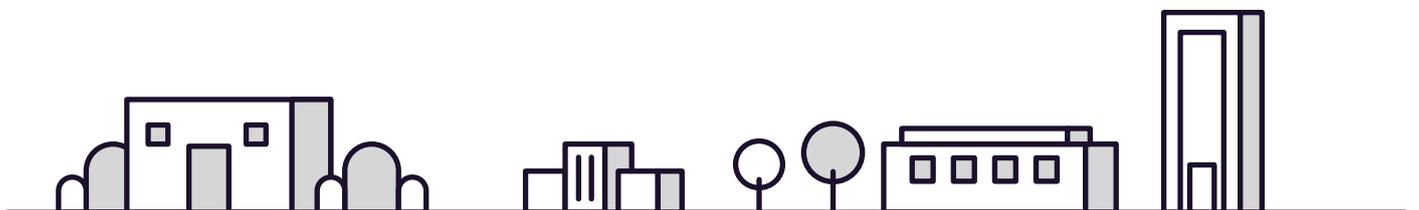


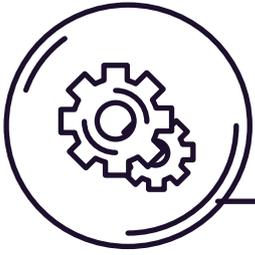
もちろん、魅力的な資料を用意しなければ、登録してもえることはありませんので、以下の記事を参考にホワイトペーパーや ebook を作成してみてください。

[ホワイトペーパーや ebook をコンテンツマーケティングで活用する方法](#)

また、メルマガを効果的に活用し、見込み顧客を購買に結びつける方法を以下の記事で解説しています。ぜひご覧ください。

[メルマガを活用したリードナーチャリング（見込み顧客教育）の実践方法](#)





WordPressを活用した コンテンツマーケティングの実践手順

6. 効果測定をおこない成果をあげよう

コンテンツマーケティングを進めていると、

「いつになったら成果が出るの？」

「早くなんとかしてくれないと、困るよ。」



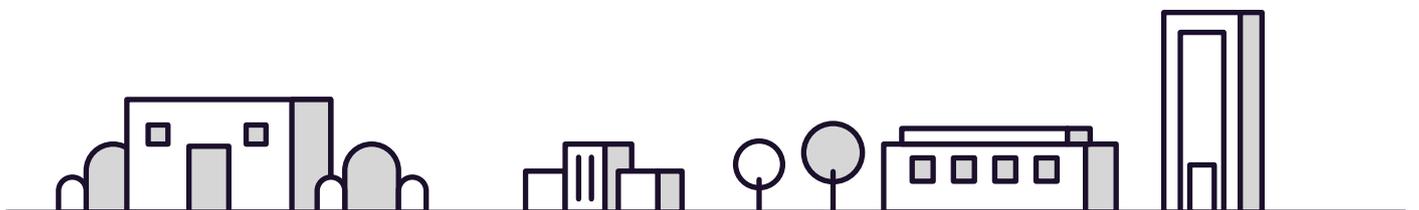
と言われる方も多いはずです。

もちろん、コンテンツマーケティングは前述したように、農耕型の手法なので、成果が出るまでに時間がかかります。

そこで、少しでも時間を短縮し、狙った成果が出るよう、「検証→改善」を行う必要があります。

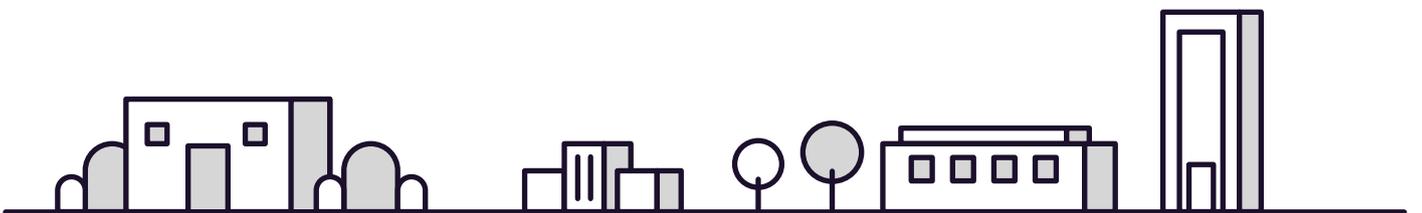
以下の記事では、コンテンツマーケティングにおけるPDCAを回すための、効果測定の方法と、具体的な解決策の見つけかたを解説しています。ぜひご覧ください。

[適切なKPIを設定してコンテンツマーケティングの効果測定を行う方法](#)





ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの問題点





ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの問題点

ワードプレスを活用したコンテンツマーケティングは、検索エンジンや SNS 経由で大きなアクセスを集め、ファンを作ることから、次のようなメリットがあります。

- 低予算で始められる
- コンテンツが蓄積され、継続的に売り上げを作ってくれる
- 潜在的な見込み顧客にアプローチできる
- 集まる見込み顧客のクオリティが高い
- ブランドを構築できる

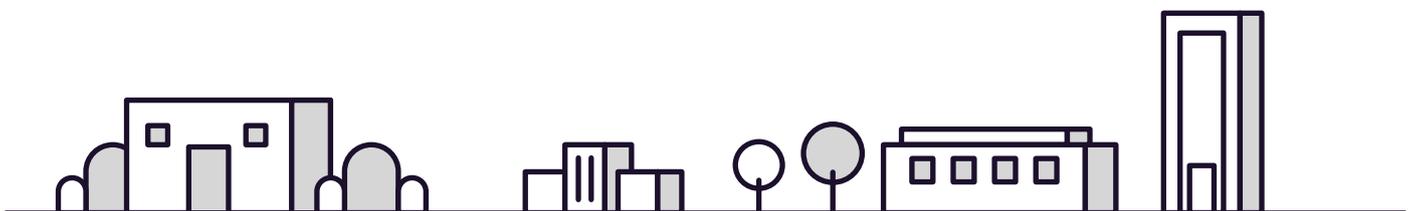


良いことだらけに見える、コンテンツマーケティングですが、もちろんデメリットもあります。

- 運用体制の構築が難しい
- 継続的な情報発信の必要性
- 成果が出るまでに時間がかかる



次のページからは、コンテンツマーケティングのデメリットについて、ひとつひとつ解説していき、解決方法もお伝えします。





ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの問題点

問題点①. 運用体制の構築が難しい

ひとつ目の問題点は、「運用体制の構築が難しい」という点です。

本格的にコンテンツマーケティングを始めようと思えば、

- ディレクター
- コンテンツ監修
- ライター
- デザイナー

といった専門家のチームが必要になります。

もちろん、WEBの運用に縁が遠かった企業や組織ほど、このようなチームが社内にはありません。

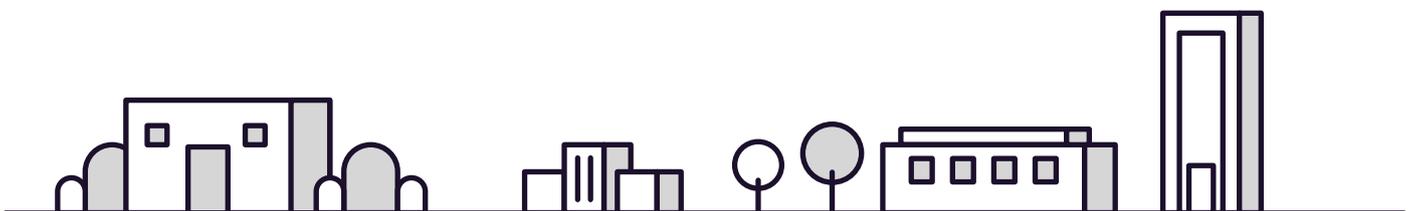
そこで、改めてチームを作るために

- 担当者を育成する
- 担当者を雇用する
- 担当者を外注する



といった選択をする必要が出てきます。

リソースがない組織ほど、導入にあたってハードルが高くなります。





ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの問題点

問題点②. 継続的な情報発信の必要性

次の問題点が「継続的な情報発信の必要性」です。

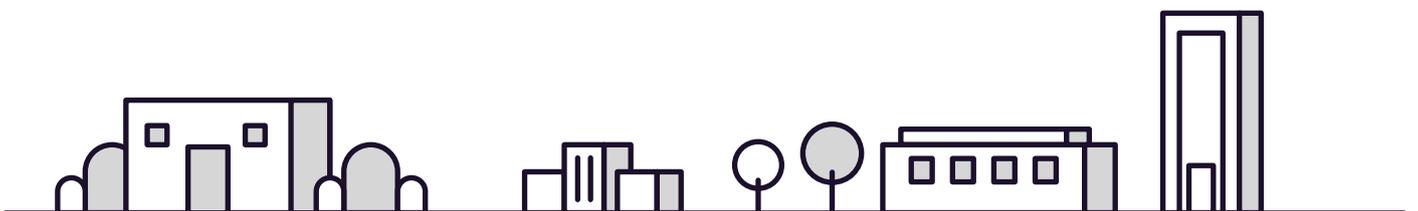
例えば、あなたがビジネスブログを立ち上げ、
ブログ記事を数記事公開したとしても、
認知されることはありません。



継続的に良質なブログ記事を公開することで、検索エンジンや見込み顧客に認知されるようになります。

もしも、継続的に運用できないのであれば、成果が出ることはありません。

お金を使ってリソースを確保するか、時間をかけて仕組みを構築するか、自社にあった方法を選びましょう。





ワードプレスを活用した コンテンツマーケティングの問題点

問題点③. 成果が出るまでに時間がかかる

最後に「成果が出るまでに時間がかかる」という点です。

これはあくまでも一般論ですが、新規のドメインでビジネスブログを立ち上げ、ブログ記事を公開しても、検索エンジンで上位表示されるまでに3ヶ月から半年はかかります。

また、手法自体が「見込み顧客を育成し、ファン化する」という手法なので、どうしても長期的な目線が必要になります。

例えば、あなたが

- 今すぐに売り上げを作りたい
- 瞬発力のある売り上げの作り方が好きだ



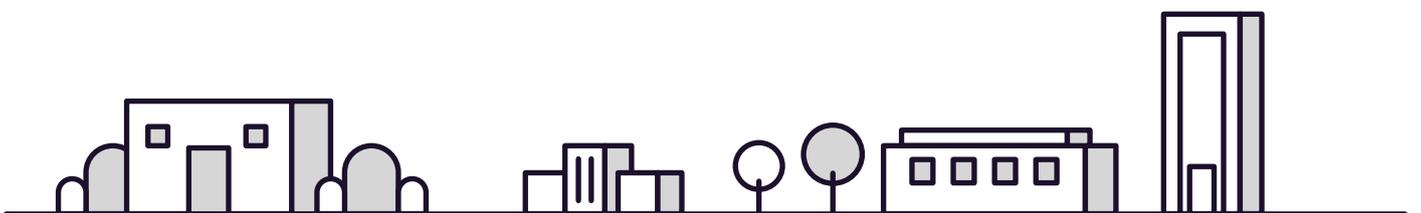
このように思っている場合は、そもそも相性が悪い手法になります。

畑で野菜を育てるような感覚で、成果が出るのを待てる方が、コンテンツマーケティングに向いている性格だと言われています。





弊社のコンサルティングサービス について





弊社のコンサルティングサービス について

サービスコンセプト & サービス内容

1. 単なるWordPressの指導ではなく、企画や戦略から提案できる

クライアント様の成果を出しやすくするためには、表面的なWEBのコンサルティングだけでなく、戦略や企画の段階から介入する必要があります。

弊社では、単なるサポートで終わらず、企画や戦略からのご提案も行います。

2. 企画→制作→分析・改善などを一括で指導いたします。

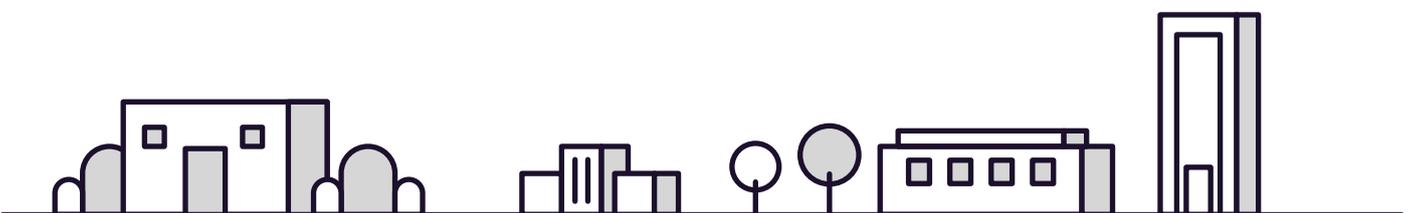
戦略の立案やサイトの制作はもちろんのこと、御社にリソースがない場合は、ライターの手配や改善ポイントの提案まで一括で行います。

3. みんなの役に立つことをすれば、必ず報われる

弊社がもっとも大切にしていることは、「みんなの役に立つことをすれば、必ず報われる」ということです。

弊社が提唱するライティング手法は、「ユーザーにとって価値のあるコンテンツを提供する」ということを体現した手法です。

それが成果につながっています。世の中にとって役に立つことをしたい！という弊社の想いにご共感される場合は、ぜひお手伝いをしたいと考えています。

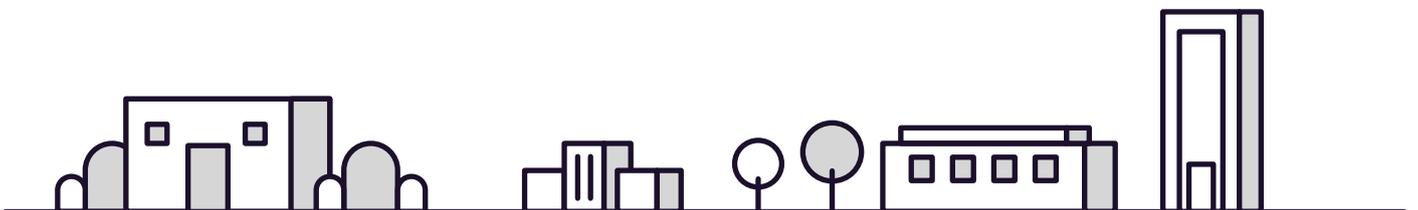




弊社のコンサルティングサービスについて

01	02	03	04
 戦略の立案	 サイトの立ち上げ	 SEO ライティングの指導	 分析と改善
<ul style="list-style-type: none">・ペルソナの設計・コンセプトの立案・カスタマージャーニーマップの作成・キーワード選定・コンテンツマップの作成・KGIとKPIの設定	<ul style="list-style-type: none">・ワードプレスの立ち上げのサポート・必須プラグインの設定のサポート・内部SEOのサポート・デザイン（見やすいレイアウト、クリエイティブ）の指導・サイト内のテキストのルール決定 <p>※サイトの制作のご依頼に関しては、別途料金を頂戴します。</p>	<ul style="list-style-type: none">・検索結果で上位表示し続けるSEOコンテンツの作成方法をお伝えします。・50記事で月間で100万PVを達成したノウハウを中心にお伝えします。	<ul style="list-style-type: none">・事前に設定しておいたKPIとKGIの達成具合の評価・達成度を元に、分析と改善案を仮説・改善案の実施・その後のPDCAの回し方をお伝えします。

サイトの制作やライティングの代行は、プランの中に含まれていません。
もしも、リソースがなく、ご依頼したい場合は、別途料金を頂戴いたします。
基本的には、自社でワードプレスを使ったコンテンツマーケティングができるようになるためのコンサルティングサポートです。





弊社のコンサルティングサービス について

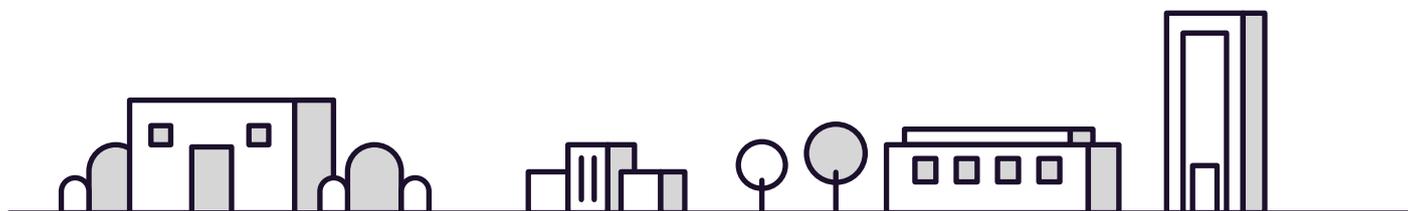
料金案内

業態	料金（目安）	期間と内容
従業員数 10 名以上の 法人様	¥ 3,000,000	半年間 月に 1 回の訪問とテレビ通話による ミーティング
従業員数 9 名以下の 法人様	¥ 1,200,000	半年間 月に 1 回の訪問とテレビ通話による ミーティング
個人事業主様	¥ 300,000	3 ヶ月間 月に 2 回のテレビ通話によるミーティ ング
開業前の方	¥ 200,000	3 ヶ月間 月に 2 回のテレビ通話によるミーティ ング

ワードプレスサイト制作（オプション）

業態	料金（目安）
法人様	¥ 1,000,000
個人事業主様 開業前の方	¥ 300,000

※価格は全て、税抜きとなっております。





弊社のコンサルティングサービス について

お申し込みからコンサルティングの開始まで

お問い合わせ

まずはお問い合わせフォームより、お気軽にお問い合わせ下さい。
担当者から、3営業日以内にご連絡させていただきます。

ヒアリング 無料個別相談

御社にお伺いするか、難しい場合はメール・スカイプなどであなた
のご要望や必要な制作物の詳細などをお聞かせ下さい。
見積もり提出後、内容にご納得いただいたら、契約書の締結に移り
ます。

契約締結

制作項目や請負金額が決まり次第、業務請負契約を締結させていた
だきます。
また、制作金額の支払い方法などのご相談にも応じます。
※一括でのお支払いが難しい場合、分割でもお支払いができます。
分割払いをご希望の場合、ヒアリング時に詳細をお聞かせください。

コンサルティング (制作)の開始

ヒアリングの際に打ち合わせをさせていただいた日程で、コンサル
ティングサポートをスタートします。
連絡はメールかチャットワークにて、ご対応させていただきます。

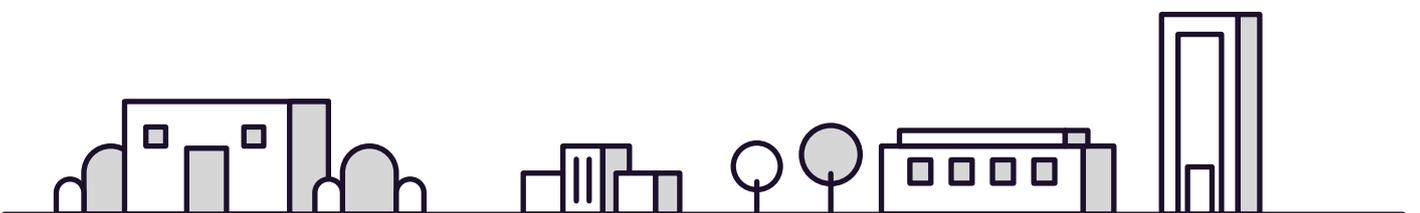
まずは、無料個別相談にお申し込みください。
毎月3社限定となっております。

[個別相談に申し込む](#)





おわりに





おわりに

最後まで資料をご覧いただきまして、ありがとうございました。

この資料は、

「これから WEB マーケティングを本格的に始めたい」

「0 からWordPressを使ったマーケティングを始めたい」

という方のために作成しました。

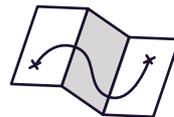


ここまでご覧いただいたあなたが、少しでも実践してみようと思えたのであれば、うれしいことこの上ありません。



今後はメールマガジンなどで、弊社のセミナーやイベントのご案内をさせていただきますので、ぜひお越しください。

今後ともよろしくお願いいたします。





無料個別相談のお知らせ





弊社では、WordPressを活用したコンテンツマーケティングを中心に、様々なWEBマーケティングをサポートさせていただいております。具体的な戦略の策定などには、料金をいただいておりますが、**毎月3社限定で無料相談を受け付けております。**

[個別相談に申し込む](#)

