



CARRY ME

「成果」から逆算する コンテンツマーケティング

成功に導く戦略設計とプロ活用ガイド

本資料の目的

- ✓ 「記事を書くこと」が目的化している現状の打破
- ✓ 事業成長に直結する戦略的な運用手順の提示
- ✓ 実働型プロ人材活用による投資対効果の最大化

【手順1：目的定義】「事業の何を解決するか」を定義する

記事作成の前にKGI・KPIの策定を

🔍 事業課題の特定

- 売上直結のリード獲得か、中長期の認知拡大かを選択。
- 「なんとなくブログを始める」を排除し、コンテンツが担うべき役割と最終ゴールを明確化する。
- ターゲットとなる顧客層の現状（潜在層・顕在層）を見極める。

📐 KGI・KPIの逆算設計

- 最終目標（売上・受注数）から逆算した中間指標（PV、CV、有効商談数）を策定。
- 投資判断の拠り所となる数値目標を言語化し、フェーズごとの達成基準を設ける。
- 担当者の感覚値ではなく、定量的なゴールを設定する。

KGIから各KPIへの分解ツリー構造（例：リード獲得目的）

KGI：売上目標

最終ゴール



受注数

成果指標



有効商談数

営業指標



リード獲得数 (CV)

Webサイト訪問数 (PV)

コンバージョン率 (CVR)

🟢 コンテンツで追うべき指標

【手順2：顧客理解】ターゲットの「不」を解剖する

顧客の悩みから逆算した導線設計

👤 ペルソナの深掘り

- ターゲットが検索窓に入力する「**真の悩み**」を特定する。
- 表層的な属性（年齢・役職）だけでなく、**意思決定を阻む「不安」**を言語化する。
- 「どんな言葉で検索し、どんな情報を求めているか」を徹底的に想像する。

✂ カスタマージャーニーの策定

- 認知から比較検討、成約に至る**心理変容プロセス**を可視化する。
- 各フェーズで顧客が求める情報の最適化を行い、適切なタイミングで記事を届ける。
- 点ではなく線で捉え、最終ゴールへの道筋を作る。

顧客の心理変容ステップ（ジャーニーマップ）

① 認知・興味



「業務効率化したい」「何かいい方法はないか」と漠然とした課題感を持つ

Key: お役立ち情報

② 情報収集



具体的な解決策やツールを検索し、基礎知識を得ようとする

Key: ノウハウ・解説

③ 比較・検討



複数サービスを比較し、自社に合うか、失敗しないかを見極める

Key: 比較表・事例

④ 意思決定



無料相談や資料請求を行い、最終的な発注先を決定する

Key: 信頼性・実績

【手順3：コンテンツ設計】 「勝てるキーワード」の選定

PV稼ぎではなく成約に近いキーワードを

🔍 検索意図の分析

- 単なる検索ボリューム（PV）ではなく、ユーザーの「**購買意欲**」の有無でキーワードを選別。
- 競合サイトを徹底分析し、大手メディアがカバーしきれていない「**勝てるスキマ（ニッチ）**」を特定する。
- 「知りたい」だけでなく「解決したい」検索意図を狙う。

⚔️ 自社の強みとの交差

- 他社には書けない**自社独自の専門知見（一次情報）**を積極的に盛り込む。
- 読了後に「この会社なら任せられる」と思わせる**独自性と信頼性**を担保する。
- 専門家の監修や実例を入れることで説得力を強化。

検索意図 × 商談近接度（購買意欲）のマトリクス

商談近接度	検索ボリューム・競合性	
	小	大
高	★ 狙い目ゾーン ボリューム小でも成約に近いKW (例: 「〇〇費用」「〇〇比較」)	激戦区 成約に近いが競合強く上位表示困難 (例: ビッグワード単体)
低	優先度 低 検索もされず成約にも遠い (マニアックすぎる用語など)	認知拡大ゾーン PVは稼げるが直近の成約には遠い (例: 「〇〇とは」「〇〇意味」)

【手順4：体制構築】「誰がやるか」が成否の9割

戦略と実働を両立させる最小最強チーム

👥 役割分担の明確化

- 戦略（PM）、編集（Editor）、執筆（Writer）の3役を配置する。
- 兼務は避け、社内リソースの限界を見極めた「餅は餅屋」の判断を行う。
- 特に「編集」の品質がコンテンツの成果を左右する。

🔄 外部プロの戦略的活用

- 内製に固執せず、専門知見を外部から柔軟に導入する。
- 固定費を抑えつつ、高品質なアウトプットを維持する仕組みを構築。
- 社内担当者は意思決定（PM）に集中できる環境を作る。

戦略と実働を分業する「最小最強チーム」体制図



【手順5：運用改善】公開をスタートラインにする

データに基づきコンテンツを資産へ

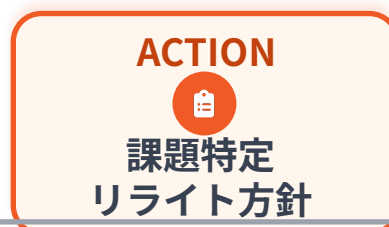
📊 効果測定とリライト

- 公開後の検索順位、読了率、離脱ポイントを定期観測。
- 情報の陳腐化を防ぐため、最新情報へのアップデートを行い記事の「鮮度」と「信頼」を維持する。
- 「書きっぱなし」は投資の無駄遣い。

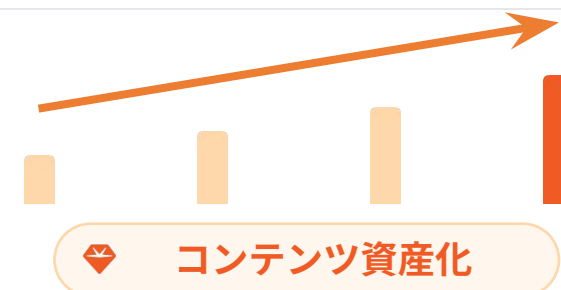
📈 CVRの最大化

- 資料請求や問い合わせへの導線（CTA）の最適化。
- テキストリンクかバナーか、配置場所は適切か、ABテストによる成約率の継続的な向上を図る。
- わずかな改善が、長期的な成果に直結する。

コンテンツ資産化のためのPDCA改善サイクル



継続的な改善ループ



導入事例：株式会社ポピンズシッター様

【事例①】Web集客2倍・指名検索3倍を実現

戦略的SEOとプロ人材活用によるリード獲得の成功例

◎ 課題と戦略的アプローチ



課題：潜在層へのリーチ不足

顕在層向けの広告だけでは獲得単価が高騰。
検索エンジンからの自然流入（SEO）が弱く、中長期的な資産となるコンテンツが不足していた。



解決策：「実働型プロ」による記事制作

SEOの専門知見を持つプロ人材をアサイン。
単なる記事量産ではなく、ユーザーの「真の悩み」に寄り添うコンテンツ設計とサイト構造の最適化を実行。

📈 定量的成果

🌐 Web集客数（セッション数）

2.0 倍 UP!

広告費を抑制しながら自然検索流入が急増



🔍 指名検索数（ブランド認知）

3.0 倍 UP!

「ポピンズシッター」での検索数が大幅増



導入事例：株式会社スマートキャンプ様

【事例②】半年でPV数2倍・1100万PV達成

専門領域での信頼性と量産体制の両立を実現

◎ 課題と戦略的アプローチ



課題：SaaS領域での記事量産

高い専門性が求められるB2B・SaaS領域において、記事の「質」を維持しながら「量」を担保できるリソースが不足していた。



解決策：専門知見を持つ「実働型プロ」

専門知見を言語化できるプロ人材をアサイン。
外部リソースを活用した制作体制を構築し、社内メンバーは企画・戦略に集中できる環境を整備。

㊄ 定量的成果

🔑 導入半年間で

2.0 倍
PV数が急成長

🔑 現在では

1,100 万PV
圧倒的なメディアへ成長

導入後のPV数成長推移イメージ



※数値はCarry Me導入事例に基づく

導入事例：小規模B2B企業

【事例③ 小規模B2B企業】 月10万～20万円の投資で激変

最小限のコストで利益を創出する

◎ 低リスクな導入戦略



正社員採用を見送り実働型プロをアサイン

採用コストと固定費リスクの高い正社員ではなく、即戦力のプロ人材1名に絞ってアサイン。
月額10万円台からの投資でスモールスタート。



自走型集客の土台構築

初期投資を抑えつつ、プロの知見で「勝てる」
集客導線を設計。
社内リソースを使わずに集客システムを構築。

㊦ 事業成長の加速

💰 最小限の投資コスト

月額 **10** 万円台～

広告費に頼らない持続的なリード獲得体制を実現



👤 オーナーの時間を解放

現場作業から **「経営」** へ

社長は意思決定に集中し、事業成長スピードが向上



コスト比較イメージ



正社員採用(年収)

大手代理店(月額)

実働型プロ(月額)

※投資額はプロジェクト内容により異なります

失敗しないための「体制選定チェックシート」

今のやり方が浪費かを確認

三 運用体制の健全性チェック

これらを満たしていない場合、見直しが必要です

Self Check

- ☐ 記事を書く「**目的（KGI）**」が明確か
- ☐ ターゲットの**検索意図**に基づいた設計か
- ☐ 戦略と実働を両立できる**プロ**が関わっているか
- ☐ 公開後の**数値分析**と**リライト**が行われているか
- ☐ 社長の時間が「**執筆**」に奪われすぎていないか

なぜCarry Meなのか？ —— 「戦略」と「実働」の両立

唯一無二の実働型プロ人材サービス

第3の選択肢

 代理店への丸投げでもなく、リスクのある正社員雇用でもない「**新常識**」。

 週1～2日から、御社のチームに「**プロの右腕**」が直接参画。

✓ 必要な時に必要な分だけリソースを確保

成果にコミットするプロ人材

 独自のスクリーニングを通過した**実力派マーケターのみ**が在籍。

 綺麗な戦略立案だけでなく、**現場の泥臭い実行まで**一気通貫で支援。

✓ 絵に描いた餅で終わらせない実行力

 まずは無料相談 >

結論：オーナーの時間を「経営」に取り戻すために

成長のための賢い「外部活用」を

📁 本資料のまとめ

- ✓ 記事作成を目的化せず、事業の**KGI・KPIから逆算**して戦略を設計する。
- ✓ 社内リソースに固執せず、**実働型プロ人材**の知見を借りて最短距離で成果を出す。
- ✓ 経営者は現場の作業を離れ、**意思決定と経営戦略**に集中する環境を作る。

NEXT ACTION

🗺 次のステップ

- > 現場の「書き作業」を卒業し、社長は意思決定に集中
- > 無料相談にて、貴社専用の戦略ポートフォリオを提案
- > 「資産」となるコンテンツ作りを今すぐスタート

💬 Carry Meに無料相談する