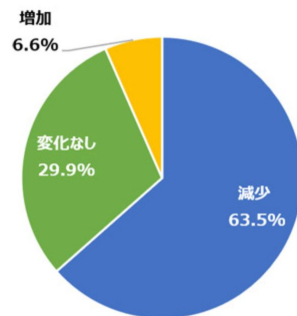


展示会やテレアポに代わる、
この2ヶ月の間に必須でやっておくべき
オンライン新規リード獲得手法

- ▶ 新型コロナウイルスの影響による企業の
リード獲得方法の変化

新型コロナウイルスによるマーケティング活動への影響

6割以上の企業で広告宣伝費が減少



【調査概要】

調査主体 : Grill

調査対象 : 企業のマーケティング・広告・広報担当者

調査人数 : 334名

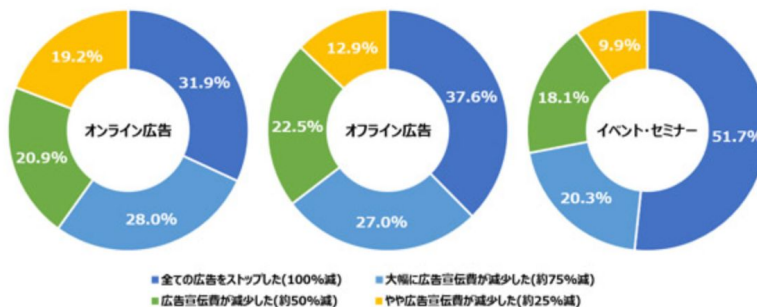
調査実施日 : 2020年4月29日～4月30日

調査方法 : Gunosyリサーチによるオンライン調査

引用: Markezine 5月11日記事

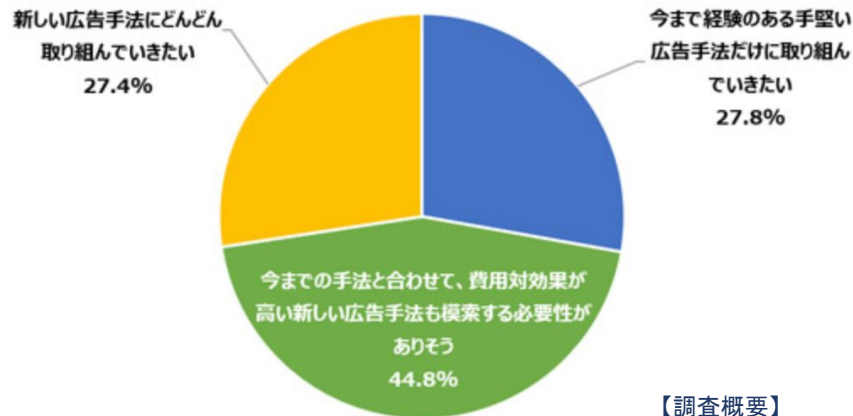
<https://markezine.jp/article/detail/33361>

特にオフラインのイベントの減少が目立つ



新型コロナウイルスによるマーケティング活動への影響

70%以上が新しい施策に取り組んでいきたいと回答



【調査概要】

調査主体 : Grill

調査対象 : 企業のマーケティング・広告・広報担当者

調査人数 : 334名

調査実施日 : 2020年4月29日～4月30日

調査方法 : Gunosyリサーチによるオンライン調査

引用 : Markezine 5月11日記事

<https://markezine.jp/article/detail/33361>

コロナ影響による変化と課題

リード獲得プロセスの大きな変化

オフラインの規制

- 展示会やイベントの延期・中止
- セミナーや勉強会ができない

オフィス不在

- テレアポが繋がらない
- FAX、DM、郵送物が不達
- 電車やタクシー広告のリーチ数減少

コロナ影響による変化と課題

withコロナ

緊急事態宣言の延長
展示会開催時期の見通しの立たない
オフィス不在の影響

afterコロナ

数年は影響を受けるという予想も
オフラインイベントの集客力の低下
見込み客企業の完全オンライン化

働き方 これからの変化

今まで

【リード獲得】
展示会・セミナー
テレアポ
飛び込み営業
FAX・DM

【働き方】
オフィスワーク
通勤

現在

【リード獲得】
展示会中止
テレアポ不達
商談のリスク
コロナ後に検討したい

【働き方】
限定的なリモートワーク

今後

【リード獲得】
オンラインでの発信
オンラインでの集客

【働き方】
オフィスを解約
完全リモートへ移行
通勤がなくなる

見込み客の行動の変化

見込み客への影響

オフラインで情報を受けとる機会が減少

見込み客の変化

ユーザーはネットから情報を収集

見込み客の行動の変化

見込み客の変化

検討するための基本情報をネットで収集

企業の対応

情報集段階からオンライン接点を持つ必要が高まった

利用していたツールをシフト

今までのリード獲得

展示会、テレアポ、セミナー
タクシー広告

オフラインで獲得

今後のリード獲得

SEO・SNS、ウェビナー
インターネット広告

オンラインでの獲得



営業・マーケ担当者

見込み客の行動の変化に合わせる

・ オンライン上での リード獲得の方法

集客から受注までをWEBで完結

WEBでリード獲得

SEO

SNS

WEBセミナー

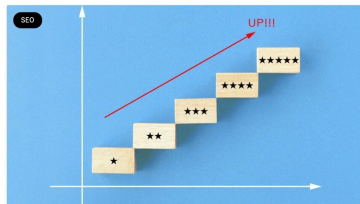
WEBで商談化

資料DL

ホワイトペーパー

無料サービス体験

検索の重要性



Googleにおける「検索順位」が持つ意味と順位決定ロジックの仕組み

2019年12月5日



【必見】アクセス数と上位表示の関係性！検索エンジンが順位を決めるまでの流れとは？

2019年12月3日

1 2 3 4 5 6 7

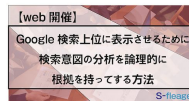


Google検索上位に表示させるために検索意図の分析を論理的に根拠を持ってする方法

無料診断

コンテンツ診断

お役立ち資料



- ・なぜコンテンツSEOが重要なのか
- ・コンテンツSEOの取り組み方
- ・Googleに評価されるコンテンツとは
- ・論理的に根拠を持って分析する方法
- ・どのような手順でコンテンツを制作していくのか

ダウンロード

SEOキーワードプランニングセミナー競合性が高い場合のKWの選定の仕方



- ・現在のGoogleのアルゴリズム
- ・なぜキーワード選定が重要なのか
- ・適切なキーワードの選定の仕方
- ・選定したキーワードをどのように検索順位を改善していくのか
- ・どのような手順でコンテンツを制作していくのか

ダウンロード

自社が保有の一次情報Webコンテンツ充実

自社サイトでのホワイトペーパーダウンロードや
オウンドメディアで情報発信を行い
顕在、潜在ユーザーとの接点を持つ

ウェビナー接点最大化

ウェビナー

展示会・テレアポに代わる

この2ヶ月の間に必須でやっておくべき
オンライン新規リード獲得手法

展示会やテレアポに代わる、この2ヶ月の間に必須でやっておくべき
オンライン新規リード獲得手法

SEO デジタルマーケティング Webマーケティング Google Analytics

2020/05/12(火)
15:00~16:00

Googleカレンダー iCSファイル

イベントに申し込む

【募集期間】
2020/04/23(木) 11:14 ~ 2020/05/12(火) 16:00

参加者 8人 / 定員15人

会場
オンライン

イベントに関するお問い合わせ

2020 04/27(月) 16:00~17:00 TECH PLAY	株式会社S-fleage  【web開催】SEOキーワードプランニングセミナー 一競争性が高い場合のKWの選定の仕方 SEO Webマーケティング デジタルマーケティング Google Analytics 12人 定員15人
2020 04/30(木) 16:00~17:00 TECH PLAY	株式会社S-fleage  オウンドメディア立ち上げ後すぐ90日間で Google検索上位に上げる3つの方法 SEO デジタルマーケティング Webマーケティング 14人 定員15人
2020 04/28(火) 15:00~16:00 TECH PLAY	株式会社S-fleage  【Web開催】構造化SEOでGoogle検索1ページ目 に表示させる方法 SEO Webマーケティング デジタルマーケティング Google Analytics 17人 定員20人

ウェビナーの企画テーマと開催数

ウェビナーの連日開催集客を行い露出を増やすことで、
ユーザーとの接点拡大

この2ヶ月すべきオンライン対策

現状

- ・会社情報
- ・製品情報
- ・サービス情報

これから

- ・コンテンツSEO
- ・オウンドメディア作成
- ・ホワイトペーパー作成
- ・1次情報コンテンツ作成
- ・企業サイト上コンテンツ充実

今までのような、会社情報や、製品情報だけを掲載したサイトの運営だけでなく
コンテンツの発信や、ホワイトペーパーの作成などサイトに ユーザーが訪れるための対策と、ユーザーが サイトのファンになってもらいサービスに興味を持ってもらうためのオンライン対策 が必須

BtoBマーケティングの受注プロセス



今まで展示会やテレアポで行われていた
「リード獲得」「ナーチャリング」は
オフラインからオンラインへと間違いなく変化していく

SEOでの集客対策

SEO

Googleなどの検索から
サイトへの訪問を獲得
オンライン集客

ユーザーが検索

SEO 京都

京都でSEO対策をしてくれる会社を探している



検索結果面

京都のSEO会社を表示

京都でSEO対策をしてくれる会社を探している着込み客がサイトを訪問

検索結果から集客



SEO 京都



すべて ニュース 画像 ショッピング 動画 もっと見る 設定 ツール

約 5,700,000 件 (0.41 秒)

広告・www.final-seo.jp/ 0120-173-176

SEO専門会社 | FINAL SEO | final-seo.jp

お客様のサイトを徹底分析、修正が必要な点を明確に割り出します。カンタン30秒でお問合わせ、上位化実績に自信・まずはお気軽にご相談、広告主からオファーが可能、お電話での受付も対応中・SEO一筋10年以上・費用対効果抜群。

電話・メールで・¥0・お問い合わせください・もっと見る

料金

サイト調査を行った上でのお見積り
FINAL SEOは事前調査から

実績とお喜びの声

ご利用頂いたお客様の実績をご紹介します
成果がでたからこそお喜び頂きました

AD

広告・www.elplanning.co.jp/

ホームページのSEO対策なら | SEO対策のプロ集団にお任せ

「SEO対策で成果が出て売上が伸びた」とのお声をたくさん頂いております。ご相談は完全無料です。PV数約273%アップの実績あり！ペナルティ競合比較調査実施・ご相談完全無料・対策キワー

広告・seo.tai-saku.jp/seo対策会社/電話相談可

SEO対策の優良会社をご紹介します | 無料

厳選したSEO対策会社をご紹介します！SEO対策でお困りの方はこちら。満足度96%。

webss.jp

SEO研究室 | 京都のSEO・コンテンツマーケティングならS-fleage

株式会社S-fleageは、web集客支援サービスを展開しております。ゼロからSEO対策を自社内でを行い、サービス化しました。本サイトでは、自社のSEO・コンテンツマーケティングに関する情報を発信します！

gatherlink.com > marketing > seo

SEO RABBIT (SEO対策) | 京都の株式会社ギャザーリンク HP制作

京都以外の方もお気軽にお問い合わせください。SEO対策費用(月間) = 対象キーワード数 × 10位以内に表示された日数 × 〇〇円 (お見積り額)

「SEO 京都」で
SEO対策し、1位で
表示に成功

オンラインのリード獲得強化を支援する会社

質の高いリードを獲得しつつ、量も追う。
一見矛盾する難題を弊社ナレッジを活用し、真摯に向き合い解決へ導きます。

S-fleageが選ばれる 3つの強み

S-fleage (エスフレージ) がSEO対策で他社に負けない強みは3つあります。



Feature01

的確な戦略設計

自然検索流入を増やすには上位表示は必



Feature02

プラン内容に柔軟な対応

SEO対策と一見、目的も、その目的や



Feature03

最先端SEO知識を組み合わせた分析力

Googleのアルゴリズムは日々変化し続け

検索結果面から、流入したユーザーに
自社のサービス内容を訴求するページが目につくように
コンテンツを配置(弊社サイトではTOPページが該当)する
ことで、訪れたユーザーに自社サービスを認知させる
ことに成功

SEOでの集客

SEOコンテンツマーケティング

知りたい情報を提供
サイトを訪問してくれる
オンライン集客

ユーザーが訪問

SEO 外注

SEOを外注するために必要な情報を
調べたい



検索結果面

外注の費用や相場など
お役立ちコンテンツを表示

SEOを外注するために必要な情報を
提供。見込み客がサイトを訪問

集客からリード獲得



SEO 外注

webss.jp > SEO ▾

SEO対策を外注する際にかかる費用はいくらくらい？基本から会社...

2020/04/21 - 検索結果の順位をあげるために必要なSEO対策の外注を検討している方は多いですが、今回の記事では、外注にかかる費用や具体的な料金形態などを詳しくご紹介しています。記事を参考にすれば、SEO対策を外注する際の費用予算が組み...

find-a.jp > seo-content > seotaisaku-gaichuu ▾

SEO対策を外注する価格・相場：S

SEO対策を外注に依頼する前に、価格相場や実際の疑問点やメリット・デメリットについてご説明。SEO対策を外注に依頼する... SEOサービスの施

www.lancers.jp > sharebiz ▾

【5分で分かる】SEO対策の基本から外注までわかりやすく丁寧に...

2018/06/27 - それでは、SEO対策の基本と外注のメリットについて詳しくご紹介いたします。目次、SEO対策の基本は？ SEOの内部対策と外部対策について；SEOの内部対策はどう... SEO対策の基本は？・SEOの内部対策はどうやるの？・SEOの外部対策はどうやるの？

www.lancers.jp > sharebiz ▾

SEO対策費用の相場はどのくらい？どんな方法がある？ | 外注...

2018/06/27 - SEO対策費用の相場 SEO対策に用いられる方法として、「内部対策」はもちろんですが近年多いのが「外部対策」と「コンテンツマーケティング」です。どちらもインターネット検索結果に大きな影響を与える手法であり、対策如何によっては現在の...

emma.tools > ホーム > SEO ▾

SEO対策の費用と料金相場は？業種別に完全解説【2019年最新】

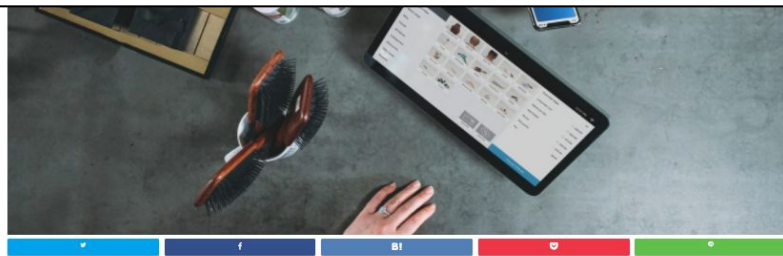
SEO業者への外注は「会社の種類」を知ることが鍵に移動 - SEO業者への外注は「会社の種類」を知ることが鍵。SEOを自分で対策したり、独学で学ぶ方法もあります。しかし、なかなか検索パフォーマンスが改善しないようだと、...

成果報酬型SEO対策・SEO対策の費用・料金相場...ライターに記事コンテンツ...

digital-marketing.jp > ... > SEO > SEO記事一覧 ▾

SEO会社に外注するなら知っておきたい SEOパートナーの選び方

「SEO 外注」で
SEO対策し、1位で
表示に成功



SEOの外注を検討していると、SEOを外注した際の費用相場などわからないという場合があります。

今回は、SEOの外注を検討している方へ向けて、外注の費用相場や料金形態などををご紹介します。

SEOの外注をご検討している方の参考になれば...

SEOとは

SEOは『Search Engine Optimization』の略文

Googleなどで検索をかけた際に、サイトが上位

SEOは、サイトのPV数やCV数をあげる際に重

関連記事：SEO対策で検索上位にするための方

SEOは自分でできる

SEOは、自分で行

しかし、「PV数やC

個人でやるSEOには

関連記事：WEBマ

外注する際のSEO

検索結果面から、流入したユーザーに
検索意図を満たすようなコンテンツを提供
さらに、自社の料金設定や自社のサービス情
報も記載、申し込みの導線も確保
サービス認知と、リード獲得対策に成功

コンテンツ

オンライン無料セミナー

資料ダウンロード

お問い合わせ

お問い合わせ

Analysis

SEOに関する課題点などを
無料で分析

Contact

サービスに関する相談・お問い合わせ

Web seminar

webマーケティングに関する
オンラインセミナーを開催

Document

SEO関するお役立ち資料をDL

お申し込みフォーム最適化

必須	お問い合わせ種類	<input checked="" type="radio"/> SEOでの集客を増やしたい <input type="radio"/> コンテンツ制作を依頼したい <input type="radio"/> その他
必須	企業名	<input type="text" value="企業名"/>
任意	部署	<input type="text" value="部署"/>
任意	役職	<input type="text" value="役職"/>
必須	氏名	<input type="text" value="氏名"/>
必須	電話番号	<input type="text" value="03-1234-1234"/>
必須	メールアドレス	<input type="text" value="sample@sample.com"/>
必須	お問い合わせ内容	<input type="text" value="お問い合わせ内容"/>

営業が架電するために
必要な情報を獲得できる
ように、サイト内の申し
込みフォームを
最適化

オンライン上で十分な
リード獲得と
商談獲得が可能に。

お礼メールや架電で商談獲得

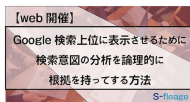


Google検索上位に表示させるために検索意図の分析を論理的に根拠を持ってする方法

無料診断

コンテンツ診断

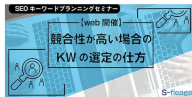
お役立ち資料



- ・なぜコンテンツSEOが重要なのか
- ・コンテンツSEOの取り組み方
- ・Googleに評価されるコンテンツとは
- ・論理的に根拠を持って分析する方法
- ・どのような手順でコンテンツを製作していくのか

ダウンロード

SEOキーワードプランニングセミナー 競合性が高い場合のKWの選定の仕方



- ・現在のGoogleのアルゴリズム
- ・なぜキーワード選定が重要なのか
- ・適切なキーワードの選定の仕方
- ・選定したキーワードをどのように検索順位を改善していくのか
- ・どのような手順でコンテンツを製作していくのか

ダウンロード



お問い合わせ

無料診断

コンテンツ診断

お役立ち資料

構造化SEOでGoogle検索上位1ページ目に
上げるためのサイト無料診断・分析

毎月10社限定

診断を依頼する (無料)

当社所属ストラテジストが分析を担当
サイト効果引き上げ可能性を無料で診断

資料DL・申し込み直後に
架電・メールしリード獲得、商
談獲得できるように
資料のDLなどには会社情報
の入力フォームを設置

・ オンラインリード獲得の
かなめ
オウンドメディアの
立ち上げ方

オウンドメディアはオンラインでの
新規リード獲得の”かなめ”

集客の軸はSEOコンテンツ

オウンドメディアのマーケティング

オンライン集客

- ・SEO
- ・オウンドメディア制作
- ・Webコンテンツ制作
- ・Web広告運用

リード獲得 & ナーチャリング

- ・お役立ち資料
- ・体験版導入
- ・メール
- ・架電








有名なBtoBオウンドメディア

- ・株式会社キーエンス「[バーコード講座](#)」
- ・クラウド会計ソフト freee「[経営ハック](#)」
- ・東海バネ工業株式会社「[ばね探訪](#)」

マーケティング支援ツール

- | | |
|-------------|-------------|
| ・Senses | ・ahrefs |
| ・Salesforce | ・キーワードプランナー |
| ・HubSpot | ・GRC |

オウンドメディアのカスタマージャーニー

顧客フェーズ	認知		情報収集	比較・検討	購入・お申込み
行動	 自然検索		 指名検索	 問い合わせ	 購入
	 SNS		 サイト訪問	 資料請求	 申し込み
心理	・〇〇について事前情報を 知りたい ・選び方や、知っておくことを 身につけたい		・〇〇社の製品を知りたい ・〇〇社の特徴について知 りたい	・サービスを詳しく知りたい ・何社かで比較しよう	・〇〇社に決めよう
コンテンツ	SEOコンテンツ			ホワイトペーパー	オンライン商談
	インターネット広告	自社HP		LP	
	SNS広告	ダウンロードコンテンツ			メルマガ

カスタマージャーニーマップを元に、顧客フェーズに沿ったページや、コンテンツの発信、DL資料の充実を行なっていく必要がある

オウンドメディアの作成

オウンドメディア
立ち上げ

SEO
戦略設計

コンテンツ
内部施策

ランキング
ドメインビルド

集客達成！
リード獲得へ

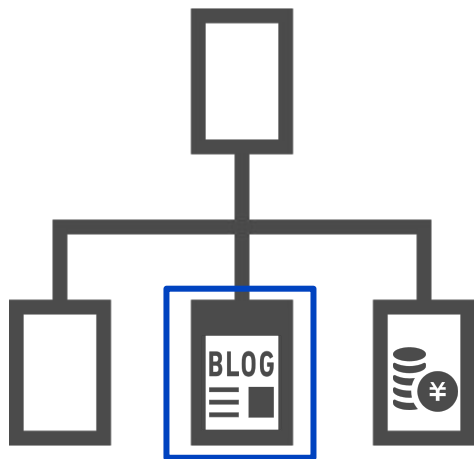
リード獲得するオウンドメディアに
必要なSEOコンテンツ

キーワードプランニング

- ・CVIに貢献するKWか
- ・見込み客を拾えているか
- ・顕在層は獲得できているか
- ・潜在層と接点を持つことができるか

サイトの専門性や網羅性が評価され
総合的に順位が上昇
自然検索流入が増加

オウンドメディアの立ち上げ方



まずは現在のサイト内で運営

- ・2階層目にコンテンツ用のページ(オウンドメディア)を作成
- ・別階層にその他(問い合わせフォームや資料DLページなど)を作成

2020年5月5日のコアアルゴリズムアップデート
企業メインサイトが評価される傾向へ

- ・ オウンドメディア運営で
重要なコンテンツの作成
方法

CVに貢献するKWか否か
(売上、目的、問い合わせなど)

- ・見込み顧客が検索するキーワードを検索意図から選定

自社のリソースで検索順位を改善
ことができるか否か

- ・購入後に調べる検索キーワードではないか確認を行う

コンテンツを製作することによって
検索順位改善できるか否か

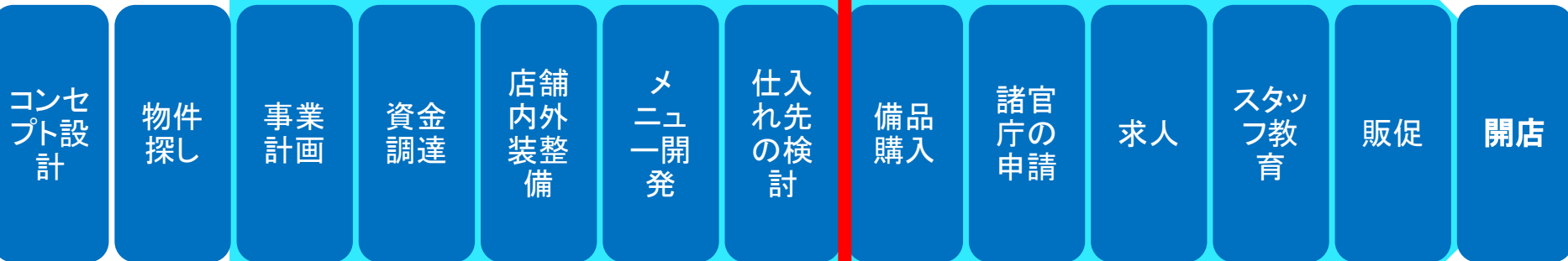
- ・競合の状況によっては、検索順位を改善するために、自社のリソース以上のものが必要になることがある

- ・検索キーワードによって、ユーザがコンテンツを求めている場合とそうではない場合がある

発信するコンテンツのキーワードを選定する
ことがとても重要

飲食店向け仕入れ業者様の場合
ターゲット: 新規で開店する飲食店経営者

新規で開店する飲食店経営者の開店までの流れ



見込み顧客の検索フェーズで接点を作る

検索キーワードに合わせコンテンツを製作

この先とユーザは売上につながる可能性は低い

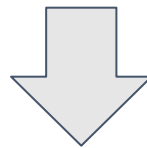
SEOコンテンツ作成

検索結果などから検索意図を分析

ユーザはこんな
情報を求めている
のだろうな....



自社のサービスや
強みも訴求



ユーザーの検索ニーズを満たした
自社サービスを認知させる
コンテンツ



コンテンツマーケティング担当者

コンテンツ作成



サイトやブログを運営していると、自分のサイトやページをいくら更新しても、検索上位に表示されない、という経験をすることがあるかと思います。

そういった方は「Google検索で上位表示されない原因を知りたい」、「Google検索で上位表示される方法を知りたい」このように感じているのではないのでしょうか？

そこで、今回はGoogle検索で上位表示されないケースと原因や対策方法についてのポイントをご紹介します。

【完全予約制】無料SEO相談会はこちらから

検索順位が上がらない代表的な原因

ここでは**検索順位が上位化されない要因**や、失敗ケースを紹介していきます。

一般的に検索順位が決まる要因には、200個以上の要素が存在すると言われています。しかし、200個全てを意識するのは難しいですし、効率がいいとはいえません。ですので、200個の要因の中でも、サイト運営者にありがちな代表的な要因に絞って紹介します。

○ユーザーの利便性を考慮したコンテンツ作成ができていない

1つ目は、基本的な問題として、ユーザーの利便性を考慮したコンテンツが作成できていないということです。Googleは、ユーザーの利便性を第一に考えたコンテンツを求めています。ユーザーが不便だと感じるようなサイトや記事は、上位表示されにくいのです。

○Googleからペナルティを受けている

もう1つの要因は、Googleからペナルティを受けたことで、検索順位が下がっているということです。簡潔にいうと、Googleからあなたのサイトが有害だという評価を受けると検索順位が下がります。1度ペナルティを受けると、上位表示するのは難しいです。

ユーザーの利便性を考慮したコンテンツ作成ができていない

KW: Google検索 上位に来ない の検索意図

- 上位に来ない原因を知りたい
- 原因を解決する方法を知りたい
などなど

検索意図を満たすコンテンツを作成

ユーザーの知りたい情報を適切に
提供
検索順位の上位表示が可能

現在検索順位1位を取得中

コンテンツ作成

<https://webss.jp/the-reason-why-not-ranking/>

19 headings

<h1> 【理由】Google検索で上位にこない理由は？原因と改善策を紹介！

<h2> 検索順位が上がらない代表的な原因

<h2> ユーザーの利便性を考慮したコンテンツ作成ができていない

<h3> ユーザーにとって役に立たないコンテンツの作成

<h3> Googleの理念を理解しよう

<h2> Googleからペナルティを受けている

<h3> ペナルティの事例

<h3> ペナルティの確認方法

<h2> 番外編1 トップページだけが上位表示されない原因

<h2> 番外編2 狙ったページと違うページが上位表示される原因

<h2> まとめ

<h2> 【必見】アクセス数と上位表示の関係性！検索エンジンが順位を決めるまでの流れとは？

<h2> 301リダイレクトがわかる！SEO効果と設定方法

<h2> SEOで苦戦しているあなたが読むべき記事構成の重要性和組み立て方法

<h3> ネット広告の種類と費用について解説、最も効果的な広告を教えます。

<h3> 【理由】Google検索で上位にこない理由は？原因と改善策を紹介！

<h3> 英語でのSEOにおけるチェックポイント13選！

<h3> 完全予約制の個別SEO相談会 SEO相談の前に知っておくべきこと

<h3> 【急ぎ焦りNG】Web担当がSEO対策の見積依頼前に持つべき心得



SEOコンテンツ

サービス

無料資料ダウンロード

SEO無料分析のお申し込み



コンテンツマーケティングとは？具体的な手法とともに紹介...



SEOキーワードの効果的な決め方はコレ！



SEO順位をチェックできるツール12選をご紹介します！



CVRの計算方法を理解して正しい目標設定を！CVRの基礎...



SEO対策会社を選ぶ際のポイントとは？【具体的な選び方...

最新記事

SEO

Webマーケティング

用語集

コンテンツマーケティングのご相談はこちら

キーワードに合わせた見出しを設定

見出しはSEOにとって重要な順位決定の要素

検索意図を満たす必要な要素・情報をタグでGoogleに伝える



オウンドメディアを育てオンラインで新規リード獲得へ

弊社では無料で自社サイトのSEO分析を実施しております。

内部施策の改善案 - タイトルタグ・メタディスクリプション



titleタグ	メタディスクリプション
1. 株式会社S-fleage 2. S-fleage株式会社 3. S-fleage株式会社 4. S-fleage株式会社 5. S-fleage株式会社 6. S-fleage株式会社 7. S-fleage株式会社 8. S-fleage株式会社 9. S-fleage株式会社 10. S-fleage株式会社 11. S-fleage株式会社 12. S-fleage株式会社 13. S-fleage株式会社 14. S-fleage株式会社 15. S-fleage株式会社 16. S-fleage株式会社 17. S-fleage株式会社 18. S-fleage株式会社 19. S-fleage株式会社 20. S-fleage株式会社 21. S-fleage株式会社 22. S-fleage株式会社 23. S-fleage株式会社 24. S-fleage株式会社 25. S-fleage株式会社 26. S-fleage株式会社 27. S-fleage株式会社 28. S-fleage株式会社 29. S-fleage株式会社 30. S-fleage株式会社 31. S-fleage株式会社 32. S-fleage株式会社 33. S-fleage株式会社 34. S-fleage株式会社 35. S-fleage株式会社 36. S-fleage株式会社 37. S-fleage株式会社 38. S-fleage株式会社 39. S-fleage株式会社 40. S-fleage株式会社 41. S-fleage株式会社 42. S-fleage株式会社 43. S-fleage株式会社 44. S-fleage株式会社 45. S-fleage株式会社 46. S-fleage株式会社 47. S-fleage株式会社 48. S-fleage株式会社 49. S-fleage株式会社 50. S-fleage株式会社 51. S-fleage株式会社 52. S-fleage株式会社 53. S-fleage株式会社 54. S-fleage株式会社 55. S-fleage株式会社 56. S-fleage株式会社 57. S-fleage株式会社 58. S-fleage株式会社 59. S-fleage株式会社 60. S-fleage株式会社 61. S-fleage株式会社 62. S-fleage株式会社 63. S-fleage株式会社 64. S-fleage株式会社 65. S-fleage株式会社 66. S-fleage株式会社 67. S-fleage株式会社 68. S-fleage株式会社 69. S-fleage株式会社 70. S-fleage株式会社 71. S-fleage株式会社 72. S-fleage株式会社 73. S-fleage株式会社 74. S-fleage株式会社 75. S-fleage株式会社 76. S-fleage株式会社 77. S-fleage株式会社 78. S-fleage株式会社 79. S-fleage株式会社 80. S-fleage株式会社 81. S-fleage株式会社 82. S-fleage株式会社 83. S-fleage株式会社 84. S-fleage株式会社 85. S-fleage株式会社 86. S-fleage株式会社 87. S-fleage株式会社 88. S-fleage株式会社 89. S-fleage株式会社 90. S-fleage株式会社 91. S-fleage株式会社 92. S-fleage株式会社 93. S-fleage株式会社 94. S-fleage株式会社 95. S-fleage株式会社 96. S-fleage株式会社 97. S-fleage株式会社 98. S-fleage株式会社 99. S-fleage株式会社 100. S-fleage株式会社	1. 株式会社S-fleage 2. S-fleage株式会社 3. S-fleage株式会社 4. S-fleage株式会社 5. S-fleage株式会社 6. S-fleage株式会社 7. S-fleage株式会社 8. S-fleage株式会社 9. S-fleage株式会社 10. S-fleage株式会社 11. S-fleage株式会社 12. S-fleage株式会社 13. S-fleage株式会社 14. S-fleage株式会社 15. S-fleage株式会社 16. S-fleage株式会社 17. S-fleage株式会社 18. S-fleage株式会社 19. S-fleage株式会社 20. S-fleage株式会社 21. S-fleage株式会社 22. S-fleage株式会社 23. S-fleage株式会社 24. S-fleage株式会社 25. S-fleage株式会社 26. S-fleage株式会社 27. S-fleage株式会社 28. S-fleage株式会社 29. S-fleage株式会社 30. S-fleage株式会社 31. S-fleage株式会社 32. S-fleage株式会社 33. S-fleage株式会社 34. S-fleage株式会社 35. S-fleage株式会社 36. S-fleage株式会社 37. S-fleage株式会社 38. S-fleage株式会社 39. S-fleage株式会社 40. S-fleage株式会社 41. S-fleage株式会社 42. S-fleage株式会社 43. S-fleage株式会社 44. S-fleage株式会社 45. S-fleage株式会社 46. S-fleage株式会社 47. S-fleage株式会社 48. S-fleage株式会社 49. S-fleage株式会社 50. S-fleage株式会社 51. S-fleage株式会社 52. S-fleage株式会社 53. S-fleage株式会社 54. S-fleage株式会社 55. S-fleage株式会社 56. S-fleage株式会社 57. S-fleage株式会社 58. S-fleage株式会社 59. S-fleage株式会社 60. S-fleage株式会社 61. S-fleage株式会社 62. S-fleage株式会社 63. S-fleage株式会社 64. S-fleage株式会社 65. S-fleage株式会社 66. S-fleage株式会社 67. S-fleage株式会社 68. S-fleage株式会社 69. S-fleage株式会社 70. S-fleage株式会社 71. S-fleage株式会社 72. S-fleage株式会社 73. S-fleage株式会社 74. S-fleage株式会社 75. S-fleage株式会社 76. S-fleage株式会社 77. S-fleage株式会社 78. S-fleage株式会社 79. S-fleage株式会社 80. S-fleage株式会社 81. S-fleage株式会社 82. S-fleage株式会社 83. S-fleage株式会社 84. S-fleage株式会社 85. S-fleage株式会社 86. S-fleage株式会社 87. S-fleage株式会社 88. S-fleage株式会社 89. S-fleage株式会社 90. S-fleage株式会社 91. S-fleage株式会社 92. S-fleage株式会社 93. S-fleage株式会社 94. S-fleage株式会社 95. S-fleage株式会社 96. S-fleage株式会社 97. S-fleage株式会社 98. S-fleage株式会社 99. S-fleage株式会社 100. S-fleage株式会社

S-fleageからのご提案

- コメント〇〇〇〇
- コメント〇〇〇〇



Copyright © 2019 S-fleage Inc. All Rights Reserved | 18

外部施策の改善案 - スクリーニングと被リンクの獲得



S-fleageからのご提案

- コメント〇〇〇〇
- コメント〇〇〇〇



Copyright © 2019 S-fleage Inc. All Rights Reserved | 19

- 弊社のSEOコンサルタントが貴社サイトのSEO状況を分析して、資料にまとめさせていただきます。
- SEO内部施策の状況
- 競合他社とのSEO比較
- 順位が上がっていない要因の特定など

お申し込みを希望の方は <https://webss.jp/analytics/> へ

相談会、セミナー行っています

オンラインにおける
リード獲得強化の相談

オウンドメディア立ち上げ
運用軌道化の相談

BIGワード SEO
テールワード SEO

気軽にご相談下さい。
ディスカッションベースで今の課題発見や今後の
打ち手方向性を一緒に見つけるお手伝いをします。

詳しくはこちらから、<https://techplay.jp/event/779814>

▶ S-fleage について

キーワードを論理的に分析し、上げるべきキーワードを
平均120日で上げるGoogle検索領域に強い会社です。

**SEOは感覚ではなく、
論理的に分析し、論理的に戦略を実行することで上げられます。**

SEO対策でよく言われる言葉に、「Googleのアルゴリズムはブラックボックス」があります。このために実施している施策が本当に効果があるのか、またはやるべき施策は本当にこれで当たっているのかが不明瞭なままで対策が行われ続けます。その結果、時間をかけた割には順位の変化がなかったということが頻繁に起こり、SEOはやっていることが不明瞭だ、という感覚を持たれる企業様が多いです。

しかしSEOは論理的に説明ができます。そしてやるべきことを論理的に示すことができ、平均120日で上げるべきキーワードを上げることが可能です。

1

Strategy

明確な実施すべきSEO戦略の提示

何をやるべきなのか、なぜそれをやるべきなのか、それをやることでどんな結果になるのか。
全ての項目において抽象化せず、全て具体的に提示を致します。

2

Management

綿密なプロジェクト管理。企業ご担当者様の負担を軽減

私たちは属人的な管理に任せるのではなく、プロフェッショナルとしての組織力でプロジェクトを管理し、お客様のご負担を限りなく減らします。お客様が本来リソースをかけるべき領域に集中して頂ける環境を作ります。

会社概要



2016年2月に京都で設立、2017年4月から訪日外国人向け舞妓お座敷体験サービス”Enchanted time with Maiko”の運営を開始致しました。

このサービスの集客施策としてSEOに取り組み、予約サイトのPVを立ち上げから6か月で12万PVまで伸ばしました。このナレッジを活かしてクライアント様のSEO対策のお手伝いをさせて頂いております。

社名 株式会社S-fleage(エスフレイジ)

設立 2016年2月

代表 代表取締役 CEO 永井雄一

資本金 1,000,000円

事業内容

- ・ Webマーケティング集客支援事業
- ・ コンテンツSEO事業

本社所在地 〒604-0022
京都市中京区御池之町324-1 御池幸登ビル 7階

代表紹介



京都大学大学院
経営管理教育部(MBA)在学

株式会社S-fleage 代表取締役CEO 永井雄一

- ・ 1983 - 滋賀県草津市生まれ・京都市在住
- ・ 2008 - 株式会社USEN 入社
- ・ 2011 - 株式会社サイバーエージェント
インターネット広告事業本部 入社
- ・ 2016 - 株式会社S-fleage 設立

大学生時代にインターネット産業に興味を持ち、新卒ではUSENのGyao(現Yahoo保有)サービスに携わりたいと思い、株式会社USENへ入社を決めました。その後、株式会社サイバーエージェントに転職をし、国内大手企業様を中心にWebマーケティングの戦略立案・実行の支援を行い続けてきました。2016年には株式会社S-fleageを設立し、現在エスフレイジはWebマーケティング領域、特にGoogle検索領域で企業様のご支援をさせて頂いております。

大手訪日メディアにおいてSEO関連記事の寄稿

大手訪日メディア“訪日ラボ”にWeb集客の取り組みについてまとめた記事を寄稿し、Webマーケティングを活用したインバウンドマーケティングナレッジを惜しみなく公開しております。

インバウンドビジネス総合メディア【訪日ラボ】

- ▶ インバウンド担当者・訪日マーケティング担当者向けの訪日外国人に関するニュースやデータを毎日配信



<https://honichi.com>



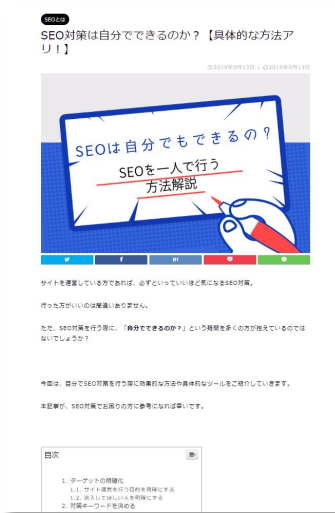
▲S-fleageの執筆記事

S-fluageオウンドメディアのご紹介 - SEO研究室

SEO研究室では基本的知識、Googleアップデートのトレンド、SEO対策に関するテクニックやナレッジ等のコンテンツを発信しています。

S-fluage 運営: SEO・コンテンツマーケティング情報メディア【SEO研究室】

- 自社のSEO・コンテンツマーケティングに関する情報を発信しています。



<https://webss.jp>