

ウェビナーはコンテンツを生み出す宝箱！！！！

少リソース・低コストで成果を上げる ウェビナーコンバートとは??

コンバート事例を8つご紹介



01. マーケティングにおける課題を解決する「コンテンツコンバート」とは
02. コンテンツコンバートにおける宝箱「ウェビナー」
03. ウェビナーコンテンツ コンバートパターン全体図
04. ウェビナーコンテンツ コンバート事例を8つご紹介
05. ウェビナーコンバートのポイント「作って終わりにしない」
06. まとめ
07. 導入事例_事例紹介
08. 会社概要・お問い合わせ

マーケティング・集客におけるコンテンツ制作について、以下のような課題はありませんか？

01



沢山のコンテンツを作りたいが、
作るリソース・コストが足りない

02

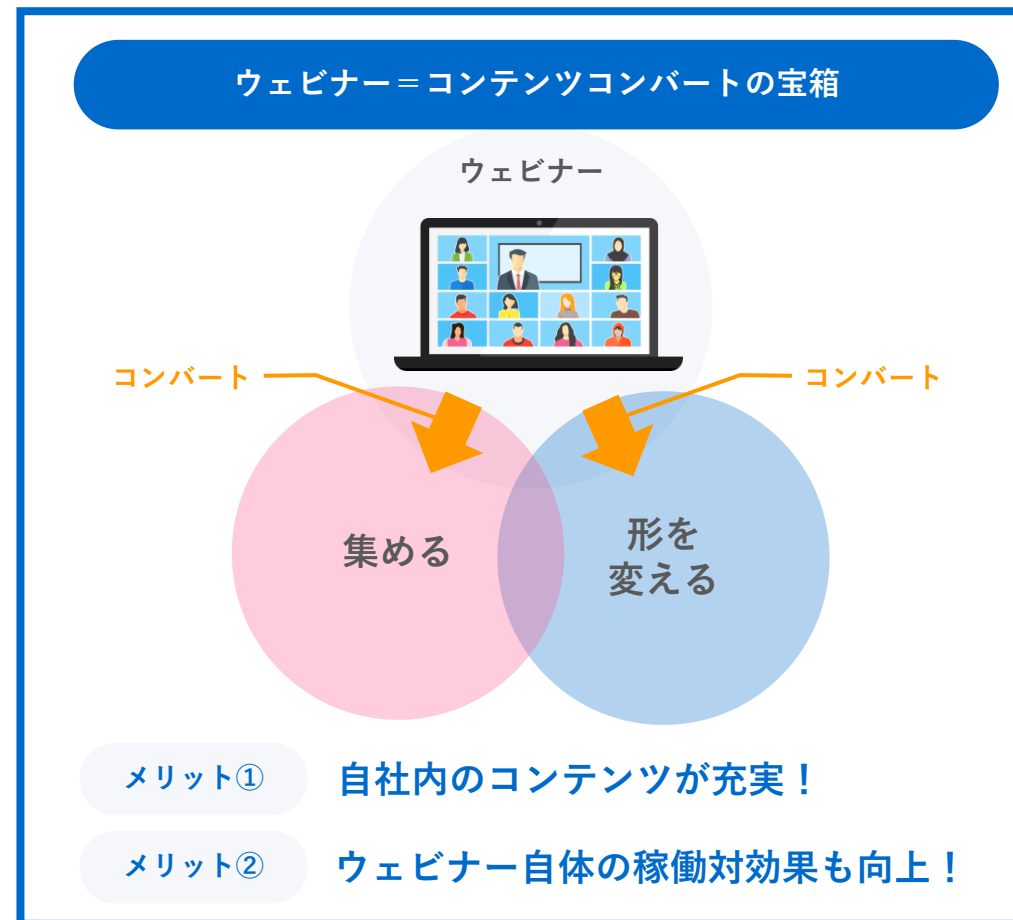


着実な成果を出すことができる資料を
作成するノウハウがない

そこでおすすめなのが、新規コンテンツを作るのではなく、
既存のコンテンツを変換して再活用する **「コンテンツコンバート」** です！

コンテンツコンバートにおいて、
ウェビナーはコンテンツを生み出す宝箱と言え、
ビジネス現場のコンテンツ拡充を効果的に促進する
重要な要素となります。

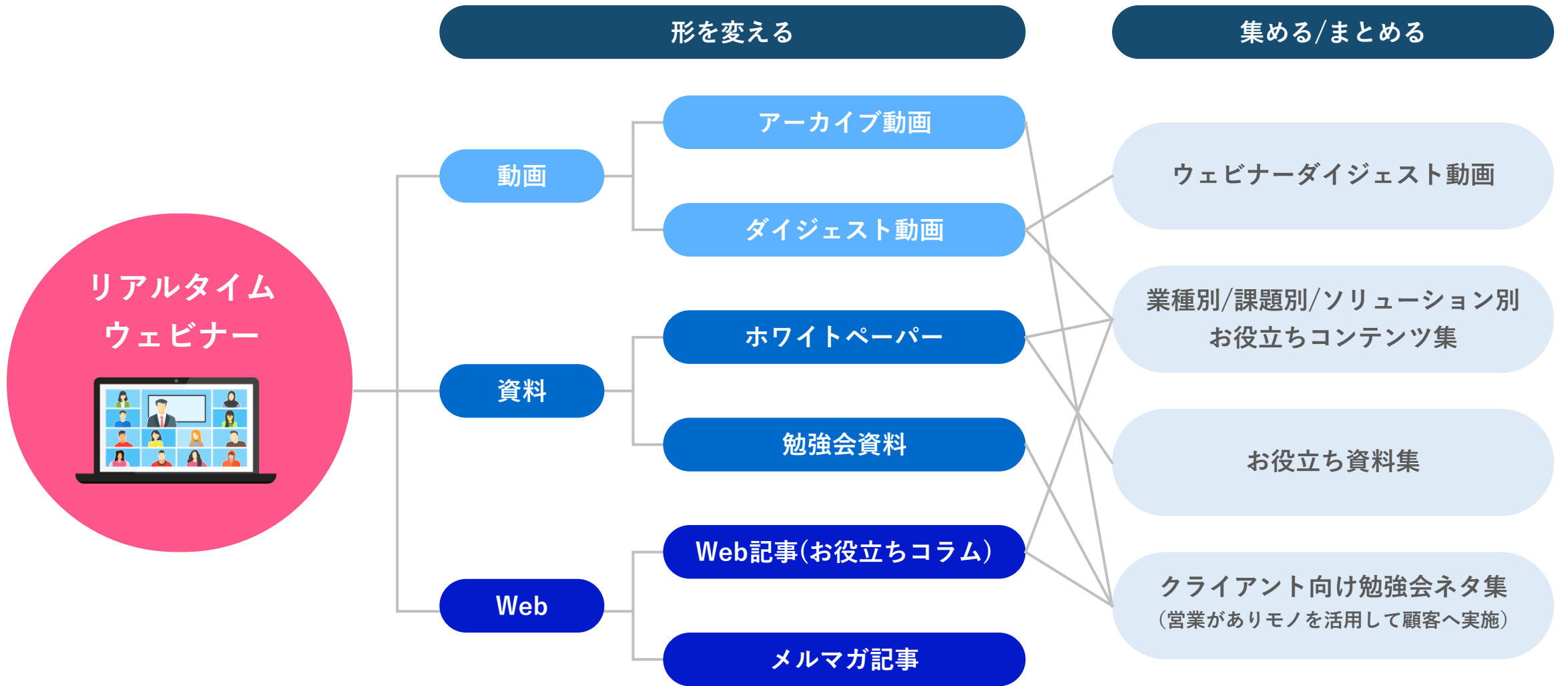
特に、ウェビナーは企画～開催までに相応の稼働がかかる施策ですが、
「形を変えてリユースする」ことでウェビナー自体の稼働対効果を高め
るといったことも期待できます。



“

戦略的なウェビナーコンバートの活用方法とその具体的施策についてご紹介 ▶▶

”



2000件以上の外注先を抱える"プロ"に訊く!!

**「コンテンツ制作」
外注の選定と活用方法**
～要注目の考え知っていますか?～

3月2日(木) 12:00~13:00
3月3日(金) 16:00~17:00

riclink オフィシャルサポーター
株式会社ライオン
株式会社ドゥック
株式会社代官
株式会社アーク

**「コンテンツ制作」
外注の選定と活用方法**

日程：
2023年3月2日(木)
12:00~13:00 (LIVE配信)
2023年3月3日(金)
16:00~17:00 (録画配信)



メールを使用し
リンクで紹介ができる

早いものであったという間に12月になってしまいましたが、その後貴社の中で、次年度に向けた検討等動きはございましたでしょうか？さて、本日は〇〇様と以前お話をさせていただいたことを踏まえて、お役にたてるのではとかがえる「弊社最新ウェビナー動画」をお送りさせていただきますので、お手すきの際にご視聴いただけますと幸いです。

Webサイト活用戦略と定着のポイント
<https://riclink.jp/ricmeso/cate03/020>

デジタル人材不足に本据りの製造業様必見!

新規顧客を獲得する
Webサイト活用戦略と定着のポイント

フル動画視聴

一歩進んで成果を出すための「企画・運用メソッド」を公開

アーカイブ動画は「評判がよかったウェビナーの録画を編集し、録画ウェビナーとして定期的開催」「提案中/停滞顧客の検討意欲向上に活用する」方法です。

メインの内容だけ録画を活用し、質疑応答などはリアルタイムで行う方法もあります。

企業側のメリット

削減



何度でも同じ配信が可能になり費用やセミナー開催工数を削減できる

発信



ウェビナーを認知していなかった方、参加できなかった方へ発信できる

活用



リード獲得コンテンツ、ナーチャリングコンテンツとして継続的に活用できる

顧客側のメリット

理解



何度も見返ることができるため、理解が深まる

視聴



ウェビナーを認知していなかった方、参加できなかった方も視聴できる

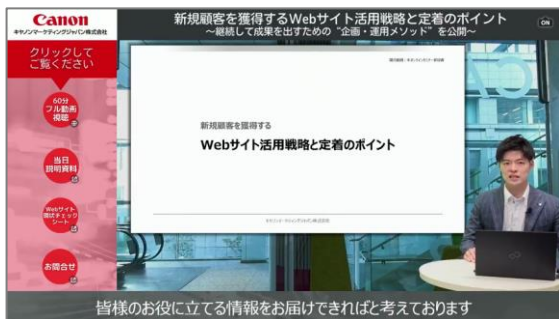
展開



録画動画を社内展開できる

一度効率的にリード獲得ができるウェビナーを作ってしまうと、
新たなウェビナーの企画立案や運営の手間をかけず、継続的に新規リードを獲得可能!

■ キヤノンマーケティングジャパン様

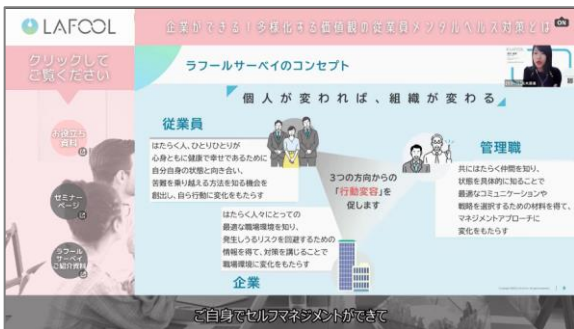


<https://player.riclink.biz/watch?id=canon-20221011digest&guide=1&share=stock&ipv=1>

ダイジェスト動画は「リアルタイムで実施したセミナー内容を5~10分程度にまとめ、ウェビナー参加者への2回目以降のアプローチとして活用する」方法です。

個別商談後に、適した企画のダイジェスト動画を「お礼メール」と一緒に送る方法もおすすめです。

■ ラファール様



<https://player.riclink.biz/watch?id=lafool-039-digest&guide=1&share=stock&ipv=1>

企業側のメリット

- 活用** ウェビナー視聴者への(2回目以降)フォローアプローチの武器として活用できる
- 発信** ウェビナーを認知していなかった方、参加できなかった方へ発信できる
- 誘引** 動画から1クリックで次回ウェビナーやサービス紹介へ誘引ができる ※riclink活用時

顧客側のメリット

- 把握** 内容や要点を振り返りたいときにサクッと動画で把握できる
- 共有** 上司や同僚にウェビナーのサマリーをシェアできる(シェアしやすい)
- 遷移** 動画から1クリックで興味のあるコンテンツを見られる ※riclink活用時

アポ獲得・商談後における顧客の温度感を冷まさないコンテンツとして活用することで
成約につながる可能性が高まる！

ホワイトペーパーは「ウェビナーの内容や講演資料をお役立ち資料として、オウンドメディア／サービスサイトに掲載する」方法です。

企業側のメリット

削減

お役立ち資料を作る手間が省ける

活用

リード獲得コンテンツ、ナーチャリングコンテンツとして継続的に活用できる

顧客側のメリット

視聴

ウェビナーを認知していなかった方が資料をダウンロード・閲覧できる

展開

上司や同僚など資料を社内に展開できる

The image shows a webinar recording interface on the left and a registration form on the right. The webinar recording includes a title 'BtoBマーケティングのプロに訊く！ 受注に繋げるセールスコンテンツの作り方・使い方', a speaker '富家 翔平', and a list of topics: '魅力的なセールスコンテンツとは', 'そもそも魅力的なセールスコンテンツとは何でしょうか？', 'それは「相手の心を動かすもの＝顧客の態度変容を促すためのもの」です。', '具体的には「エンターテインメント×学び×独自性」がかけ合わさったコンテンツです。', '魅力的なセールスコンテンツ', 'エンターテインメント', '学び', '独自性'. The registration form is titled '下記フォームにご記入ください (1分)' and includes fields for '氏名', '会社名', 'メールアドレス', '電話番号', and '部署'. It also has a checkbox for 'プライバシーポリシーに同意する'.

お役立ち資料は「メディア媒体への出向」「Facebook広告」などを運用し、
新規リード獲得に役立てることが可能！



クライアント向け勉強会資料は「ウェビナーの内容や講演資料を勉強会資料として、社外／社内へ活用する」方法です。社内メンバーにも定期的なインプット/アウトプットの機会が生まれるため「教育コンテンツ」としても、活用できます。

企業側のメリット

- 契機** 既存顧客とのエンゲージメント向上やアップセル/クロスセルのきっかけが出来る
- 発信** 新規顧客にノウハウ共有を主とした形でアポ獲得アプローチができる
- 削減** 個々人での勉強会企画や資料制作稼働の手間が省ける

顧客側のメリット

- 情報** サービス検討に入る前の情報を入手／整理することができる
- 認識** 上司や他部署を巻き込み現状認識、議論を始めることができる

3. コンテンツ制作トレーニングGYMのモニターへの興味度合いを教えてください *

- とても興味がありモニターになってみたい
- 興味があり、話を聞いてみたい
- サービスに興味がないが、コンテンツ活用ノウハウは聞きたい
- そこまで興味はないが、話を聞いてみてもいい
- 興味がないので話は聞かない

既存顧客とのコミュニケーションのコンテンツとして活躍、
エンゲージメント向上によるアップセル/クロスセルが期待！

■ コニカミノルタジャパンの語る 「受注に繋げるセールスコンテンツ」とは



Web記事（お役立ちコラム）は
「ウェビナーの講演概要をまとめた記事として、オウンドメディア等に公開する」方法です。
記事内にてウェビナーの概要を公開し、遷移先としてウェビナーを設定することも可能です。

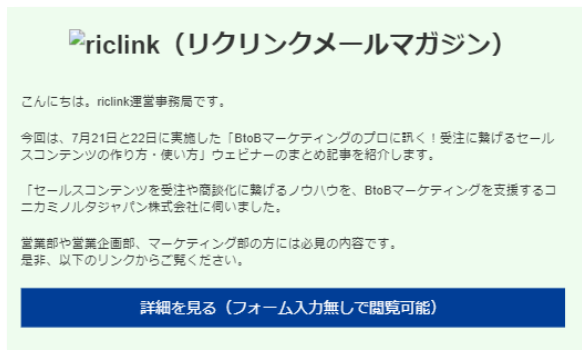
企業側のメリット

- 削減** 新規お役立ち記事作成の手間が省ける
- 発信** ウェビナーを認知していなかった方、参加できなかった方にサマリーを伝えられる
- 拡充** 自社サイトのコンテンツをコストを抑えて拡充できる

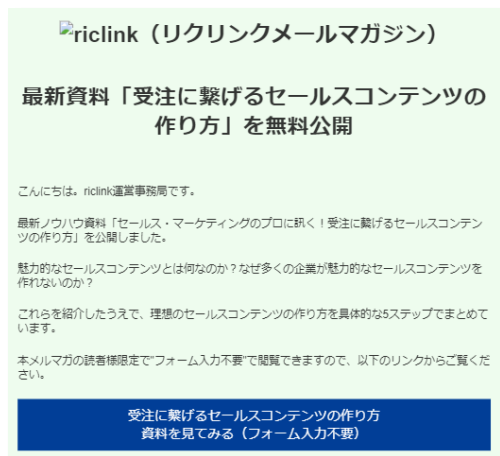
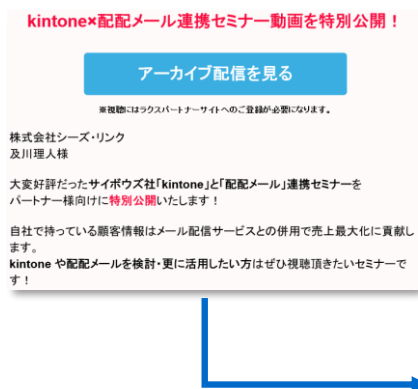
顧客側のメリット

- 把握** 当日に参加できなかった人も内容を把握できる
- 参照** 内容を振り返りたいときに記事内容を参照できる
- 共有** 上司や同僚にウェビナーのサマリーをシェアできる

掲載したお役立ち記事をハウスリストへメール配信し、
既存顧客とのコミュニケーションのコンテンツとして活用可能！



メルマガ記事は「ウェビナー起点で量産した各種コンテンツをハウスリストへメール配信し、既存リードとのコミュニケーションに活用する」方法です。



企業側のメリット

- 削減** 新規メルマガ記事作成手間が省ける
- 発信** ウェビナーを認知していなかった方、参加できなかった方にサマリーを伝えられる
- 簡易** 課題が生まれた際に思い出してもらいやすくなる、気軽に問い合わせしやすくなる

顧客側のメリット

- 閲覧** (定期的に配信することで) 知りたいタイミングで閲覧することができる
- 視聴** ウェビナーを認知していなかった方、参加できなかった方も視聴できる

メルマガ運用の最大の悩みである「送るコンテンツ不足」が解消でき、継続的に顧客との接点を持つことが可能！

ウェビナーやウェビナー起点で量産したコンテンツを自社オウンドメディアなどにて
カテゴリ別にまとめて掲載することもおすすめです。

過去ウェビナーダイジェスト動画集

A grid of 6 video thumbnails for webinar digests. Each thumbnail includes a title, date, time, and a brief description of the content. The topics include BtoB business using animation, SNS usage for BtoB, content production outsourcing, sales enablement, and webinar success stories.

お役立ち資料集

A grid of 6 resource cards. Each card features a title, a small image, a brief description, and a 'ダウンロード' (Download) button. The resources cover topics like '3分でわかる riclink', 'ビジネスバーチャルキャラクターの活用事例', 'DXを成功に導くコンテンツMAPとは', 'セールス・イネーブルメントの第一人者に訊く!', '本当に成果が出るウェビナー運営ノウハウ', and '新春マーケ・セールスピッチ祭り2023'.

ウェビナーやウェビナー起点で量産したコンテンツを自社オウンドメディアなどにて
カテゴリ別にまとめて掲載することもおすすめです。

インサイドセールスの送付コンテンツを仕組み化する

アポ獲得「NG 顧客」に送ろうコンテンツ集

過去ウェビナー
ダイジェスト動画

ホワイトペーパー
DL数 TOP5

メルマガ コラム
クリック率 TOP5

規模／業種別
顧客事例

参考までに、先ほどのお話を踏まえてお役に立てるかもしれない
弊社コラム記事を下記 URL で共有させていただきます。

- 資料管理はこれで解決！riclink 式"コンテンツ整理術"を紹介
<https://riclink.jp/knowhow/mindmap-for-content-organization/>
- 社内で完結！誰でもできる無料ツールを用いた高品質プレゼン動画の作り方
<https://riclink.jp/knowhow/presentation-movie-how-to-make/>

以上です。
どうぞ、宜しくお願いします。

現場で企画検討と資料作成に困らない

クライアント向け勉強会ネタ集

freee 会計

だれもが自由に経営できる
統合型経営プラットフォーム。

- 商品名 freee 会計
- 商品名 freee 人事労務

freee 会計のポイント

ヒト・モノ・カネ・情報の経営資源の中で、ヒトに関する情報を一元管理できます。仕訳の入力作業をなくし、経営データの早期見える化を行うことで、経営者の意思決定ツールとして活用

freee 人事労務のポイント

ヒト・モノ・カネ・情報の経営資源の中で、ヒトに関する情報を一元管理できます。従業員マスタ・勤怠・給与計算・年末調整などを1つの

- <販売管理～会計>
在庫管理が必要な企業に対して、販売管理システムと合わせて提案する際の参考動画
在庫管理が不要な企業に対して、販売管理システムと合わせて提案する際の参考動画
- <他社比較動画>
弥生会計との比較 (14分45秒)
PCA会計との比較 (6分32秒)
勘定奉行との比較 (15分26秒)
TKCとの比較 (14分22秒)
MF会計との比較 (16分25秒)
- <業種別>
在庫などモノの管理が【必要】な業種の提案手法 (4分19秒)
在庫などモノの管理が【不必要】な業種の提案手法 (6分8秒)
- <税理士との関わり>
顧問税理士を変更しない際の提案手法 (6分49秒)
顧問税理士を変更する際の提案手法 (6分59秒)
- <プロダクト紹介>
会計概要とプロダクト紹介 (6分16秒)

コンテンツのコンバートには、先述の通り複数のパターンがあります。
しかし「コンバートすることがゴール」になってしまわぬよう、気をつけてください。

コンバートして終わりにしているケース

CASE : 01



全然使われていない

▼ 原因

- 運用シーン、運用者のことまで考えていない
- 実務者が、製作をしたことを知らない

CASE : 02



コンテンツに統一感がない

▼ 原因

- 最新コンテンツ、古いコンテンツと各個人でバラバラに持っている
- 担当者が、情報に疎い

CASE : 03



コンテンツの情報が古い

▼ 原因

- 人手が足りず資料の新陳代謝が遅い
- アップデートがなかなかされない

“ 戦略的にコンバートしてコンテンツの稼働対効果を良くするためには、
コンテンツをリアルタイムに誰でも簡単に活用できるプラットフォームが必要です ▶

”

コンテンツコンバートによる集客・営業の成果を確実に得るための「ベストプラクティス」

01



コンテンツの活用シーンを元に、
コンテンツ戦略を立案する



02



コンテンツコンバートによる
低コスト・低リソースの
コンテンツの量産



03



作ったコンテンツの
管理・運用

riclinkなら、このベストプラクティスを実現可能！



キヤノンマーケティングジャパン株式会社

ご利用メニュー

- フル動画編集
- ダイジェスト動画編集



導入背景

ウェビナーを形を変えてリユース 稼働対効果アップ！

自身がBtoBマーケティング支援をしている中で、ウェビナーの開催がゴール化してしまっている企業を数多く見てきた経験に基づき、開催したウェビナーを「形を変えてリユース」して稼働対効果を高めるという点に共感。



活用方法

参加者や営業先へ紹介 さらに社内レポートにも活用

- ウェビナー開催時には、必ずフル動画編集+ダイジェスト動画を作成
- ウェビナー参加者への後追いメールでの送付
 - 営業先企業へのサービス紹介/ノウハウ紹介を目的とした共有
 - 実施ウェビナーの社内レポート



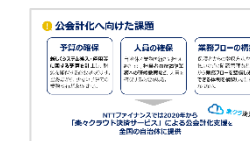
導入後の効果

ダイジェスト化で 見やすく、わかりやすく

- ただフル動画だけを共有するだけでは、なかなか視聴されることは多くなかったが、ダイジェスト化することでより見られやすく、理解しやすいコンテンツとなった。
- (事前に気づかなかった効果として)ダイジェスト動画を用意することにより、後追い役の営業メンバーが開催内容を理解した上でアプローチができるようになった。



NTTファイナンス



ご利用メニュー

- ダイジェスト動画編集
- ホワイトペーパー制作
- Web記事制作

導入背景

コンテンツコンバートを実施してウェビナーを最大限有効活用

これからのBoBセールスを勝ち抜いていくために、いかにコンテンツをうまく活用して、効率的かつ一定の質を担保した営業活動に繋がられるかが課題と感じていた。

BtoBマーケティングのみならず、インサイドセールスやフィールドセールス、それぞれにとってウェビナーを最大限有効活用できる形として、コンテンツコンバートを実施。



活用方法

参加者以外にも、Webやメルマガ顧客への教育コンテンツとして活用

- ウェビナー参加者への後追い送付
- Webマーケティング用のコンテンツとしての活用 (Web掲載等)
- ナーチャリングコンテンツとしてハウスリストへのメルマガ送付
- インサイドセールで見込み顧客への教育コンテンツとして共有



導入後の効果

コンテンツが出揃い活動サイクルがうまく回っていく

- 個々のコンテンツの効果
 - ✓ 動画による理解促進効果
 - ✓ ホワイトペーパーによるCV獲得件数の向上

等

- 一番の効果は、そういった様々なコンテンツが出揃うことによって、マーケティング～インサイドセールス～フィールドセールスそれぞれの活動サイクルがうまく回っていくことに意義を感じている。



会社名

株式会社シーズ・リンク

所在地

東京都品川区上大崎4 - 4 - 8
ダイナミックアート館ビル1F

設立

2015年11月

役員

代表取締役 澤田 裕樹
取締役 金子 倫也

事業内容

クラウド型DXツール「riclink™」の開発／販売／運用
・企業のDX課題解決・定着のコンサルティング支援
・デジタル施策に関わるコンテンツ制作支援



riclink に関するお問い合わせ

info@riclink.jp

<https://riclink.jp/>