

バス部

# バス部式

コンテンツマーケティング

Lucy

株式会社ルーシー

## 株式会社ルーシーについて

「バズ部」というブログメディアを運営。

独自の中長期的安定SEO、爆発的な集客力が高く評価されている。

私たちはなぜ広告をうつのだろうか。それは、人がそこに集まっているからである。人が集まる所に広告を出すのである。であるならば、「人が集まるメディア」を自社で作ればいいのではないかと考えたのが株式会社ルーシーのスタートである。

リスティング広告費が高騰する中、それに対処するのではなく、新しい手法を考えるべきである。それは、やればやる程利益率が上がっていく本質的なマーケティング手法であり私たちはそれを提唱している。

会社名 : 株式会社ルーシー  
所在地 : 東京都港区新橋5-10-5 PMO新橋Ⅱ 8階  
代表者 : 丸山 勲 (まるやま いさお)  
発行済株式数 : 1,561株  
設立年月日 : 2012年5月1日  
資本金 : 10,200,001円  
従業員数 : 23名

### 導入事例

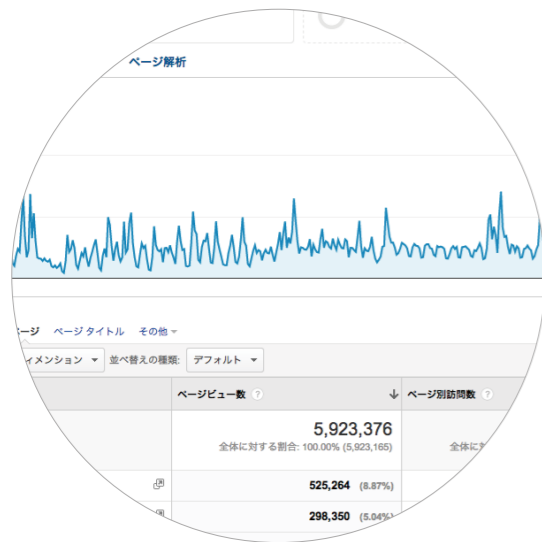
- ・ 楽天生命保険株式会社 様
- ・ 株式会社 リクルートキャリア 様
- ・ 株式会社 シマンテック 様
- ・ ベルリッツ・ジャパン株式会社 様
- ・ ガシーレンカージャパン株式会社 様
- ・ ソウルドアウト株式会社 様
- ・ 株式会社 ホワイト・ベアーファミリー 様
- ・ アフラック生命保険株式会社 様
- ・ 株式会社 エーチーム 様
- ・ 富士通株式会社 様
- ・ 株式会社 EPARK 様



## 2：弊社WEBマーケティングの特徴

### 01

### 圧倒的な集客力

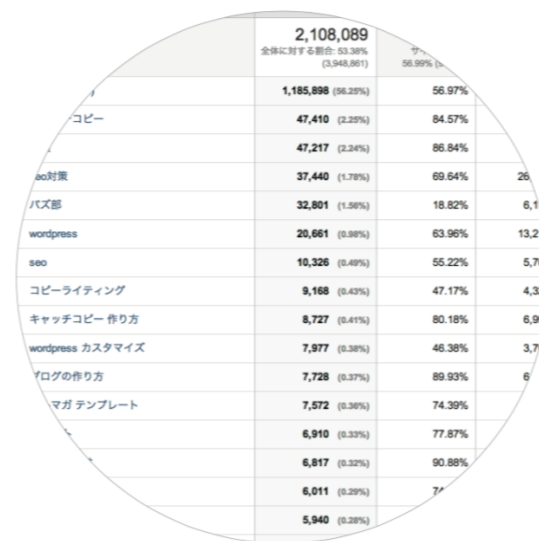


圧倒的な集客力は、ユーザーニーズにフォーカスすることで実現する

- ・ 独自の方法論でユーザーニーズを徹底して解析
- ・ ニーズを3階層で追求するNEEDSライティング
- ・ 本当にユーザーが求めるコンテンツを提供

### 02

### SEO市場の独占

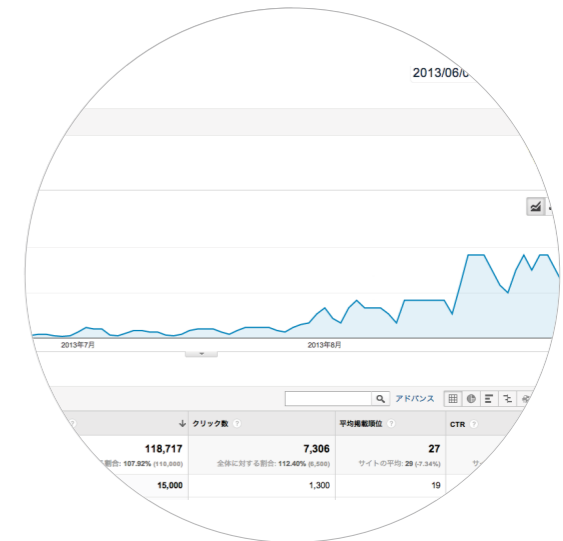


SEO市場の独占は、スパムを行わないから長期的な施策として有効

- ・ 独自のSEOオリジナルサイト構造設計
- ・ google対策用のSEOライティング
- ・ ノースパムで達成する脅威のスピードSEO

### 03

### 劇的な売上アップ



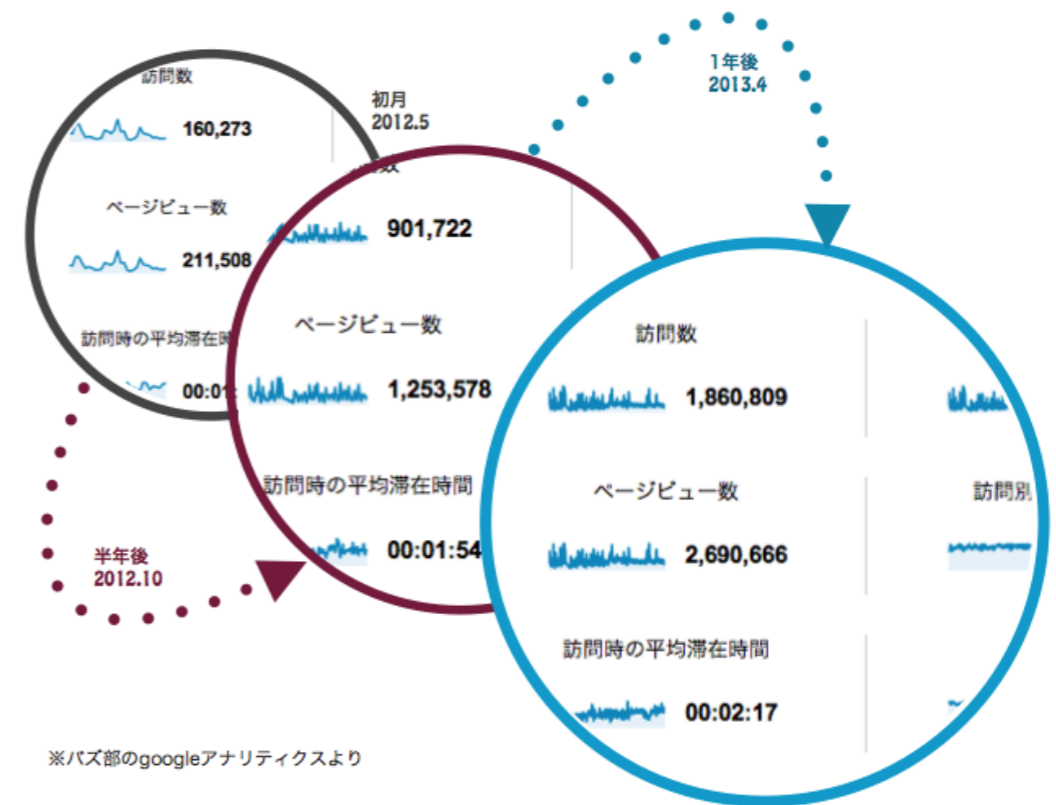
劇的な売上アップは、顧客のステージに合わせたコンテンツ提供で数値が跳ね上がる

- ・ 1年で平均1万以上のメールリスト獲得
- ・ CV率6%を超えるニーズウォンツ別CTA
- ・ 平均17%のクリック率を誇るメールマガジン

# 開始わずか4ヶ月で 100万PV達成

初月に21万PV、開始わずか4ヶ月で100万PVを達成。  
時間がかかると言われていたWEBメディア構築だが、バス部は常識を覆すスピードで成長し、驚異的なSEO結果とともにWEBマーケティング業界で、非常に注目を集めている。

1年半で獲得した見込客リストは 30,000リストを超える。



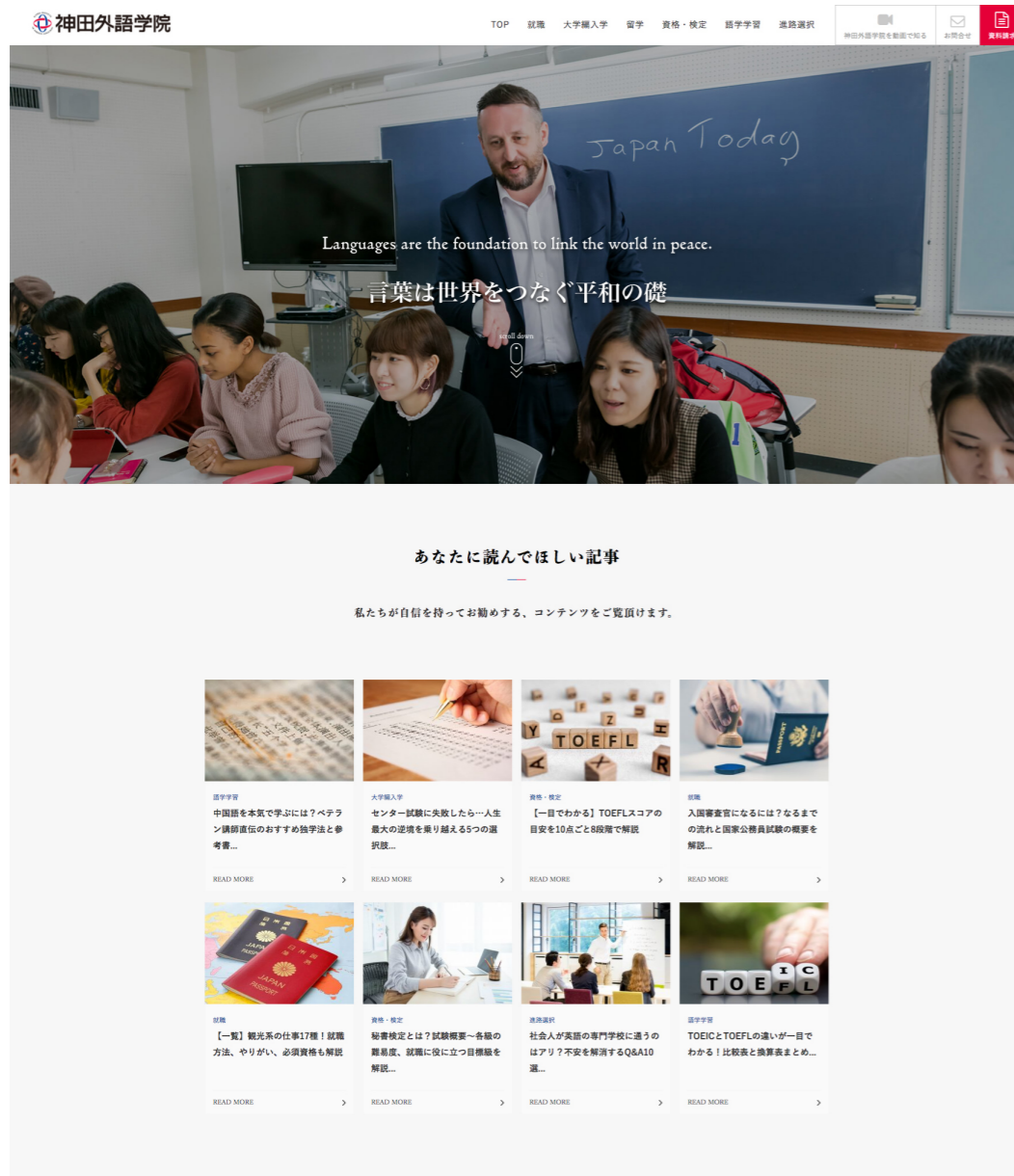
# 4：爆発的に結果を出したバズ部式WEBマーケティング

## 約2,500のキーワードで トツプ表示

コンテンツマーケティング	1位
SEO対策	2位
コンテンツ SEO	1位
Wordpress SEO	1位
Wordpress カスタマイズ	7位
ECサイト	7位
キャッチコピー	7位

The screenshot shows a WordPress blog post from May 20, 2014, by Yamaoka Yuki. The main article is titled "絶対に導入しておきたいWordPressプラグイン9選" (9 Must-Have WordPress Plugins). The content discusses the importance of plugins for WordPress, mentioning that there are many types and it's easy to get overwhelmed. It lists 9 recommended plugins. The sidebar on the right includes a Facebook widget for "バズ部" (Buzz Department) with 22,803 likes, a "Follow on feedly" button, and a "バズ部の人気記事" (Popular Articles) section listing various SEO and WordPress-related topics.

# 5：爆発的に結果を出したバス部式WEBマーケティング



## 神田外語学院ブログ

2019年6月からコンテンツマーケティングの取り組みを開始。きっかけは弊社の別のお客様からのご紹介でした。当時WEBからのリード獲得は9割が指名検索に頼っていたという状況で、ブランド力に依存しない集客チャネルとしてコンテンツマーケティングのご相談を頂きました。

結果は取り組みから1年2ヶ月、77記事で30万PVを達成。ブログ開始してから昨年対比で200%以上のリードを獲得しています。記事作成は学校職員3名で担当。未経験ながらたった3人で大きな成果を実現しています。

1ヶ月のサイトアクセス数（2020年8月）

**33万** ページビュー(336,522PV)

上位表示達成キーワード数  
(2020年8月)

**670** キーワード以上

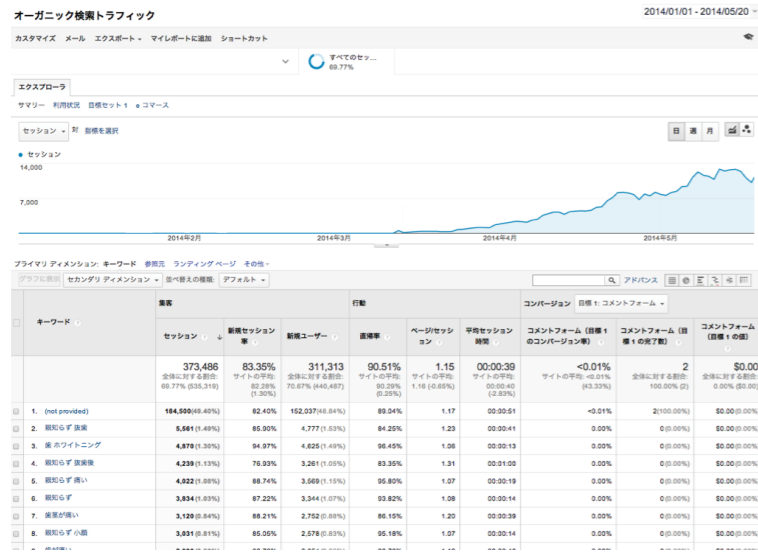
公開記事数と順位

**77** 記事 中 **66** 記事が  
狙ったキーワードで3位以内にランクイン

# 6: その他の主な実績

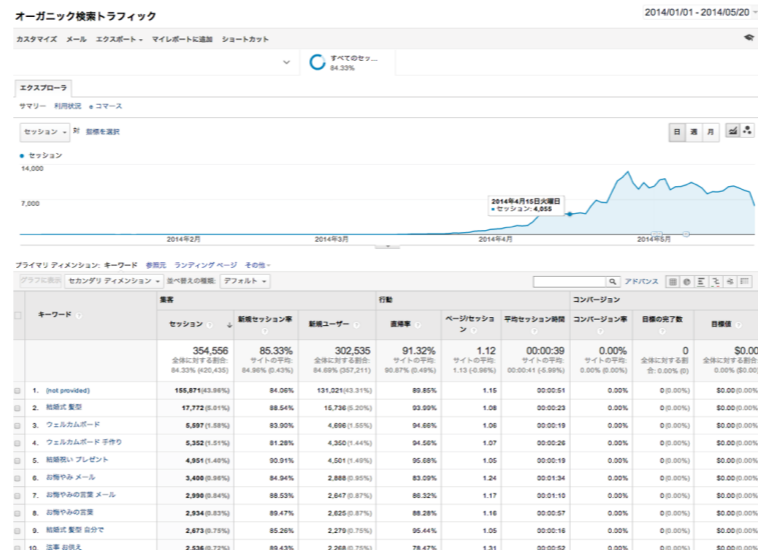
## 歯科業界 A社 (約60記事)

13,000PV / 日



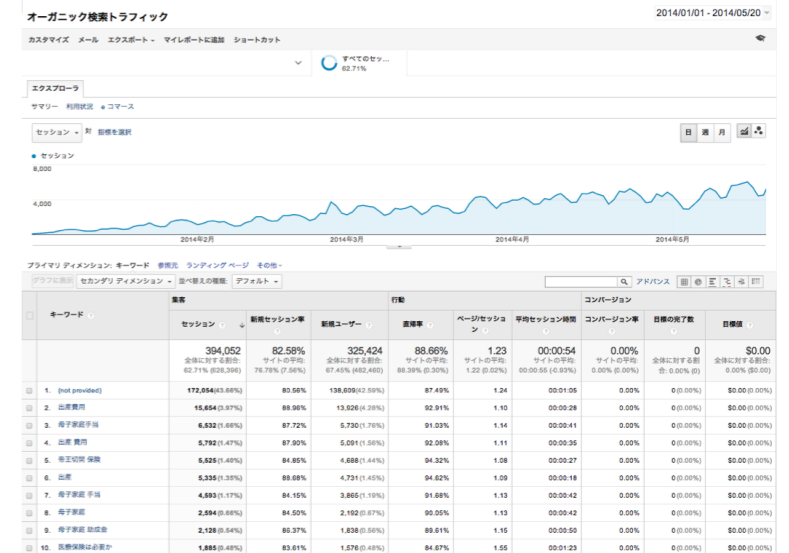
## 冠婚葬祭 B社 (約70記事)

10,000PV / 日



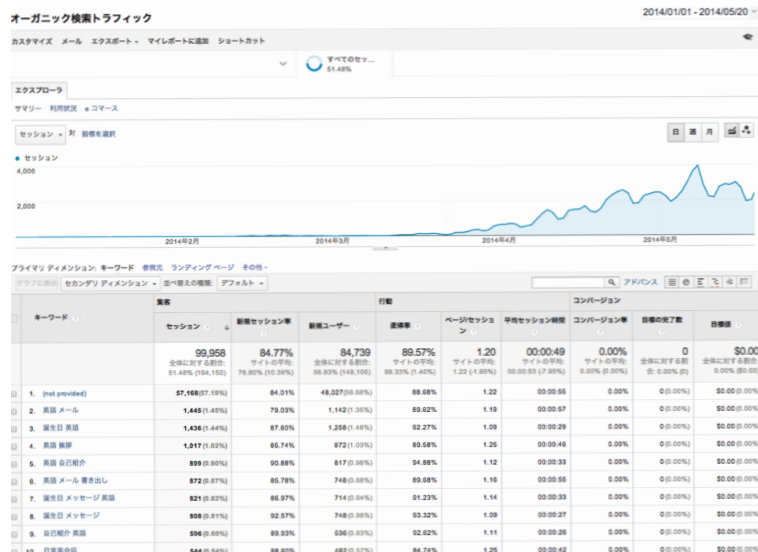
## 保険 C社 (約80記事)

6,000PV / 日



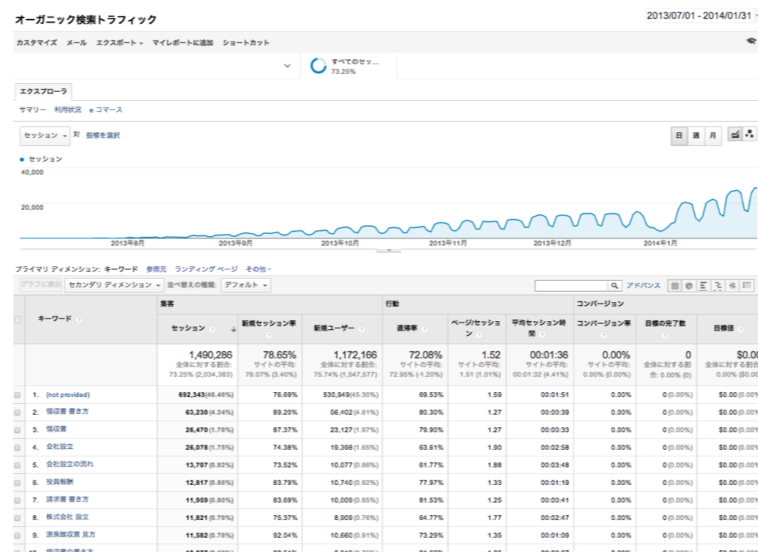
## 英語 D社 (約25記事)

3,000PV / 日



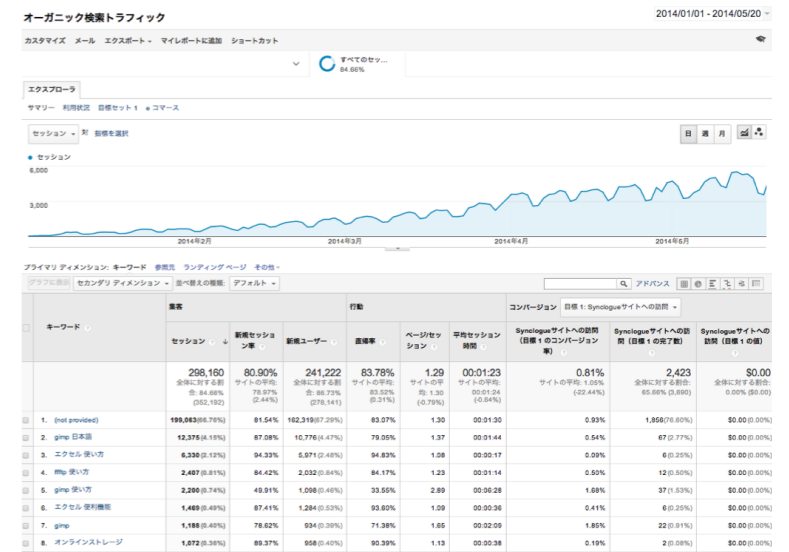
## 起業 E社 (約120記事)

35,000PV / 日



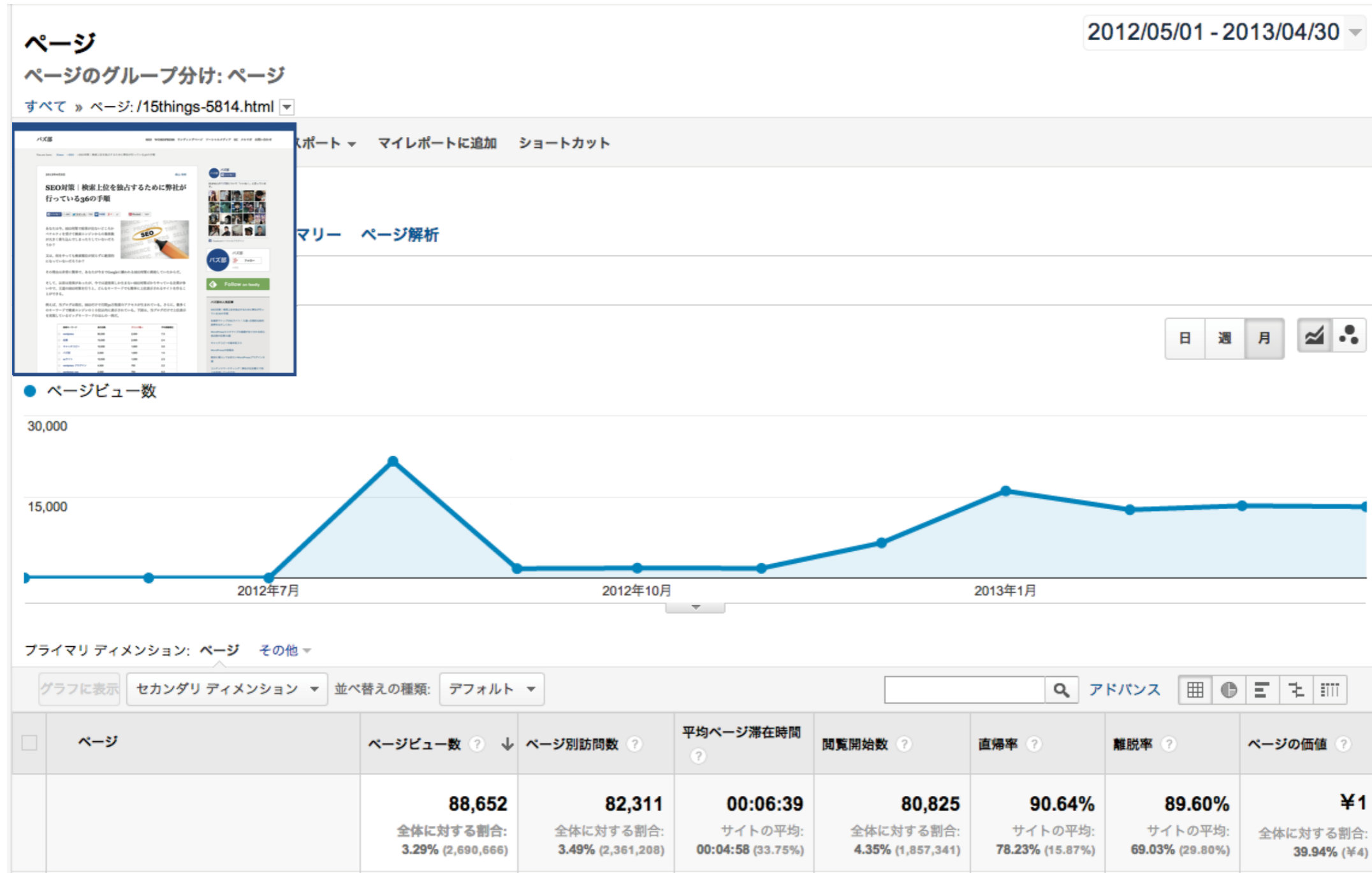
## アプリ F社 (約60記事)

6,000PV / 日



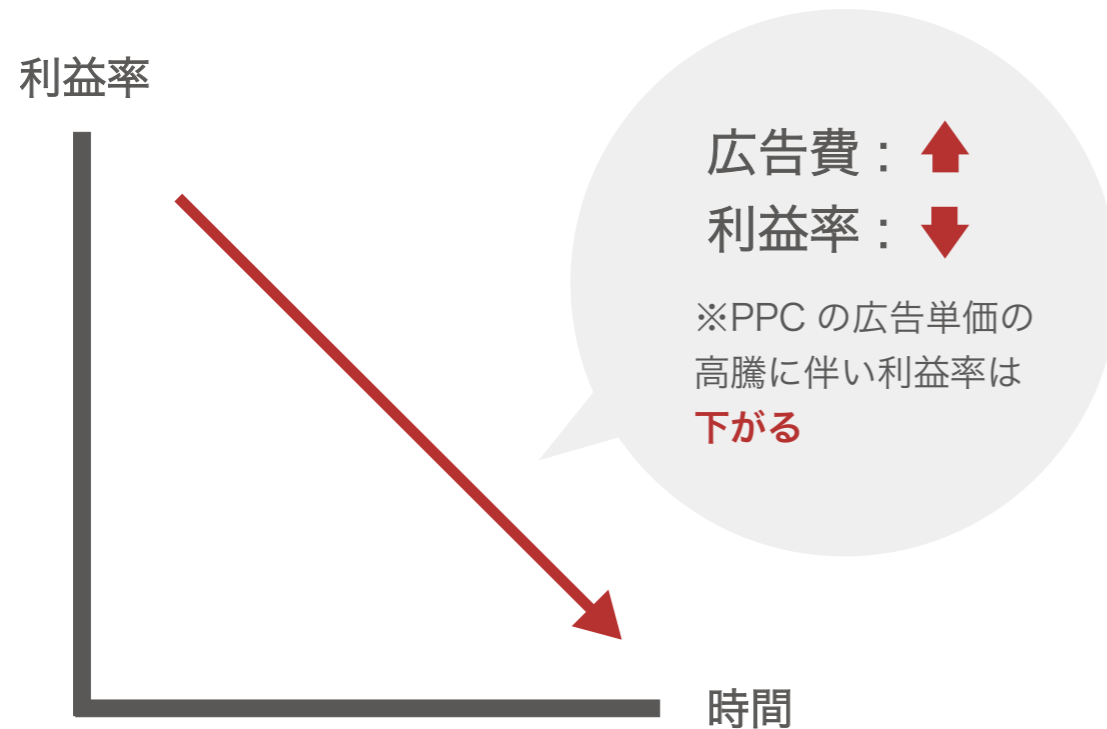
# 7: 良質なコンテンツは集客し続ける

一年前の記事は、今でも毎月約10,000人以上を集客し続けている



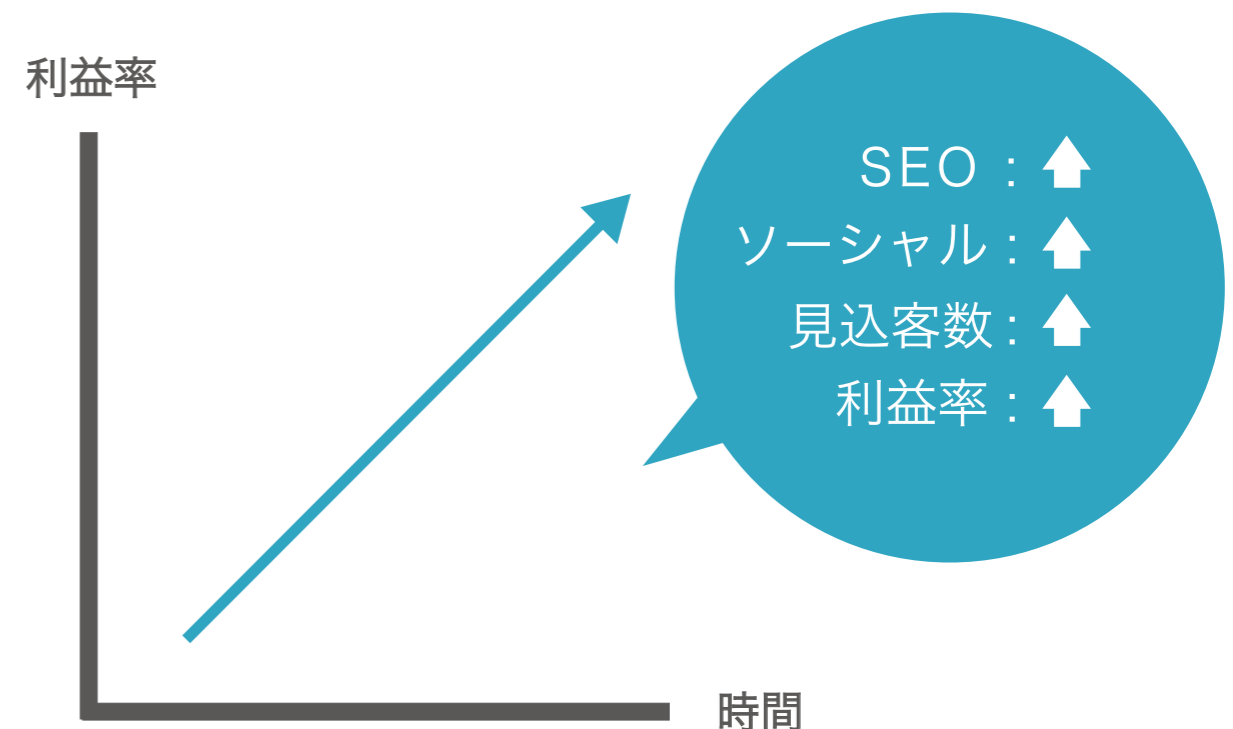
# 8：利益率がビジネスを飛躍させる

## “今まで式”



- 広告費の高騰
- 利益率の低下

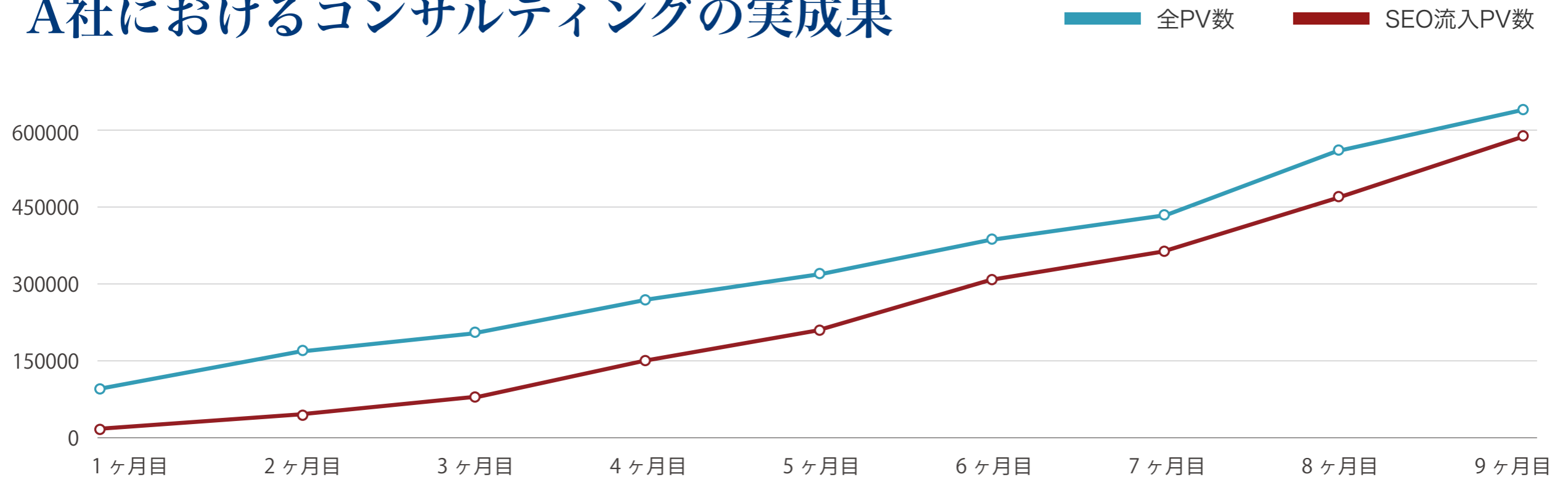
## “バズ部式”



- 広告費の逡減
- 利益率の上昇

# 9：記事を書くほど安定増加するPV

## A社におけるコンサルティングの実成果



### 第一フェーズ

#### 【重点目標】

PV数やSEO流入数目標の達成

#### 【課題】

マーケティング全体像への理解  
ユーザーニーズへの理解

### 第二フェーズ

#### 【重点目標】

SEO順位の安定  
CV及び見込客リストの獲得

#### 【課題】

SEO強化のための施策  
顧客ニーズの深掘りとCV率の向上

### 第三フェーズ

#### 【重点目標】

長期的にSEOに残るコンテンツ作成  
見込客教育と高CV率の達成

#### 【課題】

徹底したユーザー重視の体制  
セールスコンテンツの充実

# 10：バズ部式が大きな成果を生むメカニズム

## STEP：01

### 我々が定義する良質なコンテンツ



集客を最大化するカギは、良質なコンテンツにある。重要なことは、集客の段階では徹底してユーザーニーズにフォーカスすることだ。それが出来ずに、売りのためのコンテンツになってしまったら集客の難易度は一気に上がるのである。ユーザーニーズに完全にフォーカスされたサイトは日本にはまだほとんど存在しない。

良質なコンテンツを次々と提供する

## STEP：02

### ソーシャルメディアでの拡散

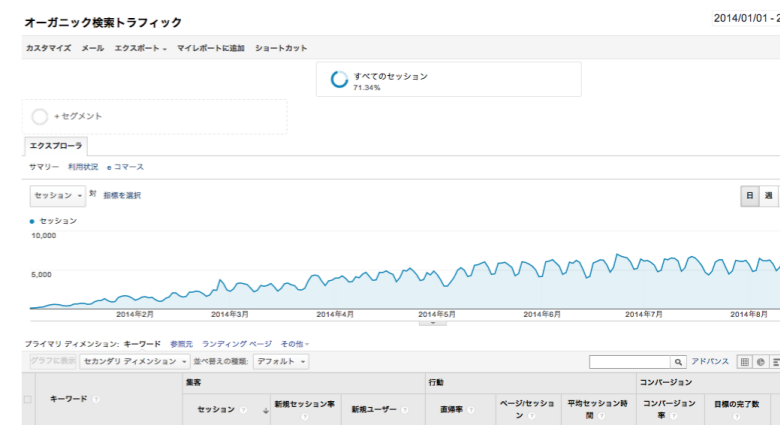


本当に良質なコンテンツは、記事の公開から1日で1万PV以上というもの凄いスピードの拡散を見せる。ソーシャルメディアの登場で、拡散のスピードが劇的に上がったのである。詳細なノウハウを駆使し、自然な拡散と完全なホワイトハットのSEO効果を得ることで、一つの記事のパフォーマンスが最大化される。

ソーシャルメディアで拡散しSEO攻略

## STEP：03

### 継続的な集客を実現



SEOで上位表示された記事はGoogleが理念を変化させない限り、上位に残り続ける。なぜなら、私達の施策は完全にGoogleの理念と合致しているからである。Googleがアップデートする度に我々のコンテンツは順位が向上しているのである。バズ部で1年前に書いた一つの記事は、今でも毎月15,000以上のPVをもたらし続けてくれているのである。

低コストで毎月継続的に反響を獲得

# 11：良質なコンテンツの重要性



## コンテンツの質が良ければ

- ・ソーシャルメディアで拡散して短期間でアクセスを集める
- ・クローラーが頻繁に回るようになりページが適切に評価される
- ・継続的に集客し続けるようになる



## コンテンツの質が悪ければ

- ・ソーシャルメディアで拡散されない
- ・クローラーが回らず、評価さえされない
- ・集客できない

良質なコンテンツ



ユーザーに支持される



検索エンジンに評価される



継続的に集客し続ける

## 良質なコンテンツとは

120%ユーザーニーズを満たしたコンテンツ



### 良いコンテンツ

- ユーザーが求める情報をどんぴしゃで届けている
- ユーザーが読みやすいように体系立てられている
- SEOコピーライティングが施されている



### 悪いコンテンツ

- 自分が言いたい事だけを言ってしまうている
- 自分が知っている情報だけになっている
- セールスを目的にしたコンテンツ

## バズ部式コンテンツ制作の9ステップ

- 01 サイト構造のSEO設計
- 02 キーワードリサーチ (需要と拡散可能性による分類)
- 03 コンテンツリサーチ
- 04 サイトコンテンツの構造設定
- 05 人物像、潜在ニーズ分析
- 06 コンテンツ提供スタイルの決定 (1ハウツー、2ニュース、3ケーススタディ)
- 07 コンテンツ形式の決定 (1リスト記事形式、2リンク記事形式、3画像記事形式)
- 08 コピーライティング
- 09 ソーシャルメディアでの拡散

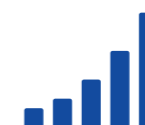
# 14：バズ部式マーケティングの特徴と流れ



ユーザーニーズを徹底的に追求すると、ソーシャルメディアで拡散しSEOを完全攻略できる



一つの記事が毎月平均3800PVを集客し続ける



広告に依存せず、利益率をアップし続ける

## プランニング

バズ部式マーケティングはリサーチを非常に重視します。多くの企業が**ユーザーニーズ**を詳細に把握していないことがマーケティングの問題です。

## 集客

集客はユーザーニーズだけにフォーカスすることで最大化できます。どんな業界であっても**圧倒的に競合を引き離す集客**を実現します。

## リード獲得

今すぐ購買に繋がる顧客だけに力を入れるのは間違いです。**長期的な見込客も獲得する**ことで売上が最大化されます。

## セールス・ファン化

セールスもコンテンツの提供なのです。**良質なセールスは良質な関係を促進**するものです。今までの概念を捨て去ることが重要です。

# 15：バス部式マーケティングの詳細

作業段階	キーワードリサーチ	コンテンツリサーチ	ライティング	ソーシャルリリース	SEO	CTA	メールマガジン
	リサーチ		トラフィックの獲得			収益化	
行動							
ツール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キーワードプランナー</li> <li>・ubersuggest</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Google 検索</li> <li>・Google ブログ検索</li> <li>・はてなブックマーク検索</li> <li>・Twitter 検索</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Wordpress</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Facebook</li> <li>・Twitter</li> <li>・はてなブックマーク</li> <li>・Pocket</li> <li>・Feedly</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Google アナリティクス</li> <li>・ウェブマスターツール</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Wordpress プラグイン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メール配信スタンド</li> </ul>
思考点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・どのキーワードが最も売上に貢献するのか</li> <li>・どのキーワードが必要があるのか</li> <li>・どのようなコンテンツが存在していて、それを上回ることができるかあるのか</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・良質なコンテンツとは何か</li> <li>・キーワードリサーチで得たユーザーの表面的なニーズからその背景や真のニーズへの深堀り</li> <li>・ソーシャルメディアは何を目標に、どのような使い方をすれば最も大きな価値を生み出せるか</li> <li>・SEO をスパムをせずに短期間で攻略するためにはどうすればよいか</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>・高確率で多くの見込客の獲得に繋がるコンテンツを提供できるか</li> <li>・見込客がニーズウォンツ軸のどのポジションにいるのか</li> <li>・見込客ニーズに的確にセールスコンテンツを提供できるか</li> </ul>	
独自性	<p><b>SEO 重視・数字命のプランニング</b>  <b>ビクワード・今すぐキーワードも攻略する</b></p>		<p><b>最先端のノウハウを常に提供できる研究</b>  <b>独自のユーザーニーズ定義</b></p>			<p><b>見込客・既存客を分類し効果を最大化</b>  <b>CV 率・購買率ともに科学的アプローチ</b></p>	

# 16：バス部式コンテンツマーケティング 費用表

費用	サービス内容	サービス内容詳細	価格
初期費用	<ul style="list-style-type: none"> <li>制作</li> <li>プランニング</li> </ul>	<p><b>1：メディアサイト制作</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サイト内構造設計</li> <li>・SEO内部施策</li> <li>・デザイン</li> <li>・コーディング</li> </ul> <p><b>2：メディア構築プランニング</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・キーワードリサーチ</li> <li>・コンテンツリサーチ</li> <li>・メディアビジョン構築サポート</li> </ul> <p><b>3：メディア構築トレーニング費用</b></p>	<p><b>3,000,000円～</b> (消費税別)</p> <p>※制作カテゴリによって変動致します。</p>
月額費用 ①	<ul style="list-style-type: none"> <li>運用支援</li> </ul>	<p><b>1：メディア運用サポート</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツ制作サポート</li> <li>・ソーシャルメディア活用サポート</li> <li>・メールマガジン活用サポート</li> <li>・広告活用サポート</li> </ul> <p><b>2：月次報告</b></p>	<p><b>500,000円～ /月</b> (消費税別)</p> <p>※契約は1年間です。</p>
月額費用 ②	<ul style="list-style-type: none"> <li>サーバー保守</li> <li>サーバー領域</li> </ul> <p>*ドメイン管理を行う場合、ドメイン管理料は実費のご請求となります。</p> <p>*将来、サーバーの移設を行う場合、移設費10万円～を別途頂戴致します。</p>		<p><b>40,000円～ /月</b> (消費税別)</p> <p>※PV数によって変動致します。</p>
コンテンツ制作代行オプション		<ul style="list-style-type: none"> <li>・初期費用：1,000,000円～ (消費税別)</li> <li>・1記事：80,000円～ (消費税別)</li> </ul>	<p>※コンテンツのテーマ、ボリュームにより変動いたします。</p> <p>コンテンツ制作代行オプションをご希望の場合は、都度お見積もりさせていただきます。</p>

バズ部

バズ部は、  
今までのWEBマーケティングやセールスのやり方が  
**間違っていた事を証明**します。

👉 サポート・お問い合わせはこちら

**Lucy**  
株式会社ルーシー