

「バズ部」

コンテンツマーケティング  
立ち上げ&運用支援サービス資料

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。

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	30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



# 1. 基本サービス

## ① 目指す姿 圧倒的成果の実現

### CV数の最大化を最短距離で実現するKWを選定

私たちの戦略設計は、貴社が求めるユーザー、貴社の強み、競合とのポジションを徹底して深掘り質問をさせていただき、CV数の最大化を最短距離で実現するKWを選定いたします。

### 結果がでる良質なコンテンツ制作の内製化を実現

明確な結果を出すためにどの程度の質のコンテンツが必要なのか、レクチャー・フィードバック・トレーニングによって結果が出る良質なコンテンツ制作の内製化を実現します。

### KPI達成

#### 立ち上げ～半年後の初期KPI

- ・ 公開記事本数
- ・ クローリング数

#### 1年後までの集客面のKPI

- ・ 公開記事順位
- ・ 重要記事グループのPV数

#### 1年後までのCV面のKPI

- ・ CVページアクセス数
- ・ CV後の転換率
- ・ CV数

### 並行して長期的に 追いかけるブランド面のKPI

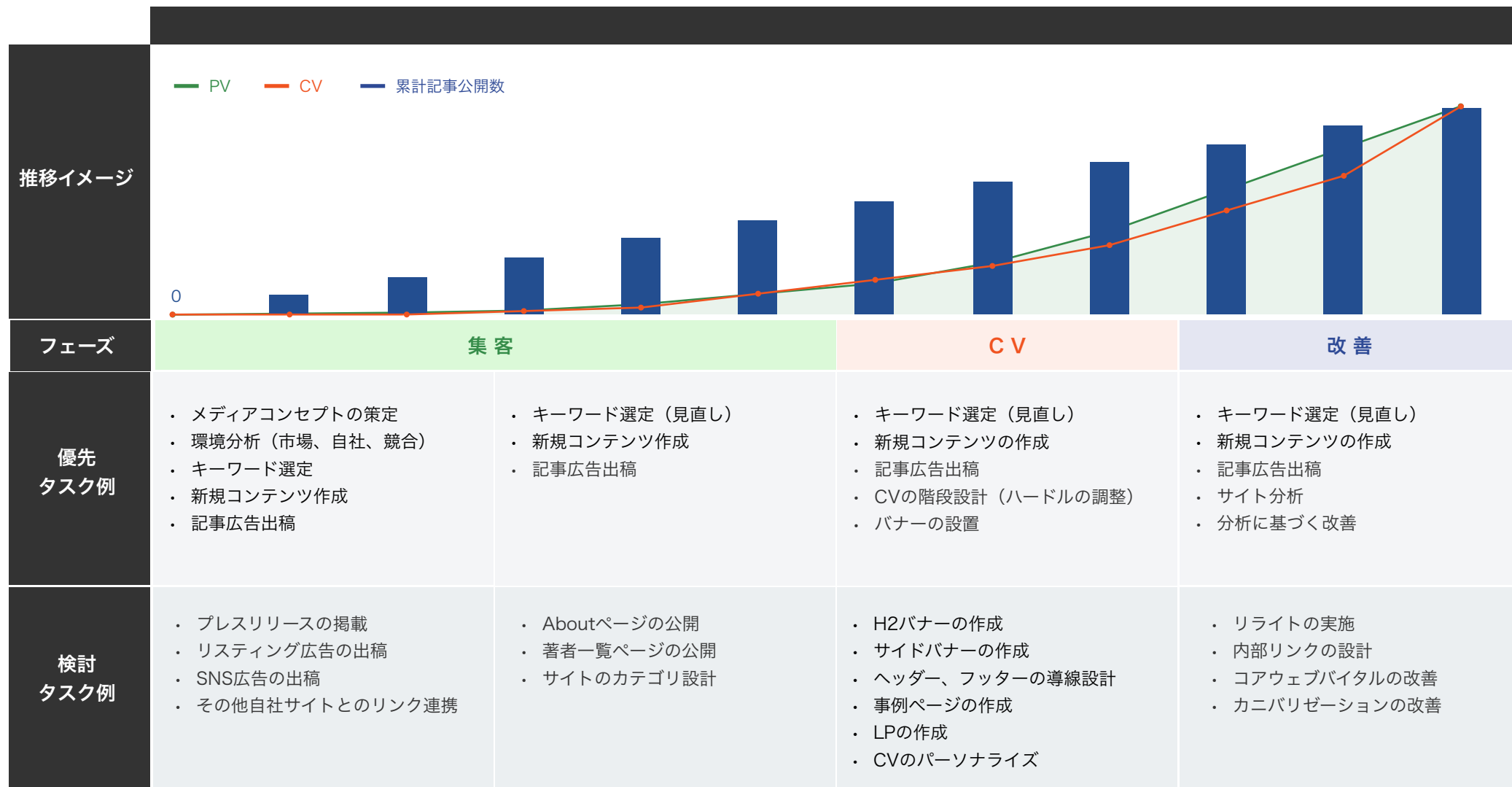
- ・ 指名検索数
- ・ 参照ドメイン数

### PJが目指す1年後の姿

〇〇〇に関するメディアから  
〇〇〇の成果を生み出すことに成功し（相談時の目的）を実現している

# 1. 基本サービス

## ②特長 5年以上経験メンバーが戦略設計～コンテンツ作成まで伴走



# 1. 基本サービス

## 定例MTGの実施・・・バズ部式コンテンツマーケティングの実践MTG

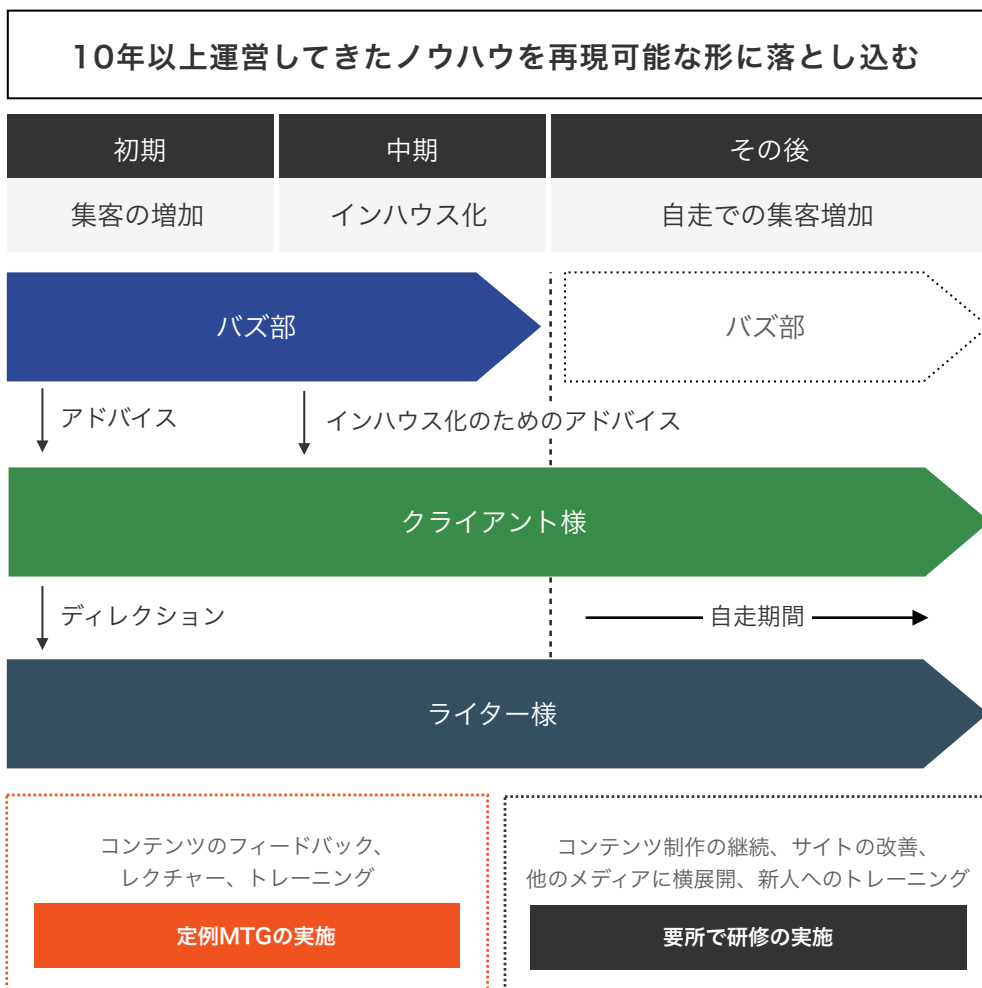
コンテンツマーケティング 立ち上げ&運用支援のフロー



マーケティング サポート	事前 MTG	サポート	初回 トレーニング	定例MTG 立ち上げプログラムの実行	定例MTG 1：コンテンツのフィードバック 2：バズ部式手法のレクチャー 3：ワーク・トレーニング	任意のタイミ ングまで継続
		サイト制作	キーワードリサーチ・キーワード選定	サイト公開	サイト運営・改善・リニューアル検討	
			サイト構成・デザイン・コーディング			

# 1. 基本サービス

## コンテンツ制作の内製化・自走体制構築をサポート



### バズ部式手法が言語化されたマニュアル・トレーニングブック



▲バズ部式コンテンツライティングマニュアル（全98ページ）



▲バズ部式コンテンツライティング  
トレーニングブック（全65ページ）

▲バズ部式コンテンツライティング  
トレーニングブック問題集（全50ページ）

その他：メディアビジョン策定シート、キーワードリサーチサンプル、  
コンテンツ制作シートなど実務に必要なツールを全てご提供

# 1. 基本サービス

## コンテンツ制作の内製化・自走体制構築をサポート

バズ部式手法が言語化されたマニュアル・トレーニングブック



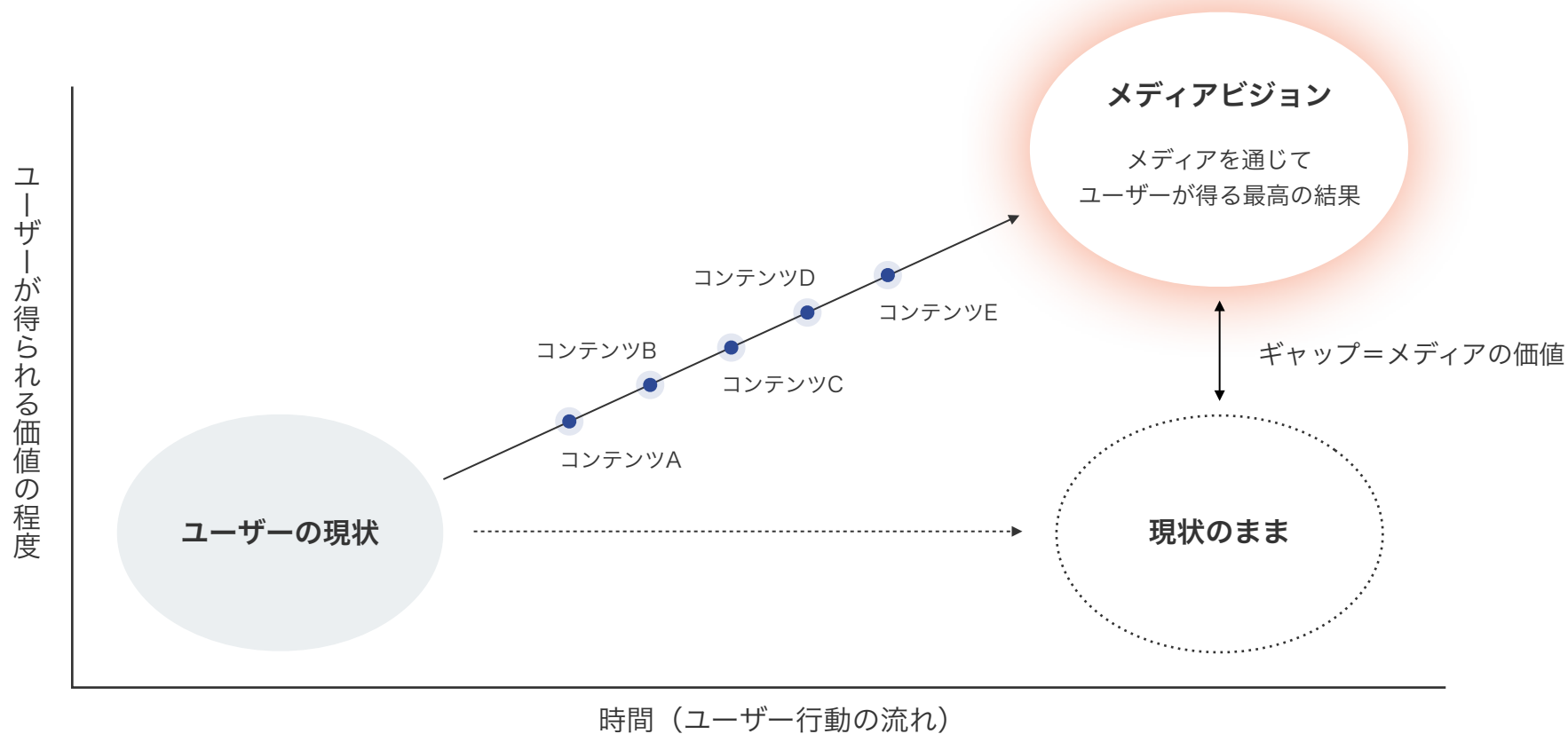
コンテンツマーケティング実務で利用する各種フォーマット



# 1. 基本サービス

## メディアビジョンの策定

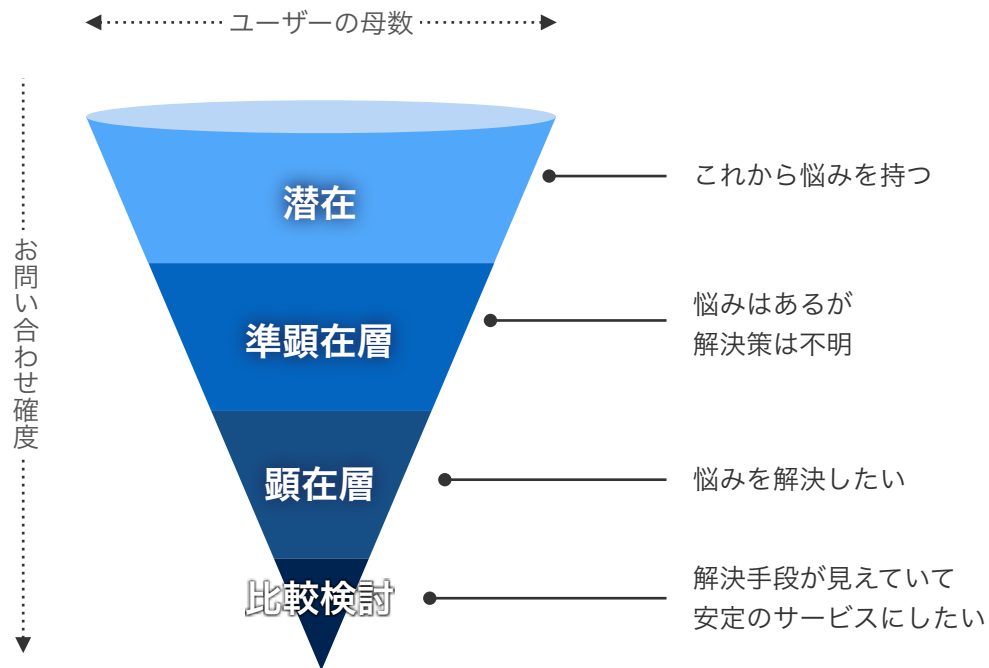
目的：象徴的なユーザーからのCVを増加する方向性を定める



# 1. 基本サービス

## キーワードリサーチ・選定

まだまだ客～今すぐ客まで”大事な見込み客”は絶対に逃さない



例) ”サプリ”キーワードの潜在層から比較検討KWの広がり

ユーザーの心情	キーワード例
<ul style="list-style-type: none"><li>・忙しくなってきて疲れが取れにくいな</li><li>・育児と仕事の両立が大変だな</li><li>・眠りが浅くなってきているな</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・40代 ワーママ 疲れた</li><li>・40代女性 不安</li><li>・体型変化 予防</li><li>・女性ホルモン 減少</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>・もしかしたら更年期なのかな？</li><li>・最近肌荒れやシミが増えていることが多かった</li><li>・ほてりやのぼせる事が多かったな</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・更年期 症状</li><li>・PMS 症状</li><li>・ホットフラッシュとは</li><li>・40代 肌荒れ原因</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>・最近ひどい肩こりを治したい</li><li>・生理不順や肌荒れをどうにかしたい</li><li>・イライラや不安感を払拭したい</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・女性 イライラ原因</li><li>・40代 女性肩こり</li><li>・生理不順 改善</li><li>・デリケートゾーン かゆみ</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>・自分にあったサプリを選びたい</li><li>・症状別のサプリを知りたい</li><li>・どの成分が自分に適しているのかな？</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・サプリ 選び方</li><li>・女性ホルモン サプリ</li><li>・症状別 サプリ</li><li>・腸内環境 サプリ</li><li>・サプリメント 漢方</li><li>・大豆イソフラボン</li></ul>

コンテンツマーケティングで成果が上がらないサイトによくあるのが、抽出キーワードの絶対数が乏しいという点。

抽出キーワードが少ないという事は、「お宝キーワード」「潜在的な見込み客」の取りこぼしに直結して成果の絶対量を下げてしまいます。

弊社では、一旦1%でもCVに繋がりうるキーワードはリストに加え、その上で目標達成やサイト戦略を踏まえて攻めるべきキーワードを選定していきます。つまり抽出の絶対数は多いほど、お宝キーワードの発掘や記事の作成アイデアに困ることはありません。

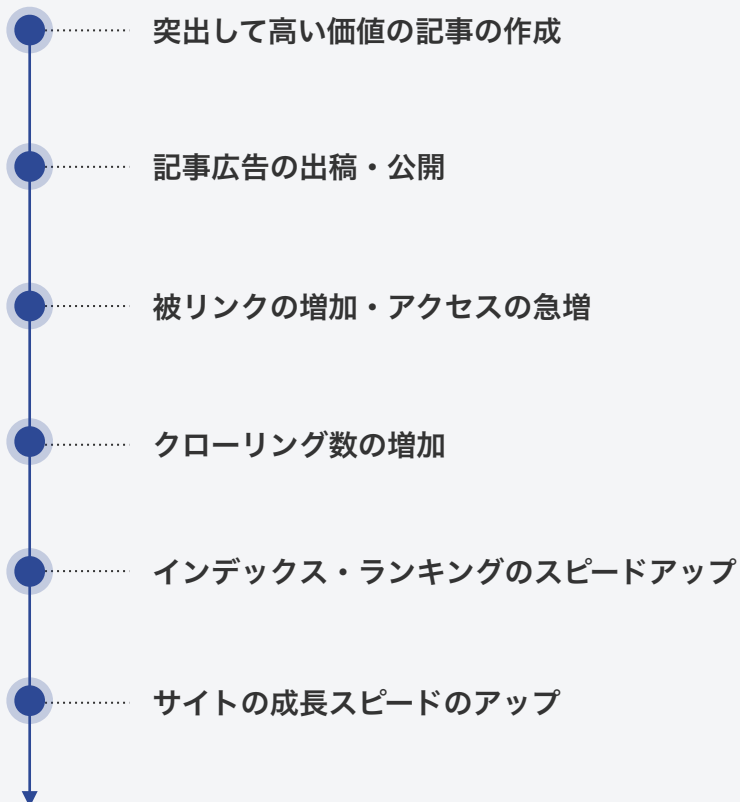
あなたは長期的な運用を前提とするコンテンツマーケティングで今後攻めるべきキーワードのリストを入手いただくことが可能になります。

## 2.オプション

### オプション：サイトの成長スピードアップ&確実に成果を出すための支援

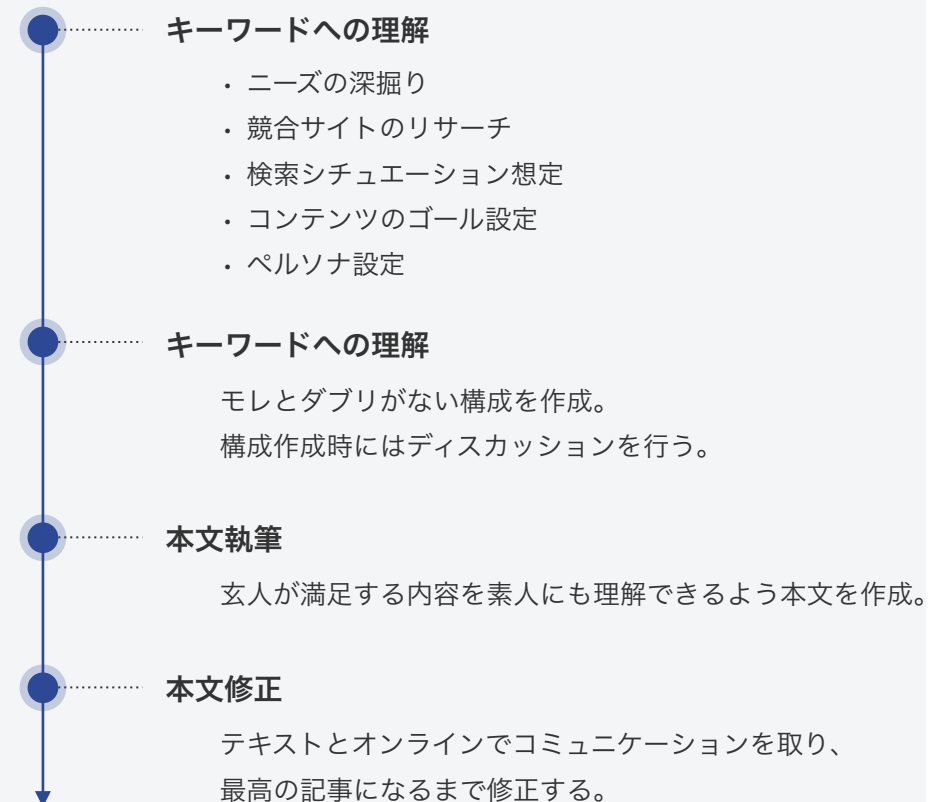
#### 記事広告の出稿

サイトの成長を早める必須施策



#### 記事制作代行

バズ部社員が全行程でマンツーマンで確認・指導を実施



## 2.オプション

自社のメンバー+バズ部で確実に成果を出す：マーケティングサポート+記事制作代行



必要に応じてKPIに対する不足記事本数を  
バズ部の記事制作代行でカバー

### 3. 支援実績

支援実績 **400** 社以上

FUJITSU

 Symantec

 Dropbox

 RECRUIT

Aflac

ともに覚悟する。ともに挑む。  
**SOLDOUT**

**E PARK**

**StretchPole®**

 **ATEAM**  
LIFESTYLE

**Berlitz®**

Guthy | Renker  
JAPAN

### 3. 支援実績

#### バズ部が支援したクライアントのSEOでの結果

	記事本数 (キーワード数)	比率
1位	9,045	39.19%
1~3位	13,049	56.54%
1~5位	15,198	65.85%
1~10位	17,959	77.82%

### 3. 支援実績

# わずか10ヶ月で**14.6**億円の売上を叩き出した不動産投資メディア

## 運営メディア(武蔵コーポレーション様)



1ヶ月のサイトアクセス数  
(2021年3月)

# 430,000

ページビュー  
(431,260PV)

上位表示達成キーワード数  
(2021年3月)

# 820

キーワード以上

## サイト公開から成果の軌跡

サイト公開後	メディア経由の売上
4ヶ月目	2億2,500万円
5ヶ月目	3億1,400万円
6ヶ月目	5,200万円
7ヶ月目	2億4,600万円
8ヶ月目	2億5,000万円
9ヶ月目	2億9,200万円
10ヶ月目	8,100万円

### 3. 支援実績

支援開始から1年後には月 **43** 万PVを達成



### 3. 支援実績

支援開始から1年後には  
メディア経由の合計売上**14.6**億円を達成



合計販売数 **20** 棟

合計売上 **14.6** 億円

※2020年5月～2021年2月末までの売上データ

## 4. お客様の声

### 武蔵コーポレーション様のご担当者様の声



#### — 理想的な見込み客からコンスタントに問い合わせをいただけた

私たちは、年収3,000万円ほどの節税ニーズを抱えた経営者や医師などの富裕層をターゲットにしているのですが、まさにそういった方々からの問い合わせが数多く発生しました。

特に感動したのが、私たちの考え方に共感して問い合わせをいただくケースが多かったことです。私たちはウェルスハックを通じて「築古木造一棟アパート投資がおすすめ」という主張を一貫して伝えてきました。節税ニーズのある富裕層にとって、最も効果が見込める方法だからです。

そういった私たちの考え方やノウハウに触れて、それに共感した方からの問い合わせが数多く発生したのです。

一方で、ターゲットの範囲外からの問い合わせがほとんどなかったことは意外でした。あらゆる層の方から問い合わせが発生するものと思っていましたが、本当に欲しいお客様だけが集まる状態を作れたのは良かったです。当初設計したペルソナに沿ったどんぴしゃなマーケティングが展開できて嬉しい限りです。

#### — お客様から直に感謝の言葉をいただけた

例えば、下記のようにコンテンツの質を評価していただく言葉をいただけたことが驚きでした。

節税対策を検討していたところ、たまたま武蔵さんが運営する「ウェルスハック」のホームページにたどり着いたのがきっかけでした。掲載されている記事の内容が分かりやすく、かつとてもロジカルであったため、思い切って無料面談を申し込みました。

営業の現場でも「ウェルスハック見ましたよ！」「とても丁寧に書かれていて素晴らしいですね！」といった声をいただくことが多く、一生懸命コンテンツを作って良かったなと心から思いました。

#### — 新人教育に役立った

実はウェルスハックの運営チームの主力メンバーは新卒1年目、2年目でした。

本当に価値あるコンテンツを作るためには、新卒であったとしてもひとつひとつの情報に責任を持たなければいけません。

そのためにも、ひと月に20冊以上の書籍を読み込んでもらったり、社内を駆け回って情報収集してもらったり、会社として責任を持って高品質な情報を提供するための努力をしてもらいました。つまり、良質なコンテンツの作成を通じて不動産投資の知識を強制的に仕入れることになったため、それが結果として新人教育に役立ったということです。

1年たった今では、1人でお客さんの投資相談に受け答えできるほどの知識を習得するまでに至りました。

## 4. お客様の声

### —とにかくコンテンツ作成が大変だった

とにかくコンテンツ作成が大変でした。1記事あたりどれだけ早くても5～6時間はかかりますし、それをその他の業務と並行して進めなければいけませんでした。私たちの場合水曜日と日曜日が休日です。毎週火曜日がミーティングでしたから月曜日にはバズ部にコンテンツを提出しなければいけませんでした。となると、土曜日の時点で私が各コンテンツに目を通す必要がありました。でも期日通りに各メンバーからコンテンツが上がってこないことがたくさんありましたから、だいたい日曜日の時間を使って頑張ってコンテンツを作るしかありませんでした。そんな日々を1年間送り続けてきたというのは、今振り返っても本当に大変だったと思います。ただ、割と早く成果が出たのでそれがモチベーションに繋がっていました。社内でも結果を共有する度喜びの声があがるので、それをモチベーションになんとかやり続けることができました。また、こうやって振り返るとバズ部の担当者にサポートしてもらったことが、情熱を絶やさずに取り組み続けられた大きな要因かなと思います。私たちだけでコンテンツマーケティングに取り組んでも、迷走していた可能性は高いですし成果も出なかったと思います。バズ部の担当が伴走してくれて全ての意思決定に関与していただけたからこそ、モチベーションも維持できたしこれほどの圧倒的な成果に繋がったのだと感じています。

### —途中で効率化を求めても意味がないと気づいた

コンテンツ作成が想像以上に大変だったため、効率化に目を向けたことがありました。本当に大変だったので、今のままじゃダメだと思っていました。でも、途中で「効率化は意味がない」と気づくようになりました。時間管理なんてできないし、とにかく時間をかけて地に足をつけてやるしかないと感じたのです。コンテンツ作成に近道はありませんでした。質を高めることはとてつもなく大変ですが、だからこそ価値があると気づいたのです。

- 時間をかけて情報収集する
- 徹底的にコンテンツを作りあげる
- 社内のコンセンサスを得る
- さらに質を高めるフィードバックを受ける

こういったプロセスを地道に繰り返すことでしか素晴らしいコンテンツは作れないのです。

## 4. お客様の声

### —バズ部は納得感のある良質なコンテンツを発信していた

当時お世話になっていたマーケティングコンサルタントにコンテンツマーケティングをおすすめされたのがきっかけです。

その一連の流れでバズ部を紹介してもらいました。

「検索ユーザーは目的をもって検索する」「そういった能動的に情報収集しているユーザーを集めることができたら良いのでは」と提案を受けました。「コンテンツマーケティングやSEOはそういったユーザーを集めることができるのに、やっていないのはもったいない」と言われて検討し始めました。また、私自身もともとバズ部の存在は知っていましたし、納得感のある良質なコンテンツを発信していることに信頼を寄せていました。

そしてバズ部の発信するコンテンツに目を通したことで、本質的なコンテンツマーケティングに取り組むことによるメリットを理解しました。

- 資産性のある自社メディアを保有できる
- コンテンツがストックされていくことで継続的成果が期待できる
- 理想的な見込み客を好きだけ集客できる
- 私たちに関心のある前向きなユーザーを集めることができる
- マーケティングプロセスが大きく改善される

バズ部を通じてこれらの期待が生まれ、問い合わせしたのが全ての始まりでした。

### —最初の面談で「魂を込めてコンテンツを作りましょう」と言われたがまさにその通りだった

面談で受けた印象は「ユーザーにとって価値あるコンテンツを提供する」というポリシーや理念が強いことでした。ただ単に集客できれば良い・成果が出れば良いというだけでなく、会社として一貫した軸があるように感じました。そういった経緯から、思い切ってコンサルティングを申し込んだのですがその後が強烈でした。

「本当にそこまでやるの？」と思うほど、徹底的にコンテンツの質を高める日々を送ることになりました。しかも、想像以上に自分たちで手を動かさなければいけませんでした。「ここまで自分たちでやらなければいけないのか」と衝撃を受けたことを覚えています。

実はこれまでもあらゆるコンサルティングを受けてきた経験があります。そのなかで「資料を渡されて終わり」といった投げっぱなしのやり方をたくさん見てきました。だからこそ、バズ部のコンサルティングはきつuitと感じましたし、その一方で徹底しているなと納得しました。

最初の面談で「魂を込めてコンテンツを作りましょう」と言われたのですが、まさにその通りでした。

## 4. お客様の声

### — 自分の手と時間を使うことが大切

コンテンツマーケティングで成果を出すためには、思っているよりも自分の手と時間を使わなければいけません。「後輩にやっておいて」というスタンスでやるときつとうまくいきません。1年間手を動かし続け、誰よりも時間をかけてきた自信があるからこそ言えることです。

- 会社として責任を持ってコンテンツを作ること
- 自分で動いて調べること
- 時間をかけてやり続けること

当たり前ですが、こういった姿勢で取り組むことが大切です。

そして、コンテンツマーケティングに前向きな環境を作ることも大切だと思います。「あの部署がやっている」みたいに他人事のように思われる環境では上手くいかないと思います。「会社全体でやっている」という認識を全員が持てる状態を作れたとしたらとてもやりやすいと思います。

私たちが実践したのは、会社の成果にどう繋がっているのかを見せていくことでした。全社ミーティングでコンテンツマーケティングの成果を共有すると、それを受け取った全員が前のめりになって話を聞いてくれます。こういった前向きな情報が社内に共有されていくと、結果として仕事がやりやすくなりますし、成果にも繋がりやすくなると思います。

## 5. サポート体制



取締役

石井 穰



執行役員

海老名 貴之



経営企画/セールス  
マネージャー

広瀬 淳



セールス/研修  
マネージャー

野口 陽司



マーケティングサポート事業部  
マネージャー

松澤 大輔



マーケティングサポート事業部  
マネージャー

木村 竜児



ライティング事業部  
マネージャー

ギンドゥス レオ



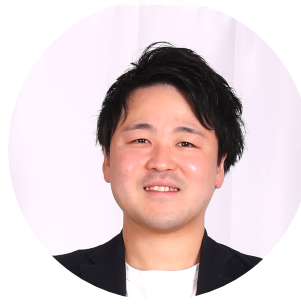
メディア事業&新規事業

房宗 和希



システムデザイン事業部  
マネージャー

鶴牧 万里



マーケティングデザイン部  
マネージャー

柳下 俊也



マーケティングデザイン部  
リードデザイナー

高橋 克也

他 **30** 名

※原則として社歴5年以上のスタッフがプロジェクトメンバーとしてアサインされます。

コンテンツマーケティング立ち上げ&運用支援サービスにつきましては、  
面談にてより具体的な実施内容等をご説明可能です。

詳細をお知りになりたい方は、下記ボタンからお問い合わせください。

コンテンツマーケティング立ち上げ&  
運用支援サービスについて問い合わせる >

# Lucy