

# オウンドメディア 運用のご紹介



remodcos!

## - 目次 -

1 オウンドメディアとは？

2 オウンドメディア活用の事例

3 オウンドメディア活用の  
メリット・デメリット

4 オウンドメディア運用の  
在宅チーム化を推奨する理由

5 体制図例

6 オウンドメディア運用フロー

7 運用するうえでの注意点

# オウンドメディアとは？



# ■ オウンドメディアとは？

オウンドメディアとは「**自社で保有するWebメディア**」の総称

主に、ホームページ・ブログ・メルマガから、会報誌・カタログ・パンフレットなど、**媒体を問わずにコントロールができるコミュニケーションツール全て**がオウンドメディアとなります！

## - 目的 -

- ・ 企業のブランディングに繋げる
- ・ 新規リードの獲得に繋げる
- ・ 商品、サービスの購入に繋げる
- ・ 人材の採用・求人に繋げる

この中から目的を選定する

# オウンドメディア活用の事例



# ■ オウンドメディア活用の事例

弊社はオウンドメディア「ピボットCEO」で

経営者に向けたお役立ちコラム&ホワイトペーパーの配信を行っています。

▼ピボットCEO（弊社運用オウンドメディア）トップページ



上記の  
一連の流れができるようになることで...

**プッシュ営業以外にも集客の仕組みを構築することができました。**



▼記事への資料DLリンク例

人事・組織内刊

経営者に必要なスキルは？スキルの身に付け方や会社経営を成功させるコツを解説

発行 SAL編集部 2022年11月29日

経営者とは会社の方針を決定する最も重要な役職です。会社の今後を左右する判断を求められる経営者は資質だけでなくスキルの習得も必要です。

ただし、求められるスキルは数多くあり、ある程度のはは網羅する必要があります。

本記事では経営者に必要なスキルや身に付け方を解説します。スキルを活かして会社経営を成功させるコツについても解説するため、経営者に必要なスキルについて理解を深めたい方は本記事を参考してみてください。

この記事をご覧の方にオススメの資料のご案内  
優秀な社員が採れない会社づくりの方法がわかる資料  
人手不足に悩む中小企業が「在宅チーム」を活用することで  
優秀な社員を確保し、利益率の高い組織をつくる方法のヒントが得られます。

資料ダウンロード(無料) ↓

このサイトの制作・コンテンツ考案などは在宅ワーカーが主体となって行っています！

# オウンドメディア活用の メリット・デメリット



# ■ オウンドメディア活用のメリット・デメリット

## メリット

- ・ **見込み顧客**を増やせる
- ・ ブランディングにつながる
- ・ 質の高いコンテンツ発信ができた場合、  
**顧客からの信頼**が高まる

## デメリット

- ・ 成果がではじめるまでに時間が掛かる
- ・ 運用にコスト・人的リソースが必要
- ・ 質の低い内容の場合、信頼性を損なう



## - 成果を出すためのポイント -

- ・ オウンドメディア立ち上げの**目的を明確**にする
- ・ PDCAを回し、**良質なコンテンツを継続**して掲載できるフローを構築する

# オウンドメディアは 在宅ワーカーでの運用がおすすめです！



# ■ オウンドメディア運用の在宅チーム化を推奨する理由

## ① 社員に運用経験がなくても、サイトの構築から運用までを安定的に行うことができる

- ・オウンドメディア運用をしっかりとやろうとする場合、**経験やノウハウ**が必須です。
- ・新たに始めたくても、社員採用から開始してはコストと期間がかかってきてしまいます。
- ・ノウハウを持った在宅ワーカーを活用することでスピーディに立ち上げを行い、さらに**既存社員にそのノウハウを引き継ぐ**ことも可能になります！

## ② 新しい取り組みを最低限のコストとリソースで始めることができる

- ・新しい取り組みには、できるだけミニマムに始めて**トライ&エラーしやすい環境**が理想的です。
- ・「そもそも正社員を増やしたくない」「ミスマッチした場合のリスクが高い」という理由から、新しい人材を獲得することのハードルは高い傾向にあります。
- ・在宅ワーカーであれば、業務委託契約のためトライ&エラーがしやすく、**最低限のコストとリソース**で新しい取り組みを推進することができます。

## ③ 必要な人材を必要な時期だけ活用できる

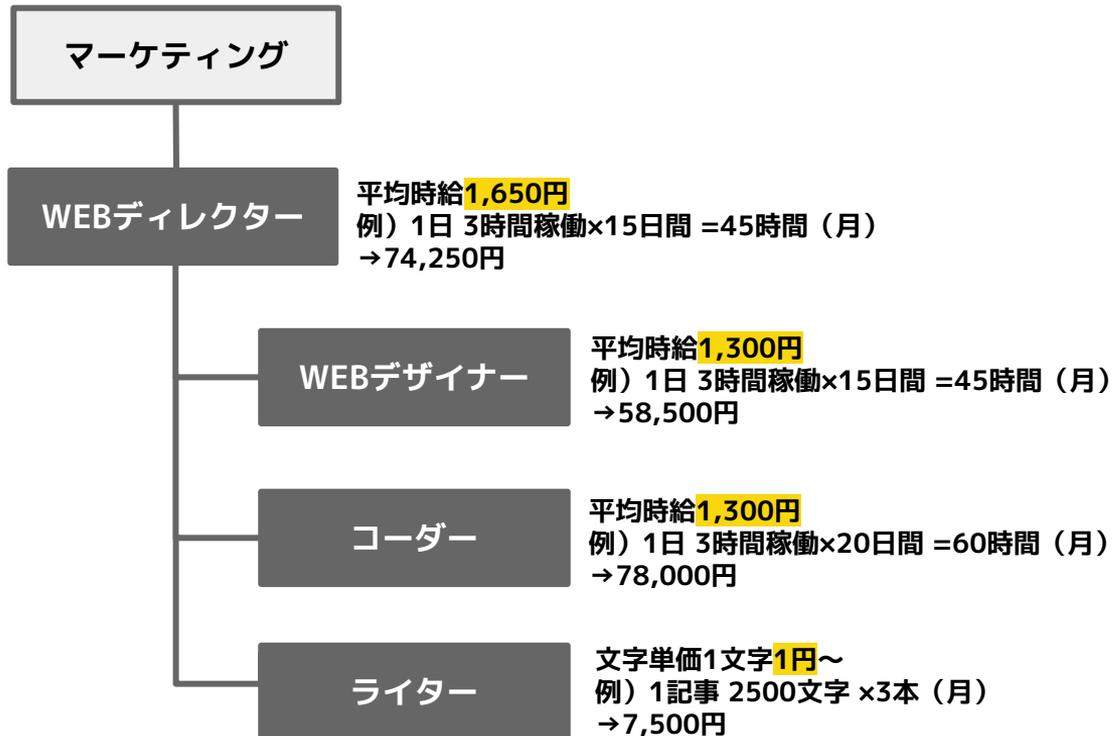
- ・在宅ワーカーは業務委託契約のため、社員のような**固定費はかかり続けません**。
- ・デザイナー、マーケティングコンサルタント（コンテンツ考案）、ライターなど必要な職種を必要な時期にだけ活用できることも大きなメリットの一つです。

# 体制图例

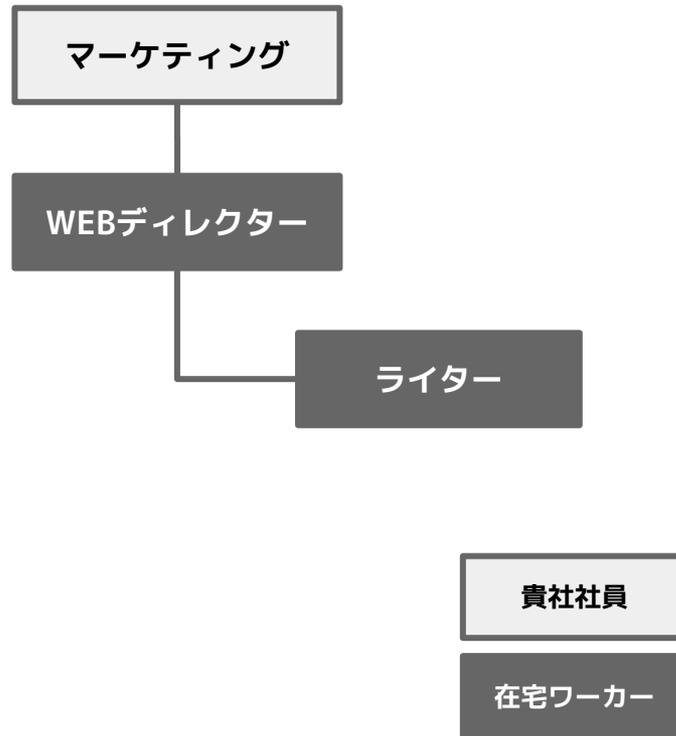


# ■ 体制図例

## 立ち上げフェーズ



## 運用フェーズ



# オウンドメディア運用フロー



# ■ オウンドメディア運用フロー

	1ヶ月目	2～3ヶ月目	2～3ヶ月目	4ヶ月目以降
	企画・調査	サイト制作	ライティング	振り返り
ToDo	<b>企画</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>目的の設定</li> <li>ターゲット、ペルソナ設定</li> <li>コンセプト決め</li> <li>予算決め</li> </ul> <b>調査</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>競合他社調査</li> <li>上位10サイトの記事</li> <li>キーワードの選定</li> </ul>	<b>設計</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>サイトマップ</li> <li>UI/UX</li> </ul> <b>デザイン</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>デザインコンセプト決め</li> <li>デザイン作成</li> <li>素材、画像準備</li> </ul> <b>実装・開発</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>コーディング</li> </ul>	<b>校正案</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>キーワード選定</li> <li>文章構成案作成(骨子)</li> </ul> <b>ライティング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>記事執筆</li> <li>画像、イラスト準備</li> </ul>	<b>結果を振り返り</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>PV数</li> <li>CV数</li> </ul> …etc.  <b>次の戦略策定</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>キーワード選定</li> <li>リライト作業</li> </ul>
誰が	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター</li> <li>WEBデザイナー</li> <li>WEBエンジニア</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター</li> <li>ライター</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター</li> </ul>
成果物	<ul style="list-style-type: none"> <li>企画案、戦略シートなど</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オウンドメディアサイト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>記事</li> </ul>	
コスト (目安)	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター 1,650円×3時間×10日×1名=49,500円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター 1,650円×3時間×10日×1名=49,500円</li> <li>WEBデザイナー 1,300円×3時間×10日×1名=39,000円</li> <li>WEBエンジニア 1,300円×3時間×10日×1名=39,000円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター 1,650円×3時間×10日×1名=49,500円</li> <li>ライター 6名 1記事=5,000円(4000~5000文字) L初期: 30本×5,000円=15万円~ L運用: 10本×5,000円=5万円~</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WEBディレクター 1,650円×3時間×3日×1名=14,850円</li> </ul>

# 運用するうえでの注意点



# ■ 運用するうえでの注意点

## ① 思うような成果が出ない

- ・ WEBマーケティングの分析のみ別ワーカーに委任し、ディレクターと連携を取る
- ・ KPIを見直す  
(KPI : Key Performance Indicatorの略、重要業績評価指標のことで、目標の達成に向けた行動を評価するための指標)

## ② 在宅チームに委任しているため、どのように運用が進められているのか把握が難しい

- ・ 定期的にディレクターMTGを実施し、現状報告を受ける場を設ける
- ・ 日報を送信してもらうことで現状を把握する

## ③ 炎上の対策

- ・ SNS運用上の注意点を運用前にディレクターとすり合わせる（権利侵害問題など）
- ・ 炎上した際の報告・対応フローを明確にしておく
- ・ 発生したトラブルはノウハウとして資料化し今後の運用に活かす

## 在宅チーム構築のご相談はSALまで！

今後のビジョンについての壁打ちだけでも構いません  
ぜひ一度株式会社SALまでご連絡ください



remodoo!詳細資料DLはこちら

今回は在宅チームを活用したオウンドメディア運用をご案内させていただきましたが  
集客・制作・バックオフィス・広報など  
様々な部署にて、在宅ワーカーの活用は可能です。

貴社の抱える課題や叶えたいビジョンについて  
どのように実現していくかを  
まずはご提案させていただけますと幸いです。  
(もちろん費用はかかりません)