



株式会社bonとは？-----	P3
そのお悩み、bonと一緒に考えましょう！-----	P4
コンサル × クリエイティブ-----	P5
おせっかいから生まれるトータルコーディネーター-----	P6
株式会社bonの特徴-----	P8
bonだからこそのおせっかいなこだわり-----	P9
bonならさまざまな、お悩みを解決します！-----	P14
bonが大切にしている想い-----	P30
お問い合わせからご発注までの流れ-----	P31
会社概要-----	P32

# お客様の事業成長に向き合い とことんやりつくす制作会社

bonは本来あるべき企業の成長に目を向けながら、戦略立案から施策の実行、評価までデジタル全領域をトータルコーディネートする制作会社です。

結果を自分ごととして捉え、メンバー一丸となって  
「一緒に結果を出すチーム」として走り抜けます。

お客様にとことん向き合うお節介さで事業の成長をデジタルで支えながら、  
お客様と一緒に喜べるような会社ありたいと考えています。

そのお悩み、bonと一緒に考えましょう！

何から始めれば良いか、分からない…

以前依頼したWeb制作会社は  
言ったことしかやってくれなかった…

自社のことを理解してから提案がほしいのに、  
コミュニケーションを取ってくれない…

プロに相談したいけど、自社都合の  
提案しか無く信頼ができない…



**そのお悩み、bonなら解決できます！**

お客様の目指したい未来に、とことん向き合うお節介さで  
根拠のあるデータから成果に直結する“最適な打ち手”と一緒に考えるチームとして  
おせっかいから生まれるトータルコーディネートを提供いたします。

結果を一緒に出すために、bonはデジタルのコンサルティング×クリエイティブの2本柱にこだわります。

お客様が抱える「売上向上」や「競合との差別化」といった多様な課題に対し、Webサイトの「制作」に留まらず、事業全体を見据えた戦略立案から具体的な実行までを一体的に支援しています。



## コンサルティング・戦略

調査・分析をもとに、データに基づく根拠のあるご提案を行い、選ばれる唯一無二の存在に引き上げるコンサルティングを実施。

### 市場・競合分析

**根拠があるからこそ、説得力のあるご提案に**  
根拠のあるご提案を行うため、お客様のビジネスやターゲットとなる顧客、競合を様々な方法で調査・分析。事業成長に必要な情報を徹底的に洗い出します。

### ブランディング

**お客様の「ならでは」を引き出す**  
広告やコンテンツの物量勝負ではなく、徹底した調査・分析をもとに他社にはない「ならでは」の魅力を見つけ出すことで貴社が選ばれる理由を設計。  
リード獲得や採用サイトに非常に有効です。

### 戦略設計・企画立案

**投資対効果を考えた最適な戦略を**  
お客様の目的やご予算に応じて、投資対効果の高い戦略設計・企画立案を行うことで、事業成長を後押しします。

### マーケティング

**成果に直結する施策を幅広くご提案**  
広告やSEO・SNS・コンテンツ・サイト導線など、デジタル施策全般をカバーし、お客様にとっての最適な手段を幅広くご提案いたします。

### コミュニケーション設計

**心を動かすコミュニケーション設計**  
伝えるだけでなく、顧客の心に届き、共感と納得を生むコミュニケーション設計で、ファンとの関係性を育てます。

## クリエイティブ

データに基づく成果に直結する最適な「打ち手」をご提案し、結果にこだわるクリエイティブを実現

### 情報設計

#### 「伝えたい」と「知りたい」をつなぐ設計

お客さまの思いや強みをただ並べるだけではなく、顧客の視点と行動を読み解き、迷わず届く構成に。

情報の優先度や流れを丁寧に設計し、共感と理解を生む導線をつくります。

### デザイン

美しさだけではなく、「ならでは」をカタチに見た目の美しさだけではなく、背景にある想いや体験価値を丁寧に言語化し、細部までこだわったデザインを作り出します。顧客の心に届く、「ならでは」の世界観を表現。

### コンテンツ編集

#### 「伝える」から「伝わる」へ

お客様の伝えたい情報を、単なる情報整理ではなく、「ならでは」に繋がり共感を生み出すコンテンツに編集いたします。

### CMS設計・開発

#### 運用担当者の視点で設計

更新のしやすさだけでなく、現場の運用に寄り添いながら、誰が使っても迷わず整えられる仕組みを丁寧に開発いたします。

### PDCA

#### 事業成長を目指したPDCA

納品して終わりではなく、事業成長にとことん寄り添い、一緒に成果を出すお節介なチームとして伴走いたします。

bonではお客様の事業成長にとことん向き合い、常にお客さまとワンチームでありたいと考えています。  
以前お付き合いしていた制作会社に対し、苦い想いをした経験があるお客さまも安心してご相談ください。

	bon	他社※
事業理解	徹底的にコミュニケーションをはかり、 言語化されていない「課題」まで掘り起こす	ヒアリングシートやテンプレートで 表層的なヒアリング
提案の カスタマイズ	一つ一つ手製にこだわり、 お客さまに合わせて最適化	パッケージプランに当てはめた提案
コミュニケーション 頻度	対面・電話・オンラインを 自在に組み合わせ、都度フォロー	気軽な相談タイミングが限られる 電話NGな会社も
提案の最適化	無駄を省きつつも 「必要なもの」は過不足なく実装	自社の利益を重視し、柔軟性を犠牲にしがち

※他社の情報に関しては、お客さまから寄せられたご相談を元に掲載

## 派手ではないけど、 結果を出すチームになる

派手さや話題性ではなく、  
貴社の事業成長に本当に必要な施策をご提案します。

業界・競合・市場を徹底調査し、根拠ある戦略を設計。  
制作ではユーザー導線とコンテンツ構成を緻密に設計し、  
公開後も解析と改善を重ねます。

マーケティング×ブランディング×クリエイティブで  
“選ばれる理由”を創出し、戦略と感性の両輪で成果を生み出します。

### CASE

確実なリニューアルで、  
コンバージョン率が**157%伸長**

リニューアル前に現状分析と市場・競合調査を実施し、  
ブランドコンセプトを明確化。サイト構成・デザイン・  
導線設計を戦略に基づいて行い、集客から成約までの流れを最適化しました。

特に、ユーザーが求める情報へスムーズにアクセスできる  
情報設計と、各導線でのCVR向上を狙った改善を反映。

公開後も継続的な解析と改善を行った結果、リニューアル前と比較して問い合わせ数が大幅に増加し、最終ゴール達成率が157%伸長。

#BtoB #公式サイト #市場調査 #ブランディング #制作・クリエイティブ

## 密なコミュニケーションで 成果を最大化する

制作過程での密なコミュニケーションを重視し、週1回の打ち合わせや随時相談を通じて方向性を共有。

事業理解を深めた上で、成果を最大化する施策を提案します。

公開後も解析・改善を重ね、成長を共に目指します。

### CASE

おせっかいなコミュニケーションが導く！  
お問い合わせ**125%増**を実現

徹底したヒアリングと“おせっかい”なほどのコミュニケーションを重ね、問い合わせ率125%増という成果を実現。

制作前の段階から事業理解を深め、ユーザー視点で情報設計やワイヤーフレームを再構築。さらに、キャッチコピーや導線設計など細部にまでこだわり、社内メンバー全員が納得できる提案を行いました。

業界内でのポジショニングやユーザー行動を踏まえた戦略的な提案を実施。結果として、社内での意思決定に自信が持てるようになり、プロジェクトの納得感と成果が大きく向上しました。

#BtoC #公式サイト #ブランディング #制作・クリエイティブ  
#顧客リード獲得

# クライアントの“ならでは”を 形にするため、1つ1つ手製に こだわる

テンプレートや既成の型に頼らず、ターゲットに選ばれるためのクライアント“ならでは”の価値を見つけ出し、デジタル施策で最大限に表現します。

企画・情報設計・デザイン・コピーライティング・開発まで、すべての工程を手作業で丁寧に積み上げ、自社の効率や利益よりもクライアントの事業成長を最優先。

細部まで妥協せず、唯一無二の成果を目指します。

## CASE

企業ブランドまで向上！  
採用サイトの刷新で**エントリー数増加！**

人材不足と高騰する採用単価に課題を抱えており、エージェント依存を減らすための採用サイト構築を提案。

市場調査と社内ヒアリングを通じて、将来性・安定性・子育て支援など業界イメージと異なる強みを抽出し、コンセプトを策定。情報設計・デザイン・撮影・インタビューを通じて、企業の強みや雰囲気を表現。

結果としてエントリー数が増加し、県の優良企業100選にも選出され、企業ブランドの向上にもつながった。

#BtoB #採用サイト #ブランディング #制作・クリエイティブ

# ゴールと予算に合わせた アイデアと トータルコーディネート

限られた予算でも最大限の成果を生むため、ゴールから逆算した施策設計を行います。事業目的や数値目標、ターゲット像を明確にし、SEO・広告・SNS・メールなど多様な手法から最適な組み合わせを選定。

短期的な集客と中長期的な成長を両立するトータルコーディネートで、過剰投資や効果の薄い施策を避け、「今やるべきこと」と「将来の成長に必要なこと」を整理してご提案します。

## CASE

### 限られた予算で成果を最大化！ 公式サイトの戦略的リニューアル

コロナ明け以降の集客低迷を受け、サイトリニューアルのご相談。当初の構成では制作費が高く、費用対効果の観点から再検討を実施しました。

ユーザーからの関心が高い一方、問い合わせ件数が少ない原因を分析。1ページ構成の公式サイトとブログ機能を導入し、日々の教室の様子や生徒の声、イベントレポートを発信できる構成をご提案いたしました。

理念をもとにコンセプトを策定し、デザインとコンテンツに反映。さらに、クライアントが自ら情報発信できる更新システムを整備し、ブログからの流入も増加。結果としてアクセス数とお問い合わせ件数が大幅に向上し、限られた予算内で高い成果を実現しました。

#BtoC #公式サイト #ブランディング #制作・クリエイティブ

## 公開後も納品して終わりではありません！ 解析と戦略会議を2ヶ月間無料で実施

サイト公開後2ヶ月間、アクセス解析と月1回の戦略会議を無料で実施しております。

集客やユーザー行動が不安定な初期段階で課題を早期発見し、改善の優先度を見極めることで成果を加速させるためです。

実際の利用データをもとにパフォーマンスと要因を詳細に分析し、短期的な改善案と中長期的な成長戦略を提示。着手すべき施策が明確になり、効率的かつ効果的な判断が可能になります。



お悩み01

どうすれば事業が成長するの？  
デジタル施策ってそもそも何があるの？  
どこから手をつければいいの？



bonなら

お節介なデジタルのプロが事業の成長をベースに  
一緒に施策を考えます！

## お悩み

多くのマーケティング施策を打ってきたが、  
結果が伴わず、どうしてもいいかわからない

### お問い合わせ内容

3倍UP

### ■お問い合わせ内容

これまで多くのマーケティング施策を打ってきたクライアント。それでも結果は変わらずお問い合わせが増えなかった。

### ■施策と結果

営業の方とお話をすると、ターゲットからはどうしても競合の名前が出てくること、でも不満があることをお伺いし、市場調査を実施。同じように悩むターゲットが潜在的に多くいることが判明したため、クライアントの新たなブランド確立ができ、お問い合わせ率が大幅に向上した。  
ブランド確立後、競合からクライアントに流れてくる顧客が多くなってきたとのこと。

#BtoB #公式サイト #市場調査 #ブランディング #広告

## お悩み

アクセスはあるのに、  
コンバージョン率が著しく低い

### 月間コンバージョン数

150件UP

### ■お問い合わせ内容

もともとサイトへのアクセスはあったが、コンバージョン率が著しく低い状況だった教育系のクライアント。

### ■施策と結果

施策を解析すると、記事からアクセスしたユーザーを取りこぼしていたこと、公式サイトにきたユーザーも情報設計が不十分だったり、特に会社の特徴が伝え切れていなかったため取りこぼしが大幅に発生していたことが判明。  
サイトの全面リニューアルではなく、重要な箇所のみ改修するとコンバージョン率がUP。  
その後ABテストも実施し、着実にコンバージョン率が上がったことで、月間のコンバージョン数が150件へUP。

#BtoC #公式サイト #市場調査 #ブランディング #制作・クリエイティブ  
#ロイヤル化・LTV向上 #顧客リード獲得

PRWIRE  
共同通信PRワイヤーサービス(読者・関係者)向け  
PRワイヤーサービス(読者・関係者)向け  
PRワイヤーサービス(読者・関係者)向け

「メディアに取り上げられる」  
プレスリリース配信は 記事化率  
共同通信 PRWIRE No.1

資料をダウンロードする  
1週3万! お試しプランを見る

記事化された企業様  
ワイヤーサービスの拡散力と戦略的  
な対応で、読者に届く広告を創出  
します

メディアに取り上げられた方からのお声

中小・ベンチャー企業  
前から集まらずに問い合わせの運  
絡が止まらなくなった

掲載方法  
クライアントで無事目標金額を達成  
することができた

中小・規模メーカー様  
地方紙での記事掲載により、製品の認  
知獲得に繋がった

icomo 放送大学 kikikoman NEXTEPON FUJITSU 大手薬品  
Leverages 東京大学 CUC 株式会社AGP 読売

Q.共同通信PRWIREと他社との違いは何ですか？  
PRWIREは数よりも価値を届ける  
プレスリリース配信サービスです

プレスリリースの配信目的は、  
メディアが客観的に報道することで、単なる情報開示以上の効果を生み出すこと。  
だからこそ、PRWIREは配信先メディアの数ではなく、  
「届けたいメディアへ、しっかり届く」仕組みを整えています。

PRWIREの3つの強み

01 業界No.1! 記事化率70%の実績

02 ビジネス視点UP 地方紙や業界紙にも強い

03 情報が埋もれず 届けたいメディアに届く

Point 01  
ブランド価値の向上とメディアリレーションにつながる  
業界No.1! 記事化率70%の実績

共同通信PRワイヤーで配信されたプレスリリースは、業界No.1の70%という記事化率を誇っています。

記事化とは、プレスリリースをもとに、Webメディアや新聞、雑誌などが記事として取り上げること。メディアに取り上げられ  
ることで、読者に届く広告を創出します。

株式会社共同通信ピー・アール・ワイヤー様

## リード獲得の戦略・施策・PDCAや広告など、年間で伴走

#BtoB #公式サイト #市場調査 #ブランディング #制作・クリエイティブ #広告

PRwire様のブランドを再定義。

毎週の打ち合わせを通じて施策を改善し、お問い合わせ率を大幅に向上。

### ■ 課題・プロジェクトの目的

サービスの入会申込み獲得を最終ゴールに設定。

競合に市場を奪われつつある現状を打破するため、年間予算を預かり、幅広いデジタル施策をトータルでコーディネート。

### ■ 実施したこと

#### 1. ブランドの再定義

デジタル施策単体では改善余地が少ないと判断し、「選ばれる理由」づくりから着手。

競合・市場調査により、競合サービスは知名度があるものの企業数が多すぎて埋没し、効果が出にくいというターゲットの課題が判明。クライアントへの詳細ヒアリングで強みや営業フローを洗い出し、「数より価値を重視するから記事化率No.1」というコンセプトを策定。テスト的に一部ページへ実装した結果、ヒートマップや解析で高い閲覧率を確認。重要なページへ徐々に展開し、CVRを大幅に向上。

#### 2. 年間ロードマップの作成

需要期と非需要期を分析し、年間の施策ロードマップを作成。

まずはCVR向上を目的にサイト改修を実施し、需要期に向けて広告施策を展開。

#### 3. 定期的な解析と戦略会議

週1回の戦略会議で中長期・短期の戦略を擦り合わせ、事業方針に沿ったデジタル施策を提案。

定期解析により施策の成果と要因を可視化し、次の施策に反映。

#### 4. 幅広い施策の提案・運用

公式サイト改善に加え、広告、メルマガ、ホワイトペーパー、オウンドメディアなどを総合的にご提案。

解析データを基に施策を随時チューニングし、最適化を実施。



株式会社共同通信社様

## 公式サイトをきっかけに

# 「選ばれる理由」を作り上げ、問い合わせ数を向上

#BtoB #公式サイト #ブランディング #制作・クリエイティブ

共同通信社様の事業内容を明確にし、ブランドを確立。

ターゲットから「選ばれる理由」を作り上げ、問い合わせ数の向上を実現。

### ■ 課題・プロジェクトの目的

サイトからの問い合わせ件数が少ないという課題をいただき、弊社にてサイト解析から着手。分析の結果、検索経由の流入が少なく、ニュースサイトからのアクセスも限定的であることが判明。さらに問い合わせ率が低く、サイト内のページ遷移も少ないことがわかった。原因は、共同通信社様の強みや事業内容を伝えるコンテンツ不足と、回遊を促す設計の不十分さだった。

### ■ 実施したこと

まず「選ばれる理由」を明確にするため、コンセプト立案から開始。複雑な事業構造を整理するため、10以上の部署の部長様へヒアリングを実施。編集者と議論を重ね、「らしさ」ではなく、共同通信社様しか持っていない「ならでは」を策定するため、強みやこだわりを抽出し、「編集力とネットワーク」を軸にブランドを定義。「想像するなら、共同で。創造するのも共同で。」というコンセプトを策定。

このコンセプトに基づき情報設計を行い、多様な事業や独自の強みを伝えるコンテンツ・ページを構築。デザインも競合との差別化とイメージ訴求を両立させる方向性を採用。開発面では、納品後の運用方法を共有しながら、担当者様と共にCMSを綿密に設計。

結果として、問い合わせ件数が増加し、高い評価をいただいた。



株式会社ヤマコー様

## 企業ブランディングを軸に、公式サイトをリニューアル

#BtoB #公式サイト #市場調査 #ブランディング #広告

ヤマコー様のブランドを再定義し、事業・サービス内容を整理。

ヤマコー様「ならでは」の価値を明確に打ち出した公式サイトを、STUDIOで構築。

### ■ 課題・プロジェクトの目的

ヤマコー様は、オフィスのネットワークワーク・レイアウト・デジタルツールまでトータルにサポートするOA機器会社。

弊社もプリンターやネットワーク面でお世話になっており、その誠実で紳士的な仕事を日頃から実感しています。

顧客に寄り添った提案や万全のサポート体制は、一般的なOA機器会社と一線を画す魅力ですが、旧サイトでは十分に伝わっていませんでした。そこで、ブランドの確立を目的に公式サイトリニューアルをご依頼いただきました。

### ■ 実施したこと

豊富なソリューションと強みを正しく整理するため、役員の方々だけでなくスタッフの皆様にもヒアリングを実施。

週1回ペースで継続的に打ち合わせを行い、ヤマコー様が「お客様と同じ視点で、同じゴールを目指す企業」であることを軸に、コンセプトを「オフィスの至近距離アドバイザー」と設定しました。

情報設計では複数パターンを作成し、幅広いニーズを持つターゲットを効果的に各サービスページへ誘導できる構成を試行錯誤。

各サービスの強みがしっかり伝わるページ設計を行い、誠実さ・技術力・丁寧さが直感的に感じられるデザインを採用しました。

また競合調査を行い、差別化につながる方向性をご提案。

最終的には、ヤマコー様と運営方針を共有し、社内で容易に更新できるようSTUDIOで構築しました。

お悩み02

今の施策が、事業の成長につながっているの？  
効果があるのか把握できていない  
コストだけかかってそうで不安…



bonなら

お客さまに合うプランをお客さまのサイズ感に合わせて  
ご提案いたします。

## お悩み

採用単価が高いと感じるが、  
今の施策であっているかわからない

月間エントリー件数

2件 → 72件

### ■お問い合わせ内容

エージェント含めて様々な採用施策を行ってきたが、採用単価が高く、費用対効果に疑問を感じていた。

### ■施策と結果

エージェント含め採用施策と効果、費用を全て調査し、費用対効果を測定。

その上で、市場・競合分析を行い、各施策の有用性を分析し、無駄な施策とコストをカット。その分を有効な施策に振り分け、企業ブランディングと採用サイトを構築。

検索からのアクセスが大幅に増え、エントリー数が月間70件UP。採用人数も大幅に増えたため、次の事業計画を進められた。

#採用サイト #BtoC #認知・想起

## お悩み

何が成果を生み、  
何が無駄なのかわからない

月間コンバージョン数

大幅UP

### ■お問い合わせ内容

施策ごとの効果測定を行っておらず、今の施策の課題点がわからない。だからこそ成果に繋がる施策が見えていなかった。

### ■施策と結果

プロモーション施策を全て解析し、Webアンケートとデプスインタビューを主とした市場調査、競合の施策や便益などを競合調査として実施。

さらにサイト訪問者を潜在層、準顕在層、顕在層に分け、それぞれのターゲットのニーズや行動パターンを洗い出し。

ターゲットが競合に不満を持っている、かつクライアントの独自の強みを掛け合わせてコンセプトを立案。

閲覧するとコンバージョンしやすくなるページにテストマーケとしてコンセプトを掲載すると、大幅にコンバージョンへの寄与度がアップ。

その後、他ページへ展開しコンバージョン率が大幅にアップした。

#BtoB #公式サイト #市場調査 #ブランディング #制作・クリエイティブ  
#認知・想起 #顧客リード獲得





松尾ダンスワールド様

## 予算を抑え、認知とお問い合わせを獲得した公式サイト

#BtoC #公式サイト #ブランディング #制作・クリエイティブ

大阪本町のダンス教室・松尾ダンスワールド様の公式サイトを構築し、アクセス数とお問い合わせ数の向上に成功しました。

### ■ 課題・プロジェクトの目的

コロナ明け以降、教室の集客が伸び悩んでいたため、サイトリニューアルのご相談をいただきました。

当初ご提示いただいた構成では制作費が約400万円となり、教室の規模から1年での投資回収は困難と判断しました。

そこで「どのようなサイトが最適か」「リニューアル自体が事業貢献につながるのか」という根本から検討し、デジタル施策を網羅的にご提案しました。

### ■ 実施したこと

1階に設置されたチラシがよく持ち帰られていることから、近隣住民の関心は高いと判断しました。

一方で、教室が2階にあり内部の様子が見えないことが集客の障壁になっていると仮説を立て、GA4によるアクセス解析でその傾向を裏付けました。

限られた予算の中で認知拡大とお問い合わせ増加を両立するため、公式サイトは1ページ構成とし、その下層にアクセス獲得を目的としたブログ更新機能を実装しました。

トップページには「今日の風景」欄を設け、日々の教室の様子を発信できるようにしました。

加えて、生徒様の声やイベントレポートを掲載する枠も新たに設け、教室の魅力や雰囲気により伝わる構成にしました。

さらに、理念のヒアリングを踏まえて「社交ダンスを通じて人生を変えるきっかけを応援する」というコンセプトを策定し、コンテンツやデザインをこのコンセプトを軸に設計しました。

併せて、クライアントが自ら情報を発信できるよう更新システムを整備し、操作方法のレクチャーも実施。クライアント自らブログを継続的に更新され、その記事からのアクセスが徐々に増加したことで、公式サイトへの流入にもつながりました。

これらの取り組みにより、アクセス数は大幅に増加し、予算を抑えながらもお問い合わせ件数の向上につながりました。

お悩み03

デジタル領域はわからないことが多い  
自分たちのことを理解してくれるのかな？  
初心者でついていけるか心配



bonなら

細やかなコミュニケーションで  
事業からお客さまを理解し、丁寧にサポートいたします

## お悩み

今の業者の対応に不満。  
本当に必要な提案なのかわからない

月間エントリー件数

Web知識ゼロ  
から社内運用へ

### ■お問い合わせ内容

社内にデジタルの知識が無い製造業のクライアント様。これまでの更新内容と保守費用がbonからすると健全な状態ではないことが分かり、クライアントも不満が溜まっていた様子。

### ■施策と結果

bonにてその業者から全情報を引き上げクライアントと業者の保守契約を打ち切り、その後クライアント社内のスタッフ様へサーバー情報を集約し、WordPressの操作方法やデジタル戦略をお伝えし、クライアント社内で運用が可能となった。

#公式サイト #BtoB #保守・支援

## お悩み

短期間で売上を伸ばしたい。  
でも、デジタルのことはわからず不安

売上

200万円獲得

### ■お問い合わせ内容

売上が一時的に落ち込んでおり、短期間での回復が必要な状態。自社のことを理解し、本当に必要な施策を提案してくれるか不安を抱えていた。

### ■施策と結果

【メルマガ1本で200万円の売上獲得】

月間の売上が不足しているのご相談を受け、過去配信したメルマガを若干調整し再送することをご提案。手間と時間をかけずに、メルマガだけで200万円の売上を獲得できた。

【2ヶ月後のお問い合わせ数が1.5倍へ】

公式サイトへのアクセスが多かったため、機会損失が起きている要因を特定し、部分的に改修しただけで、お問い合わせ数が1.5倍にUP

#BtoC #公式サイト #メルマガ #制作・クリエイティブ #顧客リード獲得

東京のビジネスホテル様

## メルマガの月間売上を約70万円から600万円へ増加

#BtoC #市場調査 #制作・クリエイティブ

### ■ 課題・プロジェクトの目的

社内で作成していたメルマガについて、ファン層への情報発信を強化し、メルマガ経由の売上を伸ばしたいという相談を受けた。

解析の結果、開封率・遷移率・予約率のいずれも十分な水準ではなく、大幅な改善が必要と判断。

### ■ 実施したこと

年間の予約件数の推移を共有してもらい、配信内容を企画立案。

予約が少ない月にはキャンペーンを打ち、予約が多い月にはブランディングに重点を置いた内容を提案。併せて、メルマガ会員が楽しめるようなキャンペーン企画も実施。

毎月のメルマガ解析を基に、企画やクリエイティブを随時改善。

メルマガとしてはボリュームは多いが、企画内容にこだわっているため、回を重ねるごとに開封率や読了率が上がり、その結果、予約件数・売上は継続的に向上し、多い月にはリニューアル前の約8倍にあたる600万円の売上を達成。

当初の目的であったファンのロイヤル化と売上向上に貢献。





## 小田急電鉄株式会社様

# 小田急くらしサポート公式サイト

#BtoC #公式サイト #制作・クリエイティブ

ハウスクリーニングなど暮らし全般に関わるサービスを提供する小田急くらしサポートのサイトリニューアルを行いました。

### ■ 課題・プロジェクトの目的

競合他社と比較して、構成やコンテンツの興味促進が弱いという課題がありました。

また指名検索数も少なく、サービス認知を高めるためのコンテンツマーケティングの改善や小田急くらしサポートだからこその強みや魅力が伝わるサイトリニューアルを目指しました。

### ■ 実施したこと

ハウスクリーニング関連の一般的なサービス内容は、競合他社でも似てくるため、差別化かつ興味促進させるためにより詳細な情報を掲載し、新たにスチール撮影も実施しました。また暮らしに関する5つのサービスは、各々でTOPページを設けてそれぞれのユーザーニーズに応えられるような構成としました。また運用面では既存CMSの汎用性やユーザビリティに課題があり、新たなCMSを構築して使い勝手を大幅に改善しました。オウンドメディアに関しては、小田急沿線ユーザーに認知獲得できるようにメディア方針や記事内容をご提案、改善を実施しています。



エムオーテックス株式会社様

## 採用サイト

#BtoB #採用サイト #制作・クリエイティブ

情報セキュリティ対策をメインとした製品・サービスを提供している  
MOTEX様の採用サイトを作成しました。

### ■ 課題・プロジェクトの目的

MOTEX様が求める人材像や仕事内容をサイト上で上手く伝えられていないという課題がありました。そのため説明会等でギャップが生じるという背景があり、それを払拭させるために「働き方を、平和に変える。」という製品のブランドコンセプトを基に、社員の人柄や雰囲気、業務内容の伝え方をこだわって作成しました。

### ■ 実施したこと

MOTEX様がどんな企業でどんな特長があるのか、どんな想いがあるのかをヒアリングして、社員の方々が口々にしていた「笑顔」「開放的」「自然体」「意欲的」というワードを抽出して全体の方向性を策定していきました。本PJは、ビジュアル・デザイン・コピー・動画・アニメーションといった全てのアウトプットを担当させていただき、「働き方を、平和に変える。」を表現する採用サイトに仕上げることができました。



アクアクララ株式会社様

## アクアクララ 公式サイトリニューアル

#BtoC #公式サイト #制作・クリエイティブ

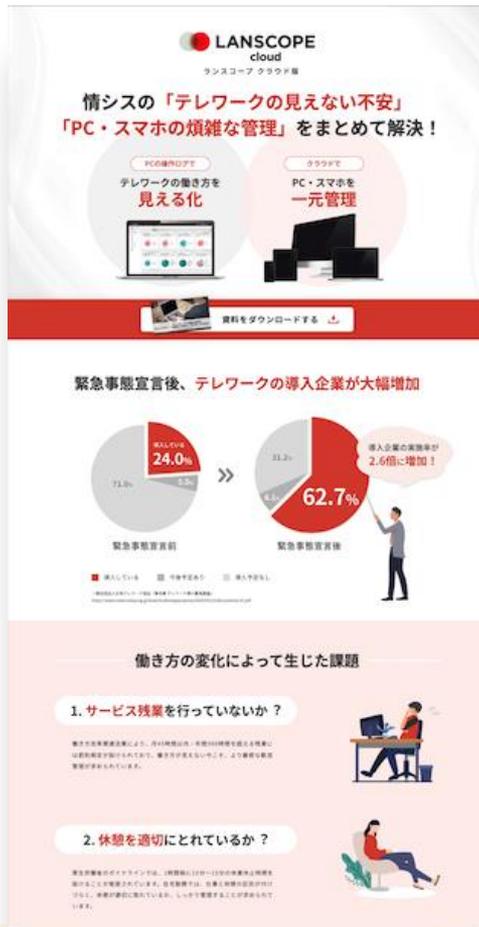
水の美味しさプロダクトデザイン、子育てを応援するウォーターサーバーとして定評のあるアクアクララ様のサイトです。

### ■ 課題・プロジェクトの目的

サイトリニューアルから数年が経過し、表現技術の古くなった構築を大幅に見直し、モバイルファーストの設計やトレンドを鑑みたデザインの一斉、SEOを活かした自然検索からのCVRの向上を中心にサイト全体のCVR向上を目指したリニューアルを実施しました。

### ■ 実施したこと

ヒアリングや競合サイト分析から『子育てファミリーを応援』という差別化ポイントを抽出し、それをテーマとしたデザインを展開。また、情報設計ではGoogleアナリティクスにてアクセス解析を実施し、顧客の層に分けた課題を抽出して改善案を提示。記事コンテンツから潜在層の引き上げなど、それぞれの層に合った情報設計を展開。



エムオーテックス株式会社様

# LANSCOPE クラウド版 ランディングページ

#BtoB #公式サイト #制作・クリエイティブ

MAツールと連携したフォーム開発を含む、  
「LANSCOPE クラウド版」のLPを制作しました

■ 課題・プロジェクトの目的

「LANSCOPE クラウド版」がテレワーク下の働き方の見える化に貢献することをしっかり訴求できるように、管理画面を大きくわかりやすく配置するなど、デザイン・レイアウトを工夫しました。

■ 実施したこと

ページ右側にフォームを固定表示させ、関心をもったユーザーが問い合わせしやすい設計となっています。フォームはMAツールと連携する機能を実装しています。

bonが大切にしていることは

**「目の前のお客さまの事を1番に考えること」**

ノルマとか、効率とか

自社の都合ばかり考えるのではなく、

ただひたすらに真っ直ぐに

目の前のお客さまを第一に考える企業を応援したい。

そのような企業の「真の事業成長」を実現させることで

世の中はもっと幸せな人が増えると考えています。

だからこそ、

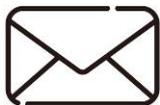
私たちはお客さまの事業の本質にとことん向き合い、成果に直結する

“最適な打ち手”を一緒に考え続けるおせっかいなチームなのです。

成果に直結する“最適な打ち手”を一緒に考えるために、まずは丁寧なコミュニケーションから。

ご予算やイメージとのズレを防ぐため、双方の疑問を丁寧に解消し、納得感のあるスタートを大切にしています。

## お問い合わせ



「こんなんでいい？」  
「自社に合う方法って何かある？」  
など何でもご相談ください。

## 無料相談 すり合わせ



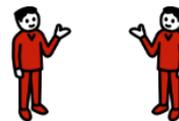
お問い合わせをいただいた後は、  
無料相談にてじっくりと擦り合わせ  
を行います。  
事業課題からお伺いすることもご  
ざいますので、ご遠慮無く今のお  
困りごとや不安などお聞かせくだ  
さい。

## ご提案



お伺いしたお話をもとに、弊社か  
らは最適な打ち手をご提案させて  
いただきます。  
場合によっては、複数回のご提案  
をさせていただく場合もございま  
す。

## ご検討・調整 すり合わせ



ご提案内容にフィードバックをい  
ただき、必要があれば内容を調整  
し進行方針などについてすり合わ  
せさせていただきます。

## ご発注



内容やお見積もりがフィックスし  
ましたら、ご発注いただき、プロ  
ジェクトを進行させていただきます。

お客様の目的に寄り添ったご提案を行い、ご検討・調整を経て、納得いただいてからご発注いただけます

社名	株式会社bon
創業	2013年3月
資本金	5,000,000円
代表取締役	小川 カ也
所在地	<b>大阪オフィス</b> 〒541-0053 大阪府大阪市中央区本町4-2-12 野村不動産御堂筋本町ビル5階-03M
	<b>東京オフィス</b> 〒107-0061 東京都港区北青山3-6-7青山パラシオタワー 11階
TEL	06-6131-9837
MAIL	info@boninc.co.jp
HP	<a href="https://boninc.co.jp/">https://boninc.co.jp/</a>

最後までお読みいただき、ありがとうございます。  
bonに興味を持っていただいた方は、  
お気軽にこちらからご連絡ください。

## お問い合わせ



06-6131-9837



info@boninc.co.jp

上記以外に、弊社公式サイトからお問い合わせも可能です