

コンテンツマーケティング担当者育成パック ー カリキュラムのご説明 ー



Contents Marketing Staff Training Pack

株式会社グリーゼ

<https://gliese.co.jp>

Confidential

© Gliese Co.,Ltd. All rights reserved.

コンテンツライティング講座

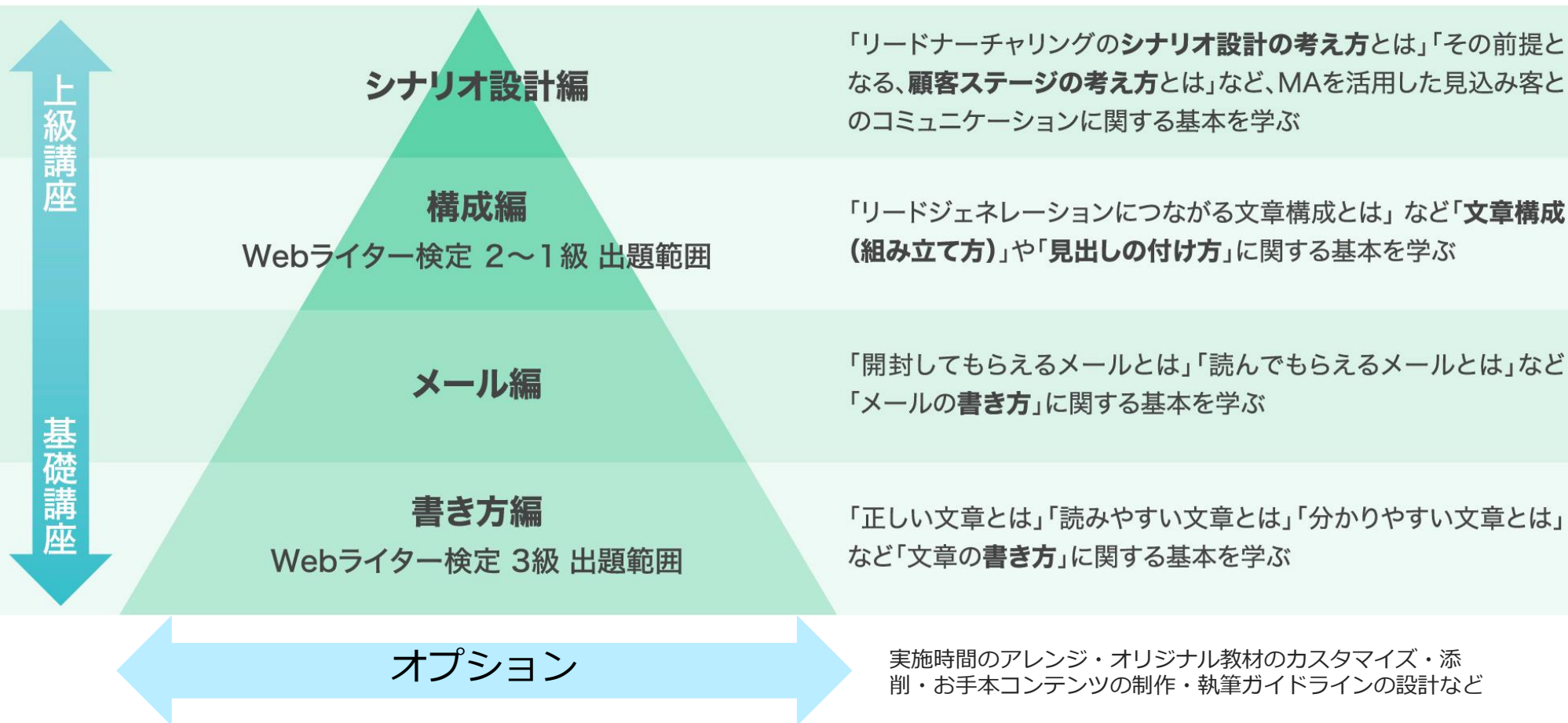
Contents Writing Training

Outline

概要

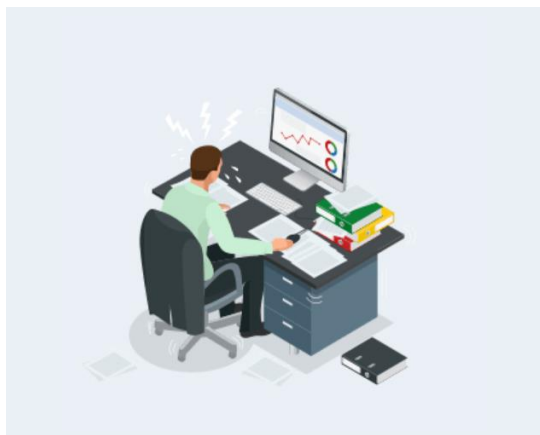


学校では学べなかった「人を動かす文章の書き方」。基礎から体系立てて学べるカリキュラムが、ここにあります。

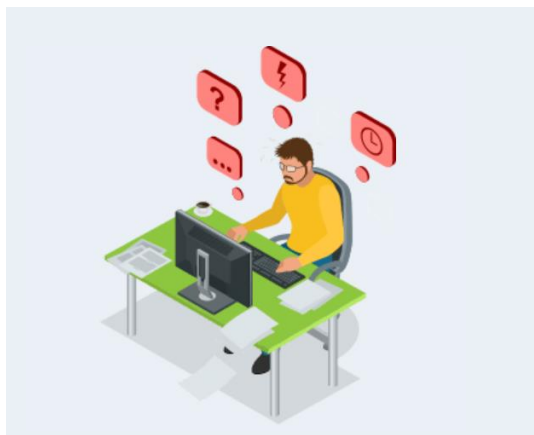


- ✓ コンテンツマーケティングに課題を感じている企業様向けの研修です
- ✓ 特に、自社で**コンテンツ制作を行っている担当者様**にとって、すぐに役立つノウハウを詰め込んでおります

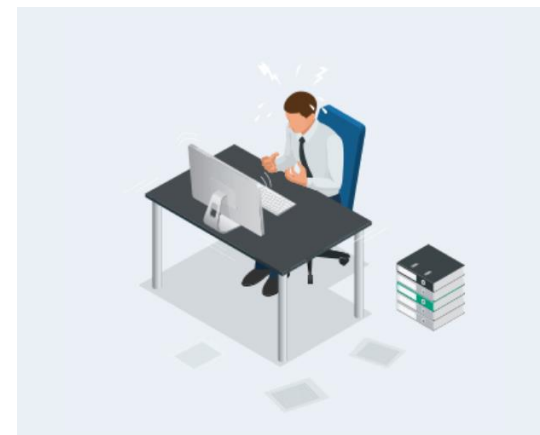
💡 こんな企業にオススメ



コンテンツの作り方がわからない。
自己流で作っているの自信がない。



MA活用のための人材を
育成したいが時間がない。
教育の仕方がわからない。



MAがメール配信システムと
化してしまっている。
もっと活用したい。



1. 株式会社パソナと共同開発し、株式会社クラウドワークスのWebライター検定のテキストとしても採用されている、信頼できる研修です。
2. 住宅設備メーカー、生命保険会社、転職エージェント、経営コンサルティング会社、Sier、電子部品関連専門商社、金属製品メーカーなど、様々な業種で採用されています。
3. ワークショップ（演習）をはさみながら進めるので、「わかる」だけでなく「できる（書ける）」ようになります。
4. 何名で受講していただいても費用は変わらないので、人数が増えれば増えるほどお得です。録音録画も可能なので、当日参加できなくなった方のフォローにも使えます。
5. 実施時間のアレンジ・オリジナル教材のカスタマイズ・添削など、様々なオプションをご用意しています。

コンテンツライティング講座
書き方編



コンテンツライティング講座
構成編



コンテンツライティング講座
メール編



New
コンテンツライティング講座
シナリオ設計編



ビジネス企画（女性）

- セミナー受講をし、メルマガ配信に必要な基本知識からコツまでを知ることができました。
■ 解説と資料は、簡潔かつ分かりやすく、まさに「明日から実践できる！」の見出しがつきそうなセミナーでした。実際にメルマガ配信を先月からやり始めたこともあり、大いに活用させていただき、またこれからも参考にしながら頑張っていきます。ありがとうございました。

マーケティング担当（女性）

- 良かった点① ライティングの知識を体系的に学ぶことができた。
■ 良かった点② メルマガ編があることで、より具体的な書き方のヒントを得ることができた。いろいろと質問させていただき、大変勉強になりました。ぜひ今度は、実際に書いたメルマガを添削する勉強会や、ステップに合わせたメルマガの実例を見ることができると嬉しいです。

マーケティング担当（女性）

- 何気なく書いてしまっている文章を、改めて見直すいいきっかけとなりました。
■ 正しい知識・少しの工夫で、格段に「伝わる文章」になることを実感できました。特に「一文一義」は強く印象に残っています。現在の業務にすぐにかせるので、大変ためになりました。今後は、さらに続きの講義を受講したくなりました。

参考) **セミナーレポート** MA導入企業のためのコンテンツマーケティング担当者育成パック（カスタマイズ版）

https://gliese.co.jp/success/article/ma_1.html

WEBチーム N様

どんな点が特に役に立ったか、どんなところが今後の業務に役立ちそうか

コンテンツライティング講座はWEB初心者でもわかりやすくコンテンツ作成の基礎知識や準備から構成までの流れを理解することができとても参考になりました。また**相手に興味・関心を持ってもらうコンテンツにするための**、文章の長さや適切な言葉の使い分けについても今後の業務に役立てていきたいと感じました。今回の講座でポイントとなった、**お客様のbeforeをafterに変化させることを意識しながら**、コンテンツ作りに臨んでいきたいと思います。

受講を検討されている企業に向けて、推薦のメッセージ

WEBコンテンツ作成について、基本をしっかり学べる学習内容でプログラムを構成して頂きました。**自社の課題を事前にヒアリングしてくれるので**、学習したい内容でカスタマイズできる点がとても良かったです。

営業部 F様

どんな点が特に役に立ったか、どんなところが今後の業務に役立ちそうか

後半の構成についてのセッションが特に役立ちました。お客様の心理のbefore⇒afterを最初に考えること、**読んでもらいたいターゲットによって内容の専門性を変えることが大切**というのは、学習しないとなかなか気づけないことだと思うので貴重な機会でした。

受講を検討されている企業に向けて、推薦のメッセージ

単なる作文ではなく、**読み手に何か伝えたい・行動を起こしてもらうための文章**を初めて書く方には、基礎的なことから教えていただけるので、理解しやすい内容だと思います。

御社にて研修実施 (1講座6時間／何名でも受講可能)

講師が御社のご指定の場所に出向き、研修を行います

書き方編 45万円（何名でも受講可能）

メール編 55万円（何名でも受講可能）

構成編 65万円（何名でも受講可能）

シナリオ編 75万円（何名でも受講可能）

- 2講座以上まとめてお申込みいただいた場合は、10%オフ
- 動画＋対面講座の組み合わせも対象
例)
 - 書き方編（対面）＋ 構成編（対面）＝ 45万円＋65万円＝110万円 **99万円**
 - 書き方編（動画 質疑応答なし 30名受講）＋ 構成編（対面）＝ 16万円＋65万円＝81万円 **72.9万円**
- 上記の価格に別途消費税がかかります
- テキストは御社にて印刷をお願いいたします
- 様々なアレンジが可能です。詳しくは「オプション」のページをご参照ください。

柔軟に対応いたします。ご要望をお聞かせください。

お問い合わせから実施までの流れ



- 講座実施日の5営業日前までに、その時点での最新のテキストをデータでお渡しいたします。
- テキストの印刷は、御社にてお願いいたします。
- 講座実施日の5営業日前までに、参加者リスト（所属部署・業務などがわかるもの）をお送りください。
個人が特定できる情報は、必要ありません。
- 遅刻・途中退席は基本的には不可とさせていただいておりますが、やむをえない理由がある場合には、途中で抜けられても構いません。
- 受講人数に上限はありません。地方からテレビ会議などを通じてご参加いただいても構いません。
- プロジェクタ／スクリーン／ホワイトボード／マイクをご用意ください。
- 受講者の方は、筆記用具をご持参ください。
- 準備・後片付けなどのため前後30分ずつお時間をいただきます。
- テキストの複製、無断配布は固くお断りします。

コンテンツライティング講座

Contents Writing Training

Option

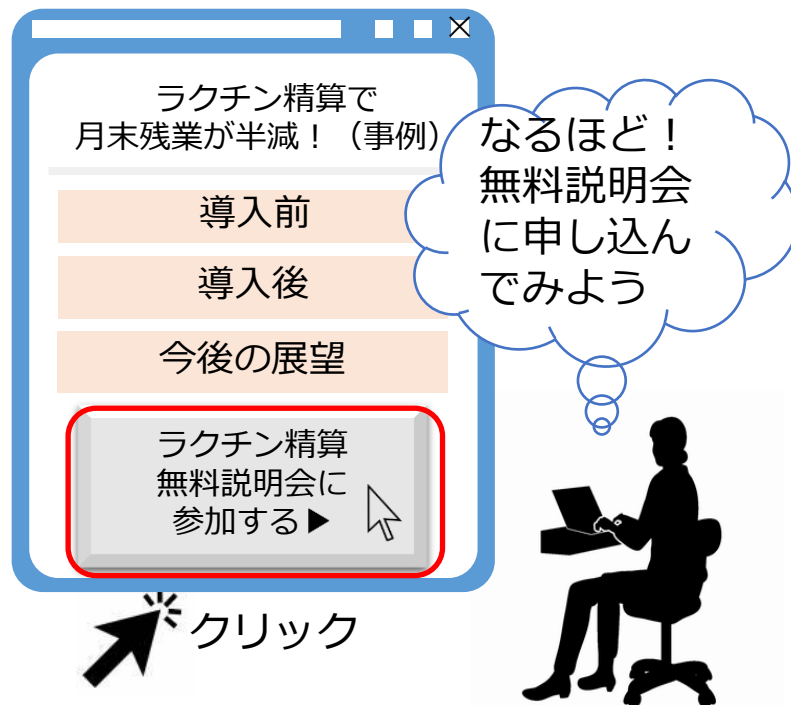
オプション



テキスト内の演習では、題材として、架空の「ラクチン精算」というクラウドツールや、オフィス向けのシュレッダーを販売している企業を取り上げています。これらの題材を、御社の商材に差し替えることで、より理解が深まる場合があります。

※事前に御社商材に関する説明の資料などをご用意いただく必要があります。

※テキストのカスタマイズに、10営業日～いただきます。



ラクチン精算で
月末残業が半減! (事例)

- 導入前
- 導入後
- 今後の展望
- ラクチン精算
無料説明会に
参加する▶**

なるほど!
無料説明会
に申し込ん
でみよう

クリック

A silhouette of a person sitting at a desk with a laptop is shown below the menu. A thought bubble above them contains the text 'なるほど! 無料説明会に申し込んでみよう'. A red box highlights the '参加する▶' button in the menu, with a mouse cursor icon and the word 'クリック' (click) next to it.



GOODサプライ

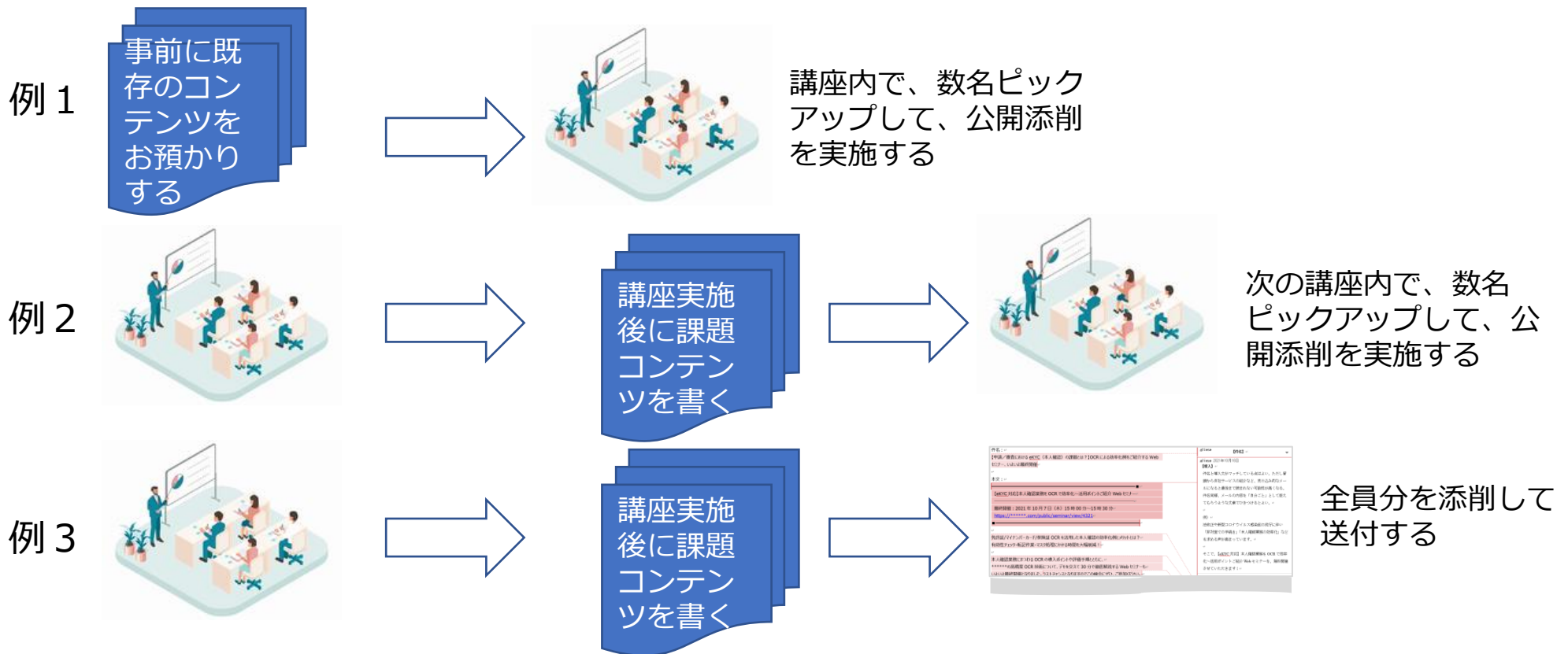
そのシュレッダーで守れますか?

不安な方はいますぐクリック▶

The advertisement features a close-up image of a hand pointing towards a pile of shredded paper. The text '不安な方はいますぐクリック▶' is overlaid on the bottom right of the image.

講座の前後に、社員の方が書いたWebコンテンツやメール文の添削を入れることで、より理解が深まる場合があります。下記のような様々なやり方で、添削を実施しております。

※事前に「何を添削するか」「誰を添削するか」「いつまでに添削するか」等のお打ち合わせをお願いいたします。



「MA導入企業のためのコンテンツマーケティング担当者育成パック」の基本構成

書き方編：6時間 +
 構成編：6時間 +
 メール編：6時間 +
 シナリオ設計編：6時間
 の計24時間（4日）



お客さまが必要としているスキルなどに応じて、カスタマイズが可能です。

基本カリキュラム

1日目	書き方編	2日目	構成編	3日目	メール編
1		1		1	
2		2		2	
3		3		3	
4		4		4	
5		5		5	
6		6		6	

カスタマイズ版

1日目	書き方編 前半	2日目	書き方編 後半	3日目	メール編 抜粋
1		1		1	
2		2		2	
3		3		3	

カスタマイズ例)

東京都恵比寿のA社様では以下のご要望をいただきました。

- 1) 3時間×3回で実施したい
- 2) 基本的な書き方を中心に、
メールに関してもポイントを抜粋してレクチャーしてほしい

左図のようにカスタマイズして
3時間×3日間の講座を実施しました

※ 1 講座 ミニмум2時間から可能です（ご相談ください）

オプション) ウェビナー形式／ハイブリッド形式での実施 Gliese

Web会議システムを利用した研修への変更も可能です。

Zoom等のWeb会議システムを利用して、非対面／非集合型で実施することも可能です。お気軽にご相談ください。

 書き方編：6時間 +  構成編：6時間 +  メール編：6時間 +  シナリオ設計編：6時間

の計24時間（4日）

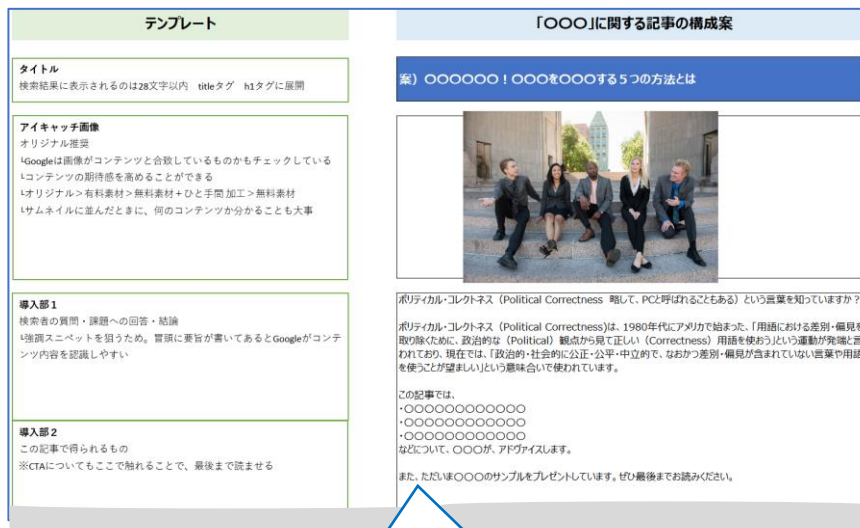


- ✓ 1回あたり、Max3時間で実施できるようにカスタマイズいたします（回数は調整）
- ✓ 事前のミーティング（Web会議）にて、実施内容、時間、進め方などを調整させていただきます。
- ✓ 基本的に「顔出し」での受講をお願いしております。
- ✓ ネット環境などの状況によって、研修中に通信が途切れたり、音声などが伝わりにくくなる可能性があります。あらかじめご了承ください。

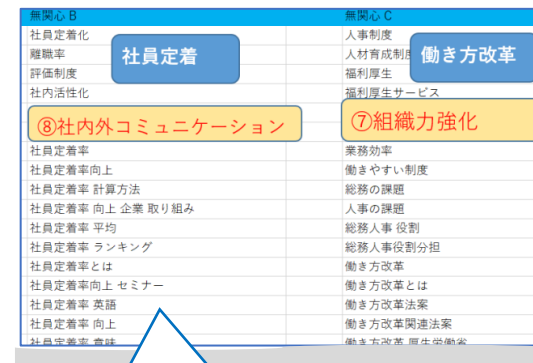
コンテンツマーケティングを実施するにあたって整備しておくべきガイドラインやテンプレートの設計、事前に用意しておくことが望ましい「キーワードリスト」「コンテンツマップ」の設計などをご支援いたします。



「執筆ガイドライン」設計
表記ルールやトーン＆マナーなど編集時の基本方針になる事柄を記載します



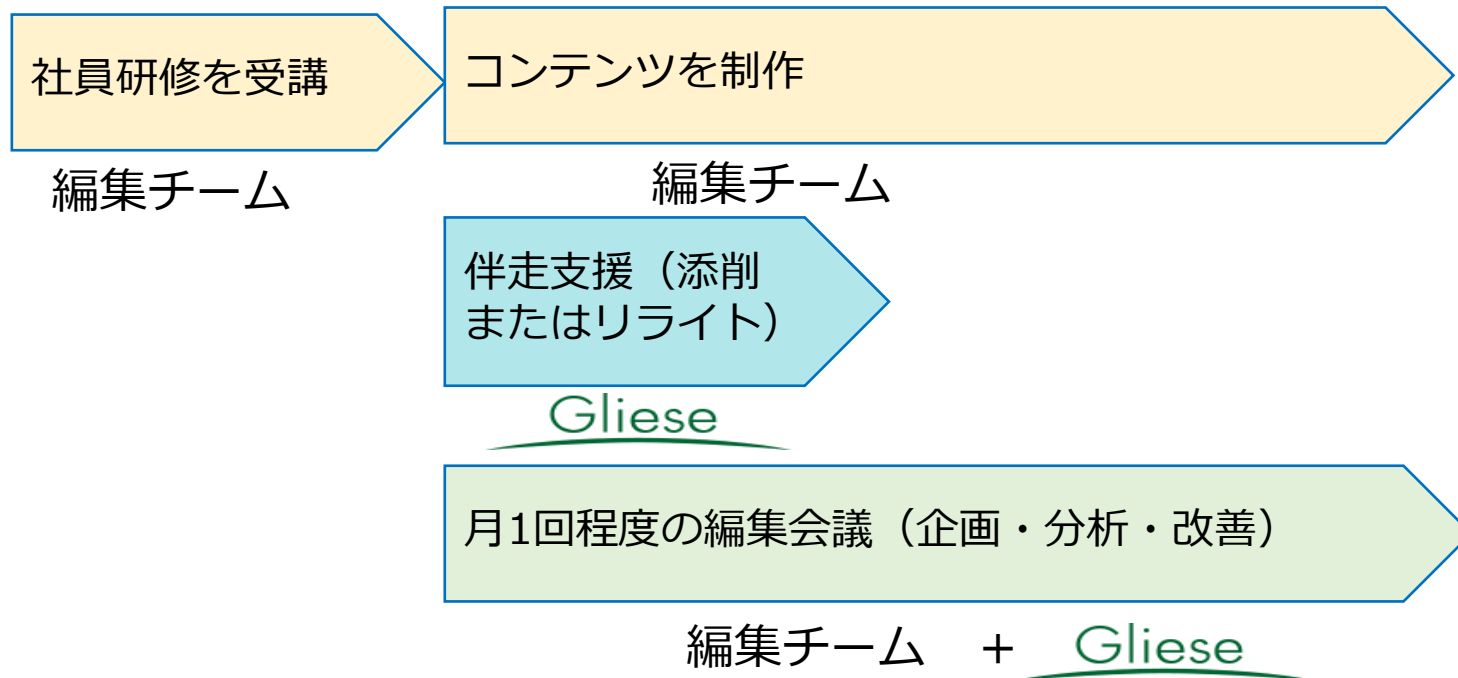
「テンプレート」設計
マーケティング的な視点から、何を・どのような順番で語るか、どんな点に留意するかを記載します



「キーワードリスト」設計
「コンテンツマップ」設計
市場調査や競合調査を元に、どのような検索キーワードに合致するコンテンツを制作していくかを洗い出します

※具体的な内容・進め方については、別途ご相談の上、決定いたします。

コンテンツの内製化が定着するまでの3カ月～6か月程度、御社が制作したWebコンテンツやメールコンテンツを、専門家が添削・リライトいたします。
研修で学んだことが、着実に「できる」ようになるまで、ご支援いたします。



※具体的な内容・進め方については、別途ご相談の上、決定いたします。

コンテンツライティング講座

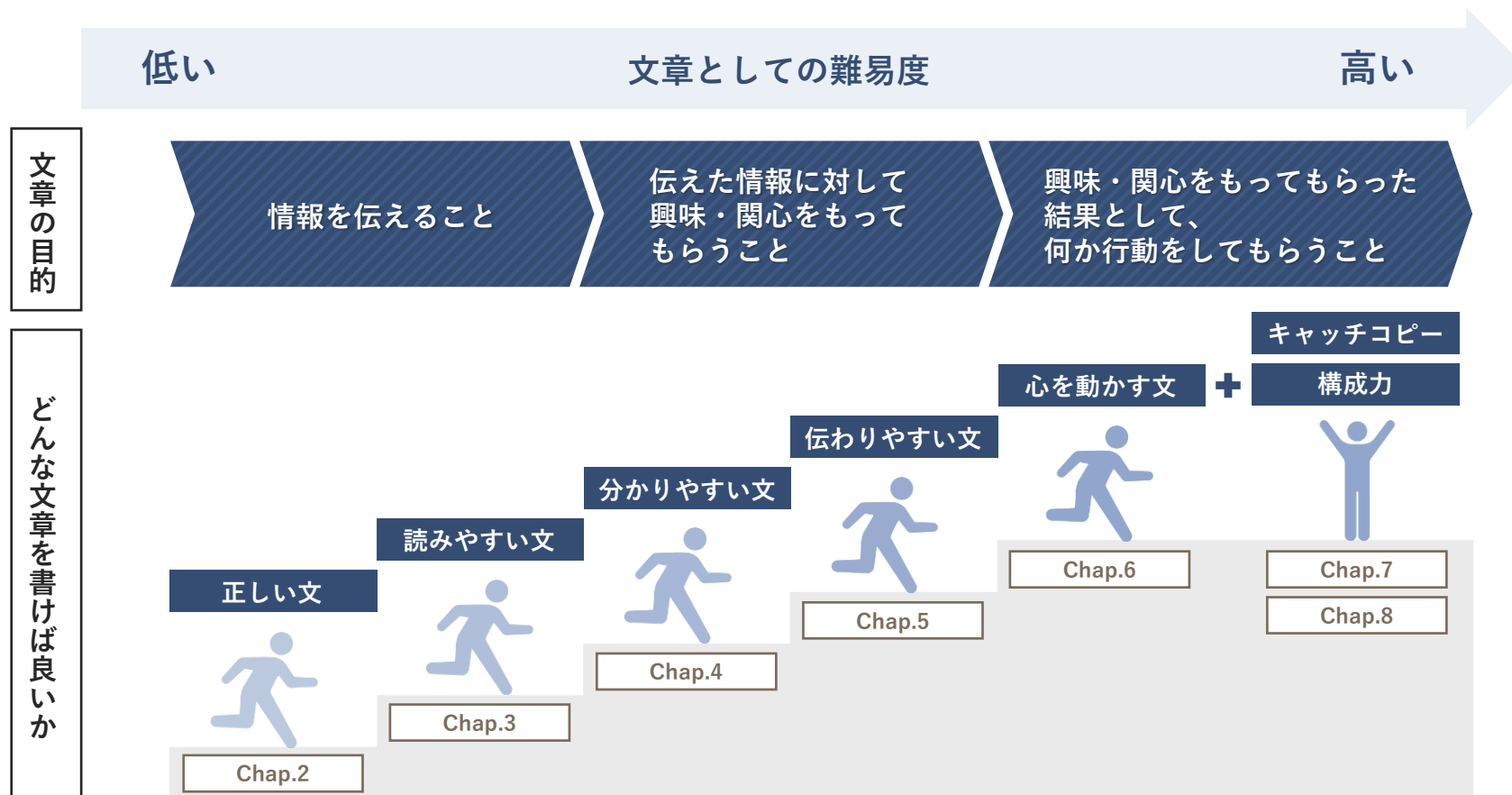
Contents Writing Training

About Writing

書き方編



- ✓ 本講座では、文章の目的に合わせてさまざまな書き方を解説します。



チャプター	内 容
オリエンテーション	<ol style="list-style-type: none">1. なぜライティングスキルが重要視されているのか？2. 本講座の進め方
Chap.1 準備	<ol style="list-style-type: none">1. ライティング前に確認すべき2つのポイント2. 執筆ガイドラインを確認する <p>【参考】Webと紙のライティングの違いを知る</p>
Chap.2 正しい文を書く	<ol style="list-style-type: none">1. なぜ「正しい文を書く」ことが大切なのか？2. 参考情報が正しいかどうかを見極める3. 著作権のルールを守る4. 正しい日本語を使う5. 校正をする
Chap.3 読みやすい文を書く	<ol style="list-style-type: none">1. なぜ「読みやすく書く」ことが大切なのか？2. 空白行を入れる3. 見出し・小見出しを入れる4. 目次を入れる5. 漢字・ひらがな・カタカナを書き分ける6. 体言止めでリズムを生み出す7. 重複表現を避ける8. 同じ表現を繰り返さない

チャプター	内 容
Chap. 4 分かりやすい文を書く	<ol style="list-style-type: none"> 1. なぜ「分かりやすく書く」ことが大切なのか？ 2. 一文一義で文を短く書く 3. 箇条書きを使う 4. 主語と述語を近くに置く 5. 修飾語と被修飾語を近くに置く 6. 肯定表現と否定表現を使い分ける 7. 能動態と受動態を使い分ける 8. 接続詞・接続助詞を適切に使う
Chap. 5 伝わりやすい文を書く	<ol style="list-style-type: none"> 1. なぜ「伝わりやすく書く」ことが大切なのか？ 2. 具体的に書く（数字を使う） 3. 具体的に書く（固有名詞を使う） 4. 具体的に書く（客観的なデータを使う） 5. 画像を効果的に使う
Chap. 6 心を動かす文を書く	<ol style="list-style-type: none"> 1. なぜ「心を動かす文を書く」ことが大切なのか？ 2. 表現力豊かに書く（形容詞、副詞を使う） 3. 表現力豊かに書く（オノマトペを使う） 4. 五感を刺激する 5. 会話を入れて臨場感を演出する

チャプター	内 容
Chap. 7 キャッチコピー	<ol style="list-style-type: none">1. キャッチコピーとは2. キャッチコピーの作り方（基本的な考え方）3. キャッチコピーの作り方（訴求軸）4. キャッチコピーの作り方（表現の型）
Chap. 8 構成	<ol style="list-style-type: none">1. 構成とは2. 論文構成（序論・本論・結論）3. ポジティブアプローチ（AIDCAの法則）4. ネガティブアプローチ（PASONAの法則）
まとめ	

- ☑ ライティング（文章の書き方）の基本を身に付ける
- ☑ ターゲットに響くような、さまざまなライティングテクニックを身につける
- ☑ 正確な文、わかりやすい文、よみやすい文などの観点で、文章の改善ができる



コンテンツライティング講座

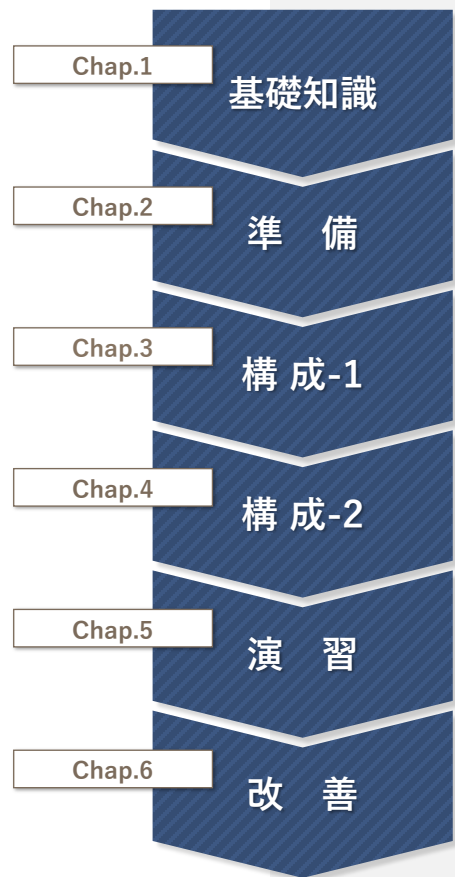
Contents Writing Training

About Structure

構成編



☑ 本講座の中での位置づけ



- ✓ Webコンテンツに求められる主な**4つの役割**（集客／リードの獲得／購買意欲の育成）とSEOに関する基礎知識を学ぶ。
- ✓ Webコンテンツ制作業務に着手する前に**準備**することについて学ぶ。
- ✓ 「Webライティング」の中でも重要なスキルの1つである「**文章の組み立て方**」について学ぶ。
- ✓ 「文章の組み立て方」の中でも、特にオウンドメディアで**使われることが多い論文構成**について学ぶ。
- ✓ 論文構成について、さらに理解を深めるための**演習**に取り組む。
- ✓ 原稿校正の方法やWeb コンテンツの**改善**について学ぶ。

チャプター	内 容
オリエンテーション	<ol style="list-style-type: none">1. なぜライティングスキルが重要視されているのか？2. なぜWebライティングのスキルが求められているのか？3. 本講座の進め方
Chap. 1 基礎知識	<ol style="list-style-type: none">1. Webコンテンツの主な4つの役割<ul style="list-style-type: none">(1) Webサイトへの集客(2) リード（見込み顧客のメールアドレス等の情報）の獲得(3) 購買意欲の育成(4) コンバージョンへの誘導 <p>【参考】 集客に必要な「コンテンツSEO」の基礎知識</p>
Chap. 2 準備	<ol style="list-style-type: none">1. なぜ準備が必要なのか？2. コンテンツの目的を確認する3. コンテンツのターゲットを確認する4. Before/Afterを明確にする5. コンテンツ制作に必要な情報を収集する6. レギュレーションを確認する7. スケジュールを確認する

チャプター	内 容
Chap.3 構成 - 1 -文章の組み立て方を学ぶ-	1. なぜ文章の組み立て方を学ぶことが必要なのか？ 2. 型（フレームワーク）を使う理由 3. 型（フレームワーク）の種類
Chap.4 構成 - 2 -論文構成を習得する-	1. 大見出しの書き方 2. 序論の書き方 3. 中見出しの書き方 4. 結論の書き方
Chap.5 演習	1. 題材 2. 事前に収集した情報 3. 問題 ～Before/Afterを明確にする～ 4. 問題 ～論文構成でコンテンツの流れを組み立てる～ 5. 問題 ～3つの視点で、コンテンツの流れをチェックする～ 6. 解答例
Chap.6 改善	1. 原稿校正の手順 2. 原稿校正のポイント 3. コンテンツ改善のポイント
まとめ	

- ☑ Webライティングに関する基本的な知識を習得する
- ☑ Webライティングで重要視される「文章の組み立て方」を学ぶ
- ☑ 上司やディレクターの戦略に基づいた「Webコンテンツを制作するスキル」を身につける



コンテンツライティング講座

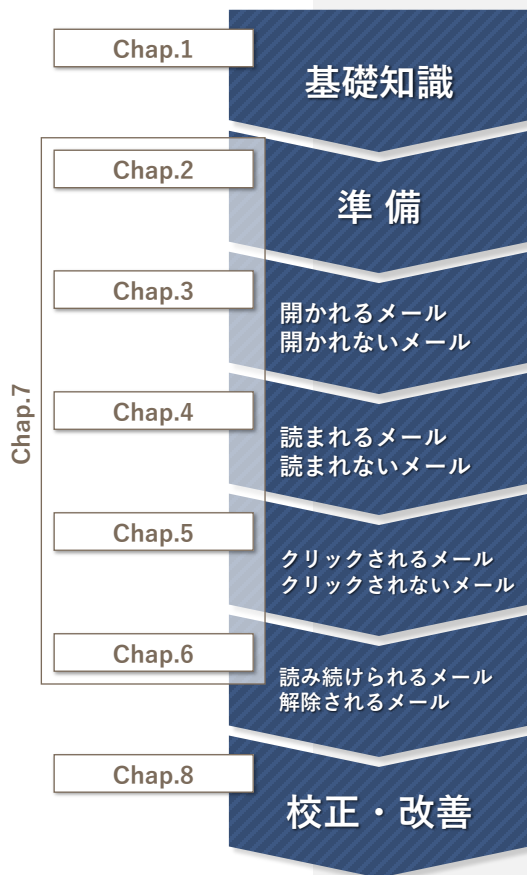
Contents Writing Training

About E-Mail

メール編



- ☑ 本講座の中での位置づけ 👉 メールの評価指標にそって、特にポイントとなる点を学ぶ



- ✓ メールの配信方法・基本レイアウト・メールに関する法律などの**基礎知識**を学ぶ。
- ✓ メール制作業務に着手する前に**準備**することについて学ぶ。
- ✓ メールの評価指標のひとつである「**開封率**」を高めるポイントを学ぶ。
- ✓ メールの評価指標のひとつである「**精読率（通読率）**」を高めるポイントを学ぶ。
- ✓ メールの評価指標のひとつである「**クリック率**」を高めるポイントを学ぶ。
- ✓ メールの評価指標のひとつである「**継続率**」を高めるポイントを学ぶ。
- ✓ メール原稿の校正方法やメール原稿の**改善方法**について学ぶ。

チャプター	内 容
オリエンテーション	<ol style="list-style-type: none">1. いまなぜライティングスキルが重要視されているのか？2. なぜメールライティングのスキルが求められているのか？3. 本講座の進め方
Chap. 1 基礎知識	<ol style="list-style-type: none">1. メールの様々なスタイル2. メールの配信システム3. メールの配信対象4. メールの文面5. メールの配信回数6. メールの配信形式7. メールの基本レイアウト8. メール関連の法律
Chap. 2 メールライティングの準備	<ol style="list-style-type: none">1. なぜ準備が必要なのか？2. 求められているゴールを確認する3. ターゲットを確認する4. レギュレーションを確認する5. 配信形式、レイアウトを確認する6. メールに必要な素材を確認する7. 業務範囲、スケジュールを確認する

チャプター	内 容
<p>Chap.3 開かれるメール 開かれないメール</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「開封される」と「開封されない」は、何が違うのか？ 2. 開封率とは？ 3. 開封率に影響する要素（1）曜日・日にち 4. 開封率に影響する要素（2）時間 5. 開封率に影響する要素（3）タイミング 6. 開封率に影響する要素（4）差出人名 7. 開封率に影響する要素（5）件名
<p>Chap.4 読まれるメール 読まれないメール</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「読まれる」と「読まれない」は、何が違うのか？ 2. 精読率（通読率）とは？ 3. 精読率（通読率）に影響する要素（1）見やすさの工夫 4. 精読率（通読率）に影響する要素（2）文章の工夫 5. 精読率（通読率）に影響する要素（3）スマートフォン対応
<p>Chap.5 クリックされるメール クリックされないメール</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「クリックされる」と「クリックされない」は、何が違うのか？ 2. クリック率とは 3. クリック率に影響する要素（1）位置・タイミング 4. クリック率に影響する要素（2）キャッチコピー

チャプター	内 容
Chap. 6 読み続けられるメール 解除されるメール	1. 「読み続けられるメール」と「解除されるメール」は、何が違うのか？ 2. 解除率とは？ 3. ポイント（1）無駄に開封させない 4. ポイント（2）誰かを非難・批判していると受け取られるような文章を送らない 5. ポイント（3）読み続けたい情報を入れる
Chap. 7 演習 ～セミナーに誘導するメール～	1. 事前情報 2. 理解度確認問題 3. 理解度確認問題 解答例 4. 執筆問題 5. 執筆問題 解答例
Chap. 8 校正・改善	1. 原稿校正の手順 2. 原稿校正のポイント 3. コンテンツ改善のポイント 【参考】メールマーケティング管理表のフォーマット サンプル
まとめ	

- ☑ メールコンテンツの制作の流れを理解する
- ☑ メールの開封率・クリック率などの指標を向上させるためのメールライティングのポイントを理解する
- ☑ 上司やディレクターの戦略に基づいた「メールコンテンツを制作するスキル」を身につける



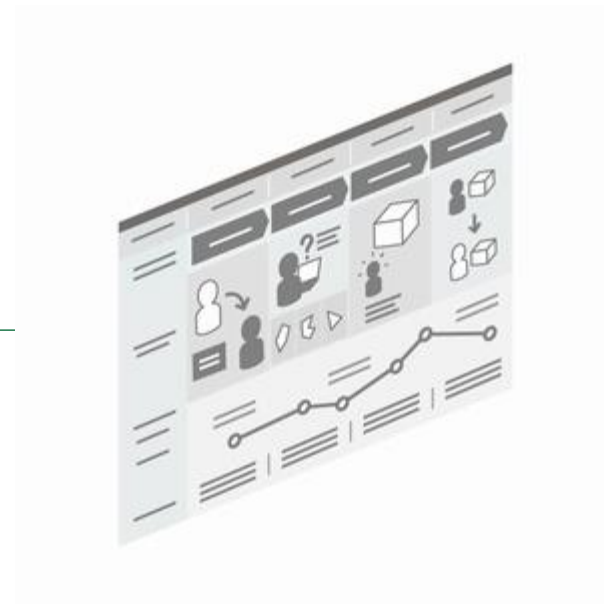
New

コンテンツライティング講座

Contents Writing Training

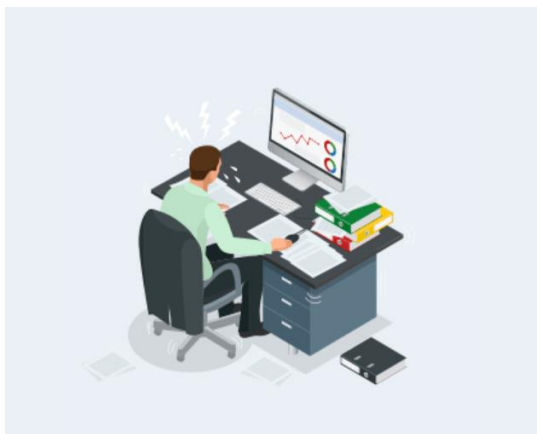
About scenario

シナリオ設計編

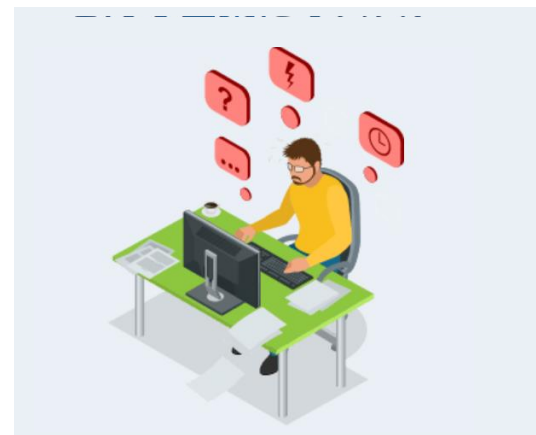


- ☑ BtoB または 購買検討期間の長い商材（不動産・車など）を扱うBtoCの事業者で、かつ、マーケティングオートメーション（MA）をこれから導入しようとしている あるいは **導入したが活用できていない企業を対象としています。**

💡 こんな企業にオススメ

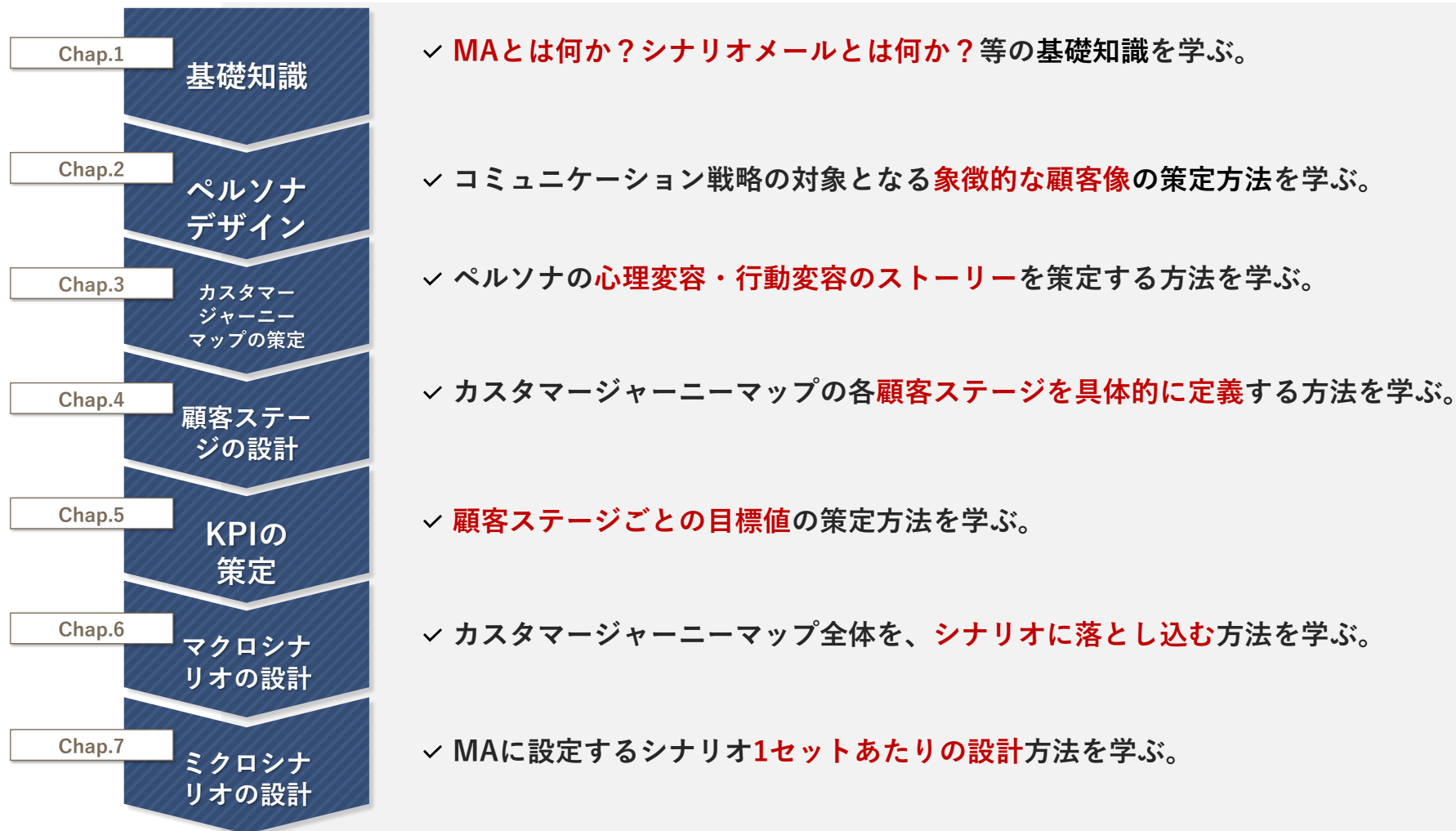


MAを活用して、メールによる顧客育成に積極的に取り組んでいきたいと思っているが、具体的に何をどうすればいいかわからない。



いままで、通常のメール配信システムでステップメールを配信していたが、MAを導入したことにより、どのようにコミュニケーションのやり方が変わるのかわからない。

✓ 本講座の中での位置づけ



チャプター	内 容
オリエンテーション	<ol style="list-style-type: none">1. 本講座の対象者2. いまなぜナーチャリングシナリオ設計の知見が求められているのか？3. 本講座の進め方
Chap. 1 基礎知識	<ol style="list-style-type: none">1. マーケティング・オートメーション (MA) とは何か2. なぜマーケティング・オートメーション (MA) が必要なのか？3. マーケティング・オートメーション (MA) の 4 つの役割4. マーケティング・オートメーション (MA) の種類5. リードナーチャリング施策の変遷 (MA前・MA後)6. ナーチャリングシナリオ設計の手順
Chap. 2 ペルソナデザイン	<ol style="list-style-type: none">1. ペルソナとは何か？2. なぜペルソナデザインが必要なのか？3. BtoB商材のペルソナデザインで定義すべき 5 つのポイント4. BtoC商材のペルソナデザインで定義すべき 5 つのポイント

チャプター	内 容
Chap.3 カスタマージャーニーマップの策定	<ol style="list-style-type: none">1. カスタマージャーニーマップとは何か？2. 購買プロセスの具体的イメージ3. 購買プロセスのカスタマージャーニーマップへの落とし込み方4. なぜカスタマージャーニーマップが必要なのか？
Chap.4 顧客ステージの設計	<ol style="list-style-type: none">1. 顧客ステージとは何か？2. なぜ顧客ステージの定義が必要なのか？3. 顧客ステージを定義する際に、最も重要なこと4. 様々な企業の顧客ステージの定義例
Chap.5 KPIの策定	<ol style="list-style-type: none">1. (本講座における) KPIとは何か？2. なぜKPIの設定が必要なのか？3. KPIは、どのように算出するのか？4. KPIの定義例

チャプター	内 容
Chap. 6 マクロシナリオの設計	<ol style="list-style-type: none"> 1. (本講座における) マクロシナリオとは何か? 2. マクロシナリオの設計例 3. なぜマクロシナリオの設計が必要なのか? 4. マクロシナリオ設計時の注意点
Chap. 7 ミクロシナリオの設計	<ol style="list-style-type: none"> 1. (本講座における) ミクロシナリオとは何か? 2. ミクロシナリオのベストプラクティス 3. なぜミクロシナリオの設計が必要なのか? 4. ミクロシナリオ設計時の注意点
【付録】 視点、視野、視座 (対象者によるコンテンツの書き分け)	<p>「視点、視野、視座」の違いを知って、コンテンツを制作をするときに、「視点、視野、視座」の違いによる書き分けができるようになる</p>
まとめ	

- ☑ ステップメールとナーチャリングメール（シナリオメール）の違いを理解する
- ☑ ナーチャリングメール（シナリオメール）を設計する上で重要な「顧客ステージ」の考え方を理解する
- ☑ ナーチャリングメール（シナリオメール）を設計するスキルを身につける



株式会社グリーゼ 会社案内

Corporate Profile

会社名	株式会社グリーゼ (Gliese Co., Ltd.)
所在地	<p>【本社】〒103-0027 東京都中央区日本橋3-2-14 日本橋KNビル4階 電話：03-5201-3033</p> <p>【沖縄事務所】〒900-0036 沖縄県那覇市西2-12-1 ファミール西町ポートサイド1303</p>
役員構成	<p>代表取締役 社長 福田 多美子 (ふくだ たみこ)</p> <p>代表取締役 会長 江島 民子 (えじま たみこ)</p>
設立年月	2000年12月
事業内容	<p>Webマーケティング支援 コンサルティング コンテンツ制作 社員研修</p> <p>SDGs/サステナビリティ支援 コンサルティング コンテンツ制作 社員研修</p>

株式会社グリーゼ コーポレートサイト



<https://gliese.co.jp/>



オウンドメディア 「コンテンツマーケティングの 成功法則」



<https://gliese.co.jp/success/>



SDGsページリンク集 「SDGs message collection」



<https://gliese.co.jp/sdgs/>





代表取締役 社長
福田 多美子（ふくだ たみこ）



TAMIKO FUKUDA

- セールスフォース・ドットコム認定 Pardotコンサルタント
- 英国CMI認定サステナビリティ（CSR）プラクティショナー
- SDGsカードゲーム・ファシリテーター（SDGs de 地方創生／SDGsアウトサイドイン／Get The Point）

株式会社富士通ターミナルシステムズ（現在はFJFS）を経て、フリーランスのテクニカルライターとして活動。2004年に、現在の株式会社グリーゼに入社。2022年10月 代表取締役 社長に就任。

デジタルハリウッド、宣伝会議、大手前大学（通信教育部）などで、「Webライティング講座」の講師を務める。著書に、以下5冊がある。SDGs／サステナビリティに関する企業向けの研修、社内浸透支援（カードゲーム含む）にも注力。



代表取締役 会長
江島 民子（えじま たみこ）



TAMIKO EJIMA

- セールスフォース・ドットコム認定 Pardotコンサルタント
- SDGsスーパーバイザー（一般社団法人 国際SDGs推進協会）
- 宣伝会議・翔泳社等セミナー講師

株式会社富士通流通システムエンジニアリング（FDE）を経て、フリーランスのシステムエンジニアとして活動。2000年12月 有限会社ウィンアンドウィンネット設立。2008年6月 株式会社グリーゼに社名変更。2022年10月 代表取締役 会長に就任。日本オンラインショッピング大賞審査員などを歴任。マイクロソフト社の社会貢献事業「女性起業UPルーム」初代コーディネーター。全国1535ヶ所で開催された創業塾・経営革新塾の受講者アンケート調査では、『講師満足度日本一』の評価を受けている。宣伝会議主催「メールマーケティング実践講座」「BtoB企業のためのメールマーケティング実践セミナー」講師。



☑ グリーゼでは、4種類のメールマガジンを配信しております。



「公式メルマガ」

グリーゼのコンサルタント・ディレクターが交代で書くメールマガジンです。マーケティングに関するテーマを、Q&A形式で分かりやすく解説します。



「SEO最新ニュース」

SEOコンサルタントの長濱が、SEOに関する最新ニュースをピックアップ。Googleの動向、役立つツール、ニュース情報等をお届けします。



「SNS最新ニュース」

グリーゼのSNS担当の愛垣が、SNSに関する最新ニュースをピックアップ。フェイスブック、ツイッター、LINE等、幅広いニュースをお届けします。



「SDGs最新ニュース」

グリーゼのSDGs担当の吉田が、SDGsに関する最新ニュースをピックアップ。国の取り組み、企業の取り組み、イベント・セミナー情報をお届けします。



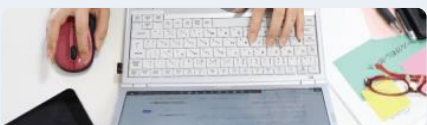
グリーゼのホームページまたは右の二次元コードからお申し込みください。

<https://gliese.co.jp/success/mailmagazine/subscribe/>



☑ 御社の「コンテンツマーケティング」を徹底的にサポートします
お気軽に、ご相談ください

書き方編



ライティングの基礎知識や、明日からすぐに使える実践的なライティング技法、キャッチコピーの作り方等、文章の書き方の基本を学ぶ。

構成編



Webライティングのポイントやターゲットに響く文章構成、オウンドメディアを中心としたWebコンテンツの具体的な制作方法など、Webライティングの基本を学ぶ。

メール編



メールコンテンツの制作の流れや、メールの開封率、クリック率など、メールマーケティングの基本的な考え方とメールライティングのポイントについて学ぶ。

New

シナリオ設計編



ナーチャリングメールを設計する上で重要な「顧客ステージ」の考え方を理解し、ナーチャリングメールを設計するスキルを身につける。

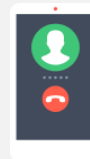
■メールでのお問い合わせ



contact@gliese.co.jp

宛にご連絡ください

■お電話でのお問い合わせ



03-5201-3033

(平日10時～18時)

お問い合わせフォームからも、受付けております

<https://gliese.co.jp/contact-form/>