



広告費を増やす前に
確認したい

選ばれる会社の 「信用設計」 5分チェックリスト

広告 → LP → 会社名検索
→ 比較 → 問い合わせ

お客さまが判断する流れに沿って、
信用情報の不足を見つける無料ガイドです。

掲載相談者向け | 保存用PDF

広告を見た人は、 LPだけで判断しません

問い合わせ前の検索・比較も、選ぶ判断材料になります。

01

広告

興味を持つ

02

LP

内容を理解する

03

会社名検索

信用できるか確認

04

比較

選ぶ理由を探す

05

問い合わせ

次の行動へ

広告だけでなく、検索・比較されたときの
信用まで整える。

いくつ当てはまるか、 30秒で確認してください

01	☐	検索結果 会社名で検索すると、公式情報や実績が見つかる
02	☐	選ばれる理由 競合との違いを、価格以外の言葉で説明できる
03	☐	第三者情報 第三者の視点で紹介された情報がある
04	☐	メッセージ統一 広告・LP・SNS・営業資料で同じ価値を伝えている
05	☐	次の行動 資料・動画・相談など、次に何をするか分かる

3項目未満なら、広告費を増やす前に
検索・比較時の信用を整える余地があります。

プレスリリースと 取材記事の違い

目的に合わせて、両方を使い分けます。

プレスリリース

自社からのお知らせ

- 01 新商品・イベント・更新情報を伝える
- 02 事実を素早く発信する
- 03 自社の言葉で内容を統一する

取材記事形式

第三者視点で背景を伝える

- 01 代表者の考えや企業の歩みを伝える
- 02 強み・実績・想いを読み物にする
- 03 検索・比較時の判断材料にする

掲載実績は、 1回見せて終わりにしない

同じ記事を複数の接点で使い、信用を積み重ねます。

01 Web・LP

会社紹介に、第三者掲載の事実を添える

02 SNS

記事を紹介し、企業の背景や考え方を伝える

03 営業資料

商談前後に共有し、信用を補う

04 採用

事業や代表者の考えを候補者へ届ける

広告・LP・検索・相談まで、
同じメッセージをつなげることが大切です。

資料と動画で、 掲載相談をスムーズに

01

活用資料を確認

取材記事とプレスリリースの違いを整理

02

5本の解説動画

信用設計から掲載後の活用までを解説

03

担当者から電話

掲載の目的と検討内容をヒアリング

04

漆沢との掲載相談

Google Meetで約50分のオンライン相談

資料と動画を確認してから、 漆沢との掲載相談へ

本資料・動画視聴・掲載相談は無料です。
掲載条件・料金は相談時にご案内します。