APPMART

読者に聞いた

「ホワイトペーパーのダウンロード状況」調査レポート

ホワイトペーパーに求める要素と読後の行動について



Appmart,Inc. All Rights Reserved.

はじめに

BtoB製品・サービスの導入選定時は、問い合わせを行う前にユーザーが自ら情報収集を行っているケースが多く存在します。その中で、情報収集の手段としてホワイトペーパーをダウンロードする機会が増えています。
では、ユーザーがホワイトペーパーに求めているものは何なのか、そしてダウンロード後にはどんな行動をとるのかなど、目的や行動について調査しました。
ユーザーを理解し、今後のホワイトペーパーを使ったマーケティング活動にお役立てください。

調査概要

調査対象：全国20～69歳の会社員、経営者

調査目的：BtoBマーケティングにおけるホワイトペーパー施策の有用性の把握

調査手法：インターネットリサーチ

調査期間：2022年11月

回答数：200名



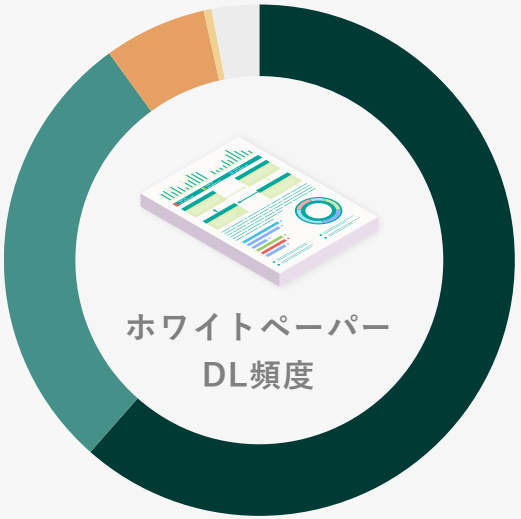
Appmart,Inc. All Rights Reserved.

ホワイトペーパーはどれくらいダウンロードされるのか

近年、ホワイトペーパーで情報収集をするというユーザーが増えていますが、月に何冊ほどダウンロードしているのでしょうか。

Q **ホワイトペーパー（お役立ち資料）を月に何冊程度ダウンロードするか教えてください。**

- 4〜5冊 6.5％
- 6〜7冊 0.5％
- 8冊以上 3.0％
- 〜1冊 61.5％
- 2〜3冊 28.5％



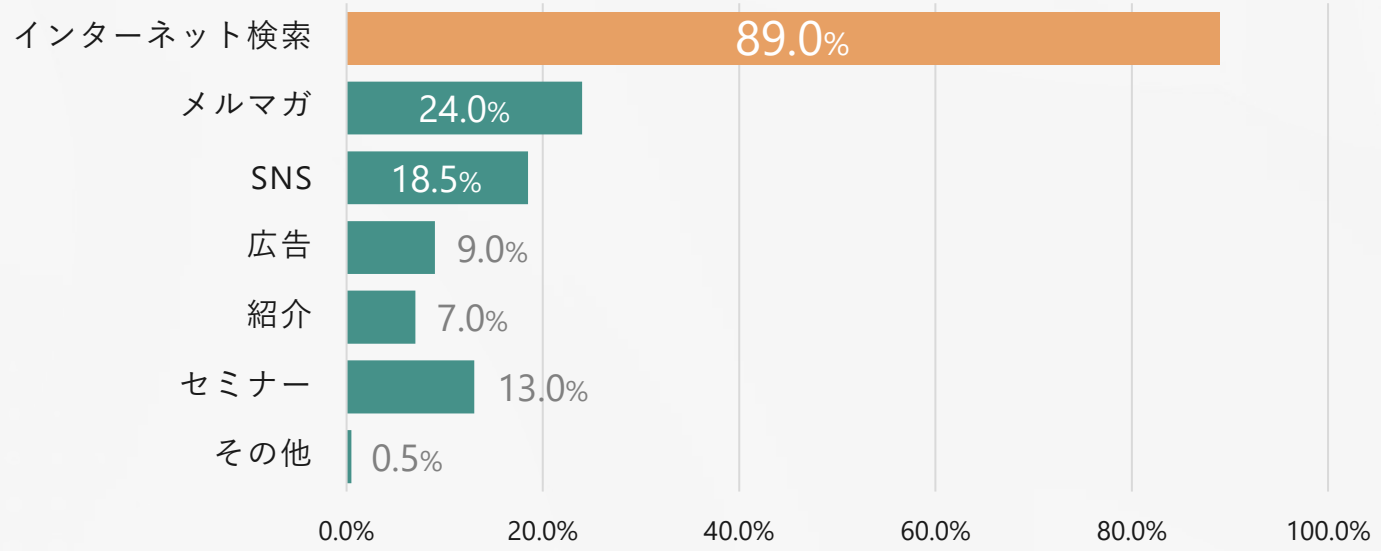
約4割のユーザーが月に複数冊ダウンロードすると回答しています。
ホワイトペーパーは**リード獲得に有効な施策であるといえるでしょう。**

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

どのようにホワイトペーパーにたどり着くのか

では、読みたいホワイトペーパーをどのように見つけているのでしょうか。

Q どのようなきっかけで
ホワイトペーパーのダウンロードに至ることが多いか教えてください。



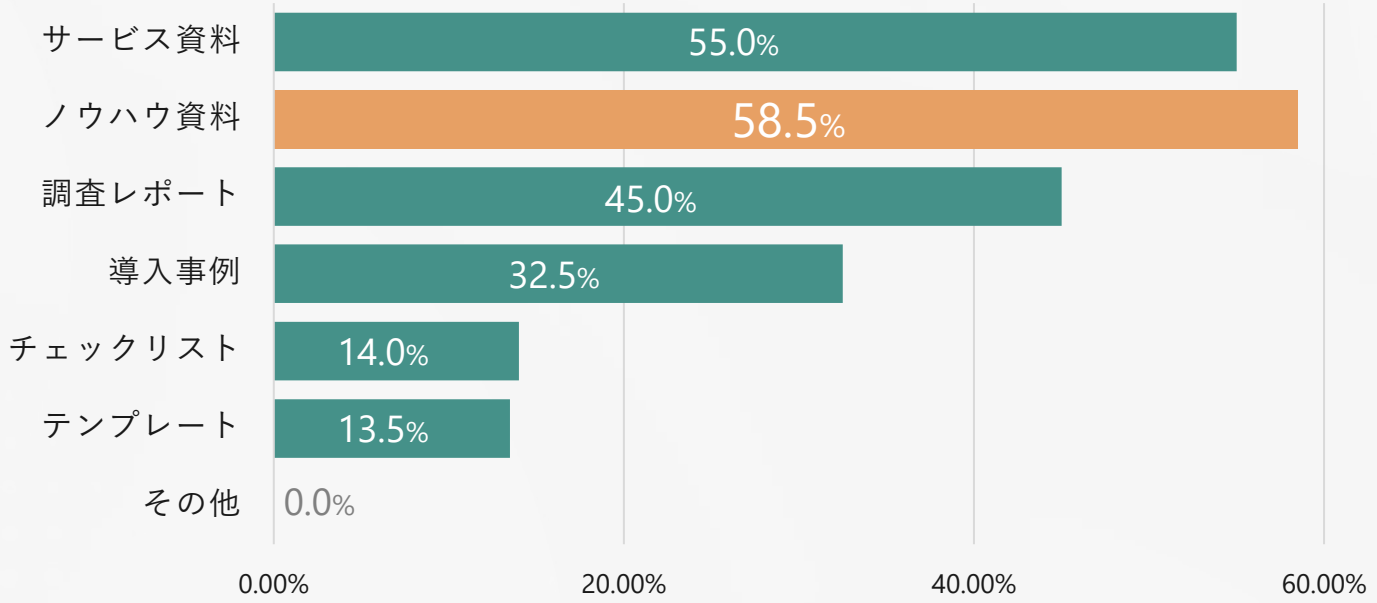
約9割の人がインターネット検索経由でダウンロードしていることがわかります。
情報収集している検索ユーザーをホワイトペーパーダウンロードのページにしっかりと誘導することが大切です。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

ホワイトペーパーのダウンロードにはさまざまな目的が存在する

どのような情報を得るためにホワイトペーパーをダウンロードすることが多いのでしょうか。

Q どのような種類のホワイトペーパーをダウンロードすることが多いか教えてください。



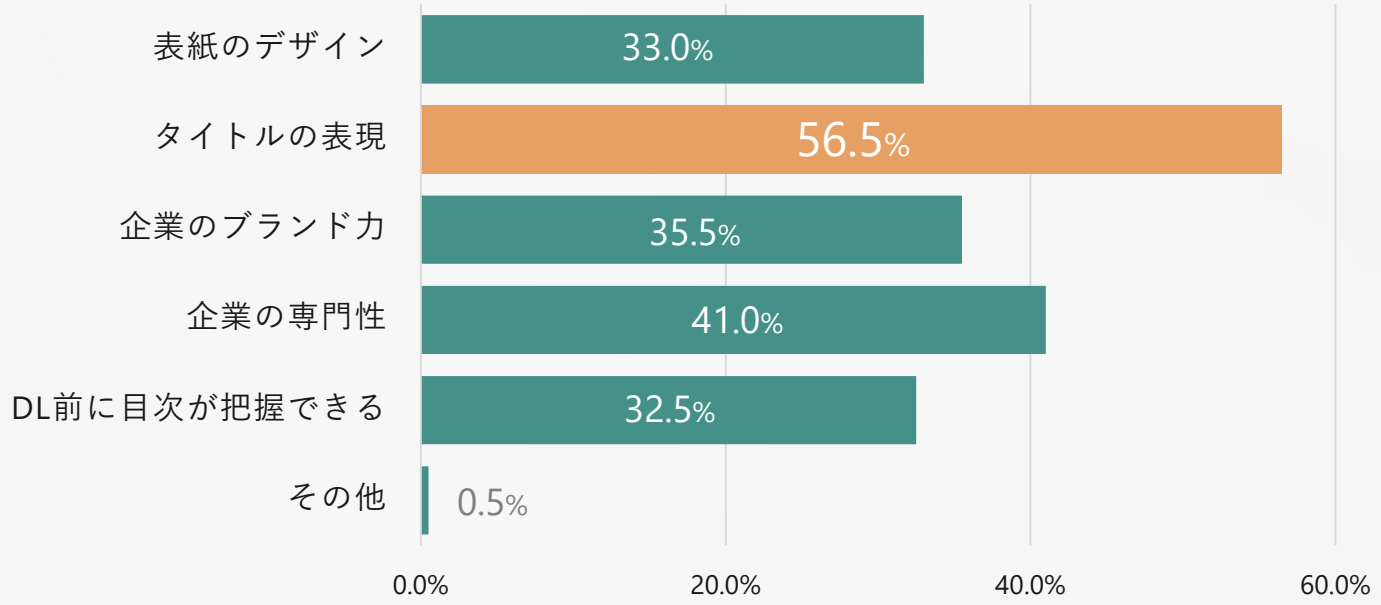
「ノウハウ資料」がもっともダウンロードされているという結果になりました。
その他にも「サービス資料」や「調査レポート」「導入事例」も多くダウンロードされています。**ユーザーが求めている情報を適切に提供できるように、さまざまな種類のホワイトペーパーを制作することが重要**です。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

ホワイトペーパーはタイトルが重要

ホワイトペーパーをダウンロードする際に注目するポイントはどこなのでしょうか。

**Q 興味があるホワイトペーパーで
さらにダウンロードしたくなる要素があれば教えてください。**



半数以上のユーザーが「タイトルの表現」と回答しています。

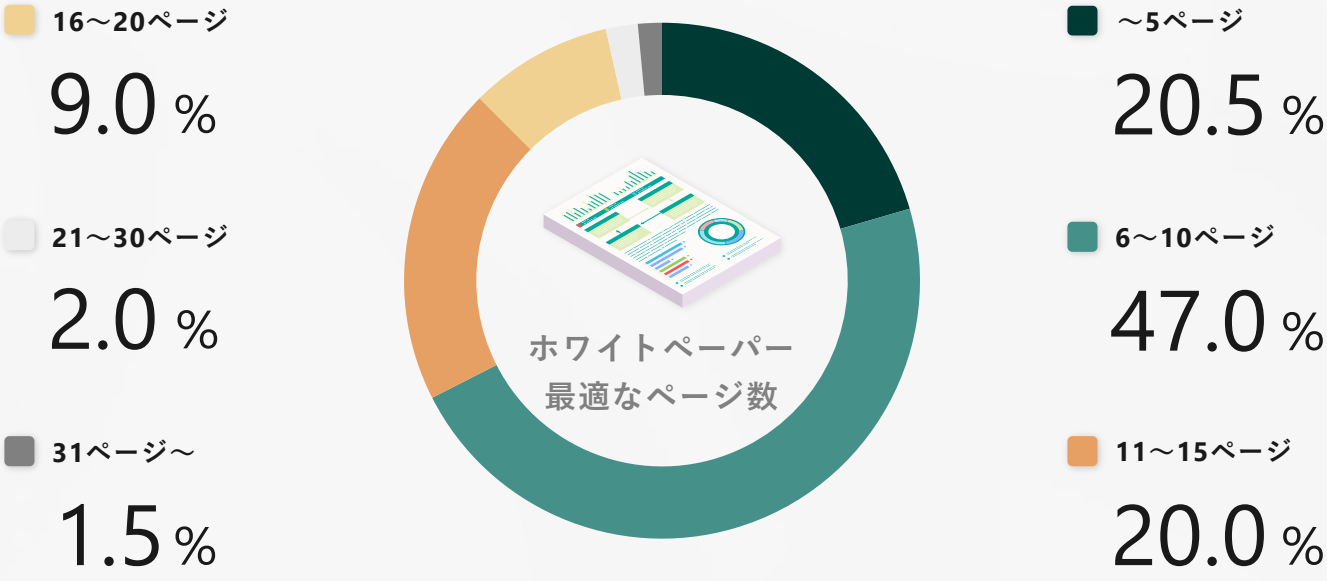
タイトルでいかに惹きつけられるか、知りたい情報とマッチしていると思わせられるかがダウンロード数を増やすポイントです。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

好まれるページ数が存在する

ホワイトペーパーを制作する際に、何ページ程度が適切なのかわからないという方も多いのではないでしょうか。
傾向的にユーザーに好まれるページ数があります。

Q ホワイトペーパーを読むにあたって最適だと思うページ数はどの程度か教えてください。

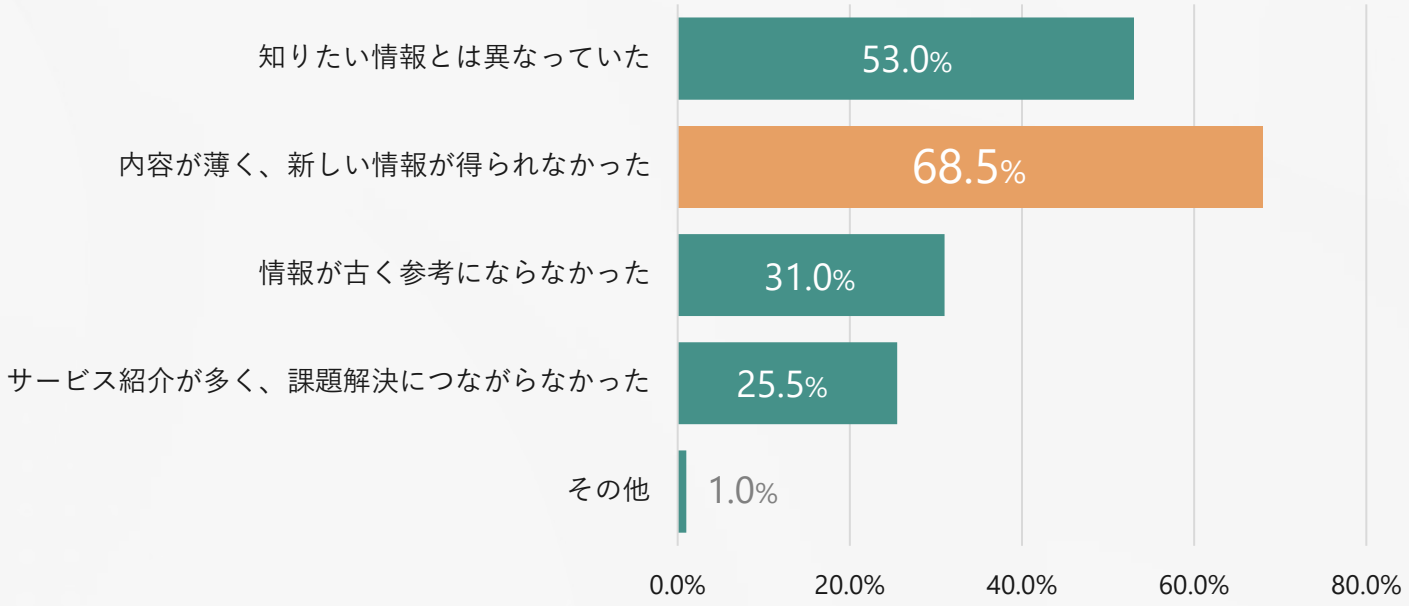


約半数のユーザーが「6〜10ページ」と回答しています。次いで「〜5ページ」「11〜15ページ」となります。
ページ数が少ないと情報量が足りない、一方でページ数が多いと途中で読み止めてしまう、ということが考えられます。**10ページ前後で制作していくのが基本**といえるでしょう。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

ユーザーは情報の質を求めている

Q ホワイトペーパーが
思っていたものと違うなと感じるのはどのような場合か教えてください。



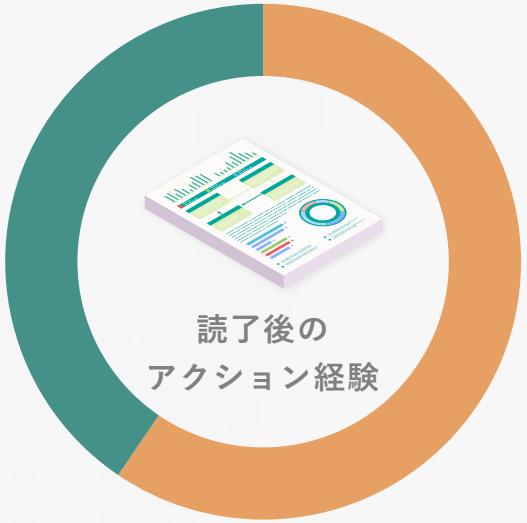
半数以上が「内容が薄く、新しい情報が得られなかった」や「知りたい情報とは異なっていた」と回答しました。せっかくダウンロードしたものの**有益な情報が得られないと良くない印象を与えてしまう**ということがわかりました。情報の質はもちろん、伝わりやすいようにテキストだけではなくデザインの工夫も必要といえるでしょう。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

実際にホワイトペーパーを読んだ後にアクションはするのか

マーケティング担当としては、ホワイトペーパーを読んだ後にアクションをして欲しいと考えている方も多いでしょう。
実際にどれくらいの割合で、どのようなアクションを起こしているのでしょうか。

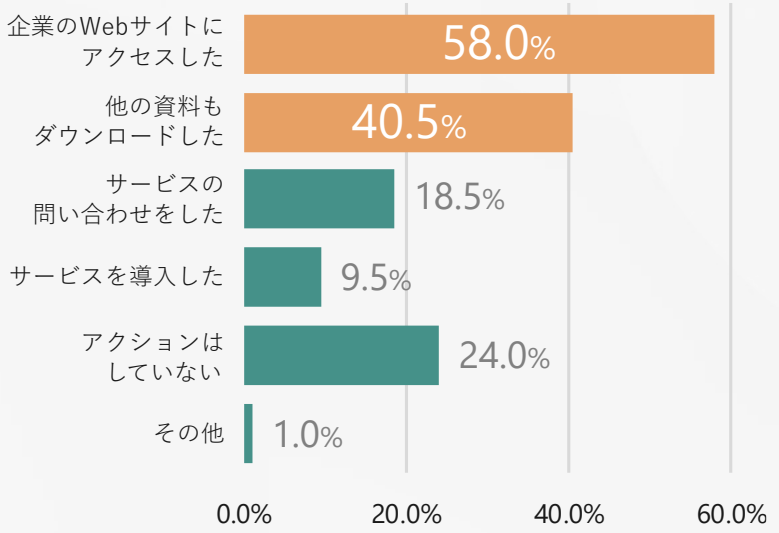
Q ホワイトペーパーを読んだ後に何らかのアクションをしたことがあるか教えてください。



ある 59.5%

ない 40.5%

Q ホワイトペーパーを読んだ後にどのようなアクションをしたことがあるか教えてください。



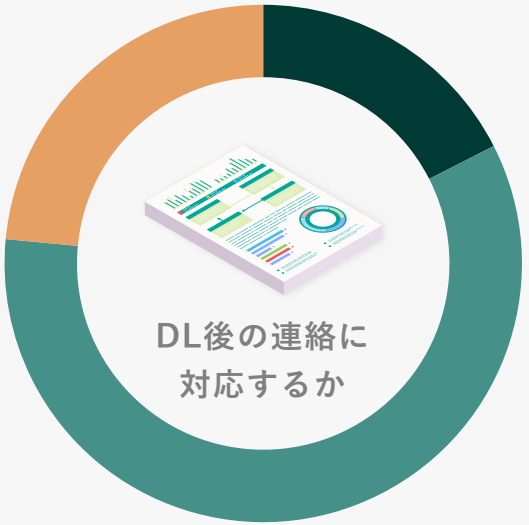
約6割のユーザーがホワイトペーパーのダウンロード後に何かしらのアクションをしたことがあると回答しています。Webサイトへの訪問や他の資料もダウンロードするなどが多く、**ホワイトペーパーを通して自社に興味を持ってもらうことができると考えられる**でしょう。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

電話やメールでのアプローチは多くのユーザーが応じている

ホワイトペーパーをダウンロードしてもらったユーザーに対して、インサイドセールスやフィールドセールスがアプローチするというケースが多いです。それに対して、実際にユーザー側は応じてくれるものなのでしょうか。

Q ホワイトペーパーをダウンロードした後に電話やメールで連絡が来た場合、どのように対応するか教えてください。



- サービスへの興味の有無にかかわらず応じる 17.5%
- サービスに興味があれば応じる 59.0%
- 基本的に応じない 23.5%

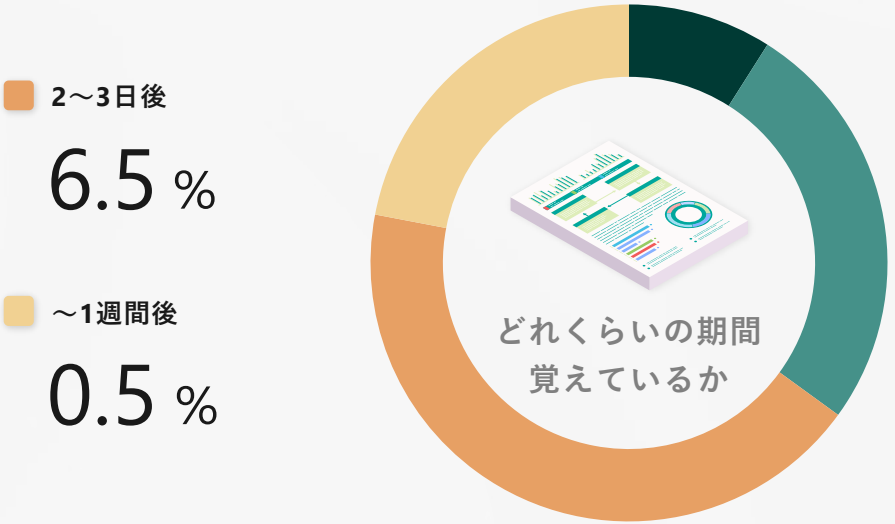
「サービスへの興味の有無にかかわらず応じる」「サービスの興味があれば応じる」が約8割を占めます。
ホワイトペーパーをダウンロードしてくれたユーザーを**電話やメールでしっかりとフォローすることで、商談化やサービス導入につながっていく**ので欠かさないようにしましょう。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

電話やメールでのアプローチはスピード勝負

アプローチが必要なことはわかりましたがユーザーは、どれくらいの期間、ホワイトペーパーをダウンロードした企業を覚えているのでしょうか。

Q **ホワイトペーパーのダウンロード後どれくらいの期間までであれば、電話やメールが来た際に、その企業を思い出せるか教えてください。**



もっとも多いのは「2~3日後」です。
しかし、ダウンロード当日でないと思い出せないというユーザーもいるため、電話やメールでのフォローは素早い対応を心がけましょう。

Appmart,Inc. All Rights Reserved.

DLさせてアクションさせるホワイトペーパーをつくるには

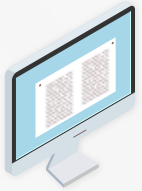
ホワイトペーパーをダウンロードする目的や、読後のアクションについてご参考になりましたでしょうか。
ユーザーが求めている情報や要素を満たしたホワイトペーパーを制作したうえで、素早いフォローを心がけることがホワイトペーパーマーケティングの成功に近づきます。
ただ、ユーザーが一体どんな情報を求めているのか、有益な情報をどのように盛り込めばよいのか、など制作における課題はつきものでしょう。そんな時は、外部のパートナーを頼ってみることも選択肢になります。競合他社と差別化し、良質なホワイトペーパーをユーザーに届けるために、足りない部分を補ってくれる企業を探すのが良いでしょう。

Appmartはホワイトペーパー制作をまるっと代行します！



企画提案

マーケティング戦略を踏まえて「どんなホワイトペーパーが必要なのか」を企画します。



構成設計

伝えたい内容を徹底的にヒアリングし、根拠立てた構成を作成します。



デザイン

図・表・イラストなどを活用し、伝えたい情報を一目で理解してもらうデザインを施します。



活用方法の提案

ナーチャリングを行うコンテンツ企画など、獲得したリードに合わせた施策を提案します。

ホワイトペーパーに関するお問い合わせ

Appmart,Inc. All Rights Reserved.