

ferret One

見込み顧客の獲得方法（ホワイトペーパー活用編）

2022.03 更新

見込み顧客（リード）とは何か？	2
ホワイトペーパーの種類	3
ホワイトペーパーを活用したリード獲得を実施する理由と期待できる効果	3
この施策が解決できる課題	4
実施すべきタイミング	4
※逆に以下の場合には行う必要はありません	4
ホワイトペーパーを活用したリード獲得の流れ	4
▼用意するもの	5
▼想定作業時間	5
▼実際の手順	5
①どの層のリードを獲得したいか決める	5
②獲得したいリードの層に適したホワイトペーパーを選ぶ	5
③手法を選ぶ	5
④ホワイトペーパーを設置する	6
⑤獲得したリード情報を管理する	22
効果を改善する見直しポイント	22
よくあるご質問	23
Q.アイキャッチ画像はどのようなものを選ぶべきですか？	23
Q.作成後、期間が経っているホワイトペーパーは使わないほうが良いのでしょうか？	24
Q.テキストリンクとバナー画像リンクはどのように使い分けますか？	24
Q.ホワイトペーパーの作成はどのように進めたら良いのでしょうか？	24
ferret Oneサポートのご案内	25

1. 見込み顧客（リード）とは何か？

まだ取引は発生していないものの、自社の商品やサービスに関心があり、購入・契約を検討している担当者のことを、「**見込み顧客（リード）**」と呼びます。

見込み顧客を数多く獲得した上で、自社の商品やサービスをアピールして育成することで、商品・サービスへの理解度や購買意欲を高めることができます。購買意欲が高まった状態で営業担当に引き渡すことで、商談が進みやすくなるのです。よって、最初の入り口となる見込み顧客の獲得はマーケティングにおける重要なポイントとなります。

なお、リードを獲得することは「リードジェネレーション」、リード育成は「リードナーチャリング」とも表現されます。

2. ホワイトペーパーの種類

ホワイトペーパーには以下のような種類があります。

① 課題解決型：顧客が持つ課題を解決する情報

課題を取り上げ、課題の要因分析、解決策の提示、自社サービス紹介により構成するパターンです。現在発行されているホワイトペーパーの多くがこのパターンによるものです。

② 事例紹介型：自社サービスで課題を解決した事例

自社サービスによる課題解決の事例を紹介します。サービス導入前の課題、サービス導入によりどのようにその課題が解決されたか、サービスを活用した今後の展望を主な内容にします。BtoB事業ではサービスの導入を検討する際に具体的な運用/成果のイメージを社内で共有する必要があり同業他社の解決事例を望む人が多いため、サービスを検討する段階のユーザーを獲得するのに役立ちます。

③ レポート型：ユーザー調査情報や業界情報

政府関連団体や業界団体により発行されている調査レポートや業界動向を要約して紹介します。自社が作成したアンケート調査結果を利用するケースもあります。

④ 比較軸提供型：課題の解決策の決め方を提供するコンテンツ

自社商品と競合他社の商品を取り上げ、各要素で比較します。

本来顧客がするはずだった情報収集や検討の手間を省き、比較の軸を提供することでアプローチする方法です。

業界や競合他社に対する知見をアピールできるほか、公平に比較することで顧客から信頼感も得やすくなります。

比較検討段階の顧客に向けているので、クロージングに繋がりやすく顕在層向けのコンテンツとなります。

⑤ その他

課題解決に関連した用語を解説する用語集や、自社が開催したセミナー / 展示会の報告をする形のホワイトペーパーもあります。

3. ホワイトペーパーを活用したリード獲得を実施する理由と期待できる効果

リードを獲得するために、ホワイトペーパーを活用することで以下のような効果に繋がります。

・自社商品やサービスの提供価値にあったリードを獲得することができる

自社のWebサイトなどに掲載し、閲覧希望者にプロフィール情報を登録してもらうことと引き換えにコンテンツを提供します。これにより、自社ソリューションの解決課題を検討しているターゲット層のリード情報を得ることができます。

・リードナーチャリングができる

ホワイトペーパーの活用により、顧客がその内容を理解することによって企業との関係強化が図られ、受注の可能性の高い有望顧客へ育成することができます。

・受注確度を高めることができる

作成したホワイトペーパーは、顧客との面接時に営業ツールとして活用することもでき、受注角度を高めるために役立ちます。

4. この施策が解決できる課題

この施策は以下のような課題に対して有効です。

- ハウスリストとして保有できている見込み顧客情報が少ない
- ホワイトペーパーを作成したが、あまり活用できていない
- 見込み顧客の獲得件数が目標件数に届いていない
- 商品・サービスが一般的に認知されておらず理解しづらい
- 市場が未成熟

5. 実施すべきタイミング

BtoBマーケティングに取り組むにあたって、ホワイトペーパーを活用したリード獲得はまず最初に実施すべき施策の1つです。

※逆に以下の場合を行う必要はありません

既に十分な数のリードが恒常的に獲得できている場合は、この施策を優先して行う必要はありません。また、商品やサービスに対して一般的に認知・理解が十分に広がっており、購買がWebサイト上で完結しているような場合は行う必要はありません。

6. ホワイトペーパーを活用したリード獲得の流れ

行うこと	備考
ホワイトペーパーを作成する	-
①獲得したい見込み顧客を想定する	-
②想定した見込み顧客にあったホワイトペーパーを選ぶ	-
③手法を選ぶ	-
④ホワイトペーパーを掲載する	ferret One管理画面
⑤獲得した見込み顧客情報を管理する	ferret One管理画面

※今回のマニュアルではホワイトペーパーを活用したリード獲得方法を紹介しているため、ホワイトペーパーの作成方法については別マニュアルをご覧ください。

(参考) [ホワイトペーパーを作成する方法](#)

▼用意するもの

- ・ ホワイトペーパー
- ・ アイキャッチ画像
- ・ [ferret One管理画面](#)

▼想定作業時間

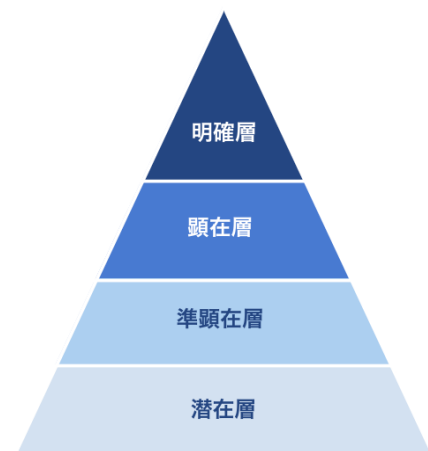
※ホワイトペーパー作成後の作業時間とします
1時間～2時間

▼実際の手順

①どの層のリードを獲得したいか決める

まず最初に、どの層のリードを獲得したいか決めましょう。どの層を獲得するかによって、どのような種類のホワイトペーパーやアプローチ手法が適切なかが変わってきます。

明確層や顕在層のリードを獲得したいのであれば、ホワイトペーパーよりもサービス資料がおすすめです。



②獲得したいリードの層に適したホワイトペーパーを選ぶ

①で決めたリードの層に適したホワイトペーパーを選びましょう。

準顕在層をターゲットとするのであれば、ホワイトペーパーの中でも自社商品・サービスとの関連性がある事例紹介型のホワイトペーパーが適しています。

潜在層の場合は、課題解決型やレポート型など、読者がすぐに知りたい情報を提供するようなホワイトペーパーが適しています。

③手法を選ぶ

獲得したいリードの層と、活用するホワイトペーパーが決まったら、どのように活用するか手法を選びましょう。以下に主な活用手法を紹介します。

- ・ 「お役立ち資料」として自社サイトに設置

フォームに個人情報を入力することでダウンロードが可能な資料として、自社サイトに設置する手法です。費用もかからず、最も簡単な方法であるため、ホワイトペーパーを作成したら、まずは自社サイトに設置しましょう。

(参考) [ホワイトペーパー 一覧ページの作成方法](#)

ダウンロード数を増加させるためには、メールマガジンで紹介したり、SNSで告知したりといった工夫を行うと効果的です。

＜この手法が適しているケース＞

自社サイトへの設置については、原則すべての企業が適しています。企業名や商品名の認知が高いなどの要因で、自社サイトへの来訪者が多い場合は特に効果的です。

・自社サイトやオウンドメディアの記事ページに関連するホワイトペーパーを設置

オーガニック検索からの流入を獲得する施策として、記事を執筆し掲載している場合、記事の内容に関連するホワイトペーパーを設置すると、リードの獲得が期待できます。記事の本文中にリンクを設置したり、サイドバーにリンクを設置したりすることができます。

(参考) [ブログページのCVRを改善する施策](#)

＜この手法が適しているケース＞

記事コンテンツによってオーガニック検索からの流入が獲得できている場合は特におすすめです。安定して毎月PV数を獲得している記事があれば、優先してその記事に関連するホワイトペーパーを設置しましょう。

・リード獲得を目的とした外部サイトに設置

業界特化型のサービス紹介サイトや、ツールを比較検討するサイトなど、外部サイトにホワイトペーパーを設置することでリードの獲得が期待できます。

＜この手法が適しているケース＞

自社商品・サービスが位置している業界に、PV数や会員数の多い強力な外部サイトがある場合は活用しましょう。また、Web広告や記事などの施策を実施しておらず、自社サイトに新たな来訪者を獲得できていない場合にも、通常では接点を持っていないリードを獲得する手法として適しています。

④ホワイトペーパーを設置する

どのようにホワイトペーパーを活用するか、手法が決まったら実際に設置しましょう。このセクションでは、以下のケースを解説しています。

④-1. 「お役立ち資料」として自社サイトに設置

④-2. 記事ページに関連するホワイトペーパーを設置（記事本文中に設置する場合）

↳テキストリンクで設置する場合

↳バナー画像リンクで設置する場合

④-3. 記事ページに関連するホワイトペーパーを設置（記事サイドバーに設置する場合）

④-4. リード獲得を目的とした外部サイトに設置

④-1. 「お役立ち資料」として自社サイトに設置

自社サイトにホワイトペーパーを設置する方法については、以下の別マニュアルを確認してください。

（参考）[ダウンロード資料設置方法](#)

④-2. 記事ページに関連するホワイトペーパーを設置（記事本文中に設置する場合）

④-2-1. 以下の別マニュアルを参考に、サイト上にホワイトペーパーを設置します。

（参考）[ダウンロード資料設置方法](#)

④-2-2. 設置したホワイトペーパーのページ名をメモしておきます。（後から選択するため）

※「フォーム入力ページ」の例

DOWNLOAD

資料ダウンロード

●●●のサービス概要資料です

こんな方におすすめ

- テキスト
- テキスト
- テキスト



お電話でも承ります。小さなことでもお気軽にご相談ください。

☎ 0120-123-456 平日10:00~19:00

下記フォームにご記入ください。（1分）

会社名 必須

例：株式会社●●●

お名前 必須

例：山田 太郎

メールアドレス 必須

例：example@example.jp

会社でお使いのメールアドレスをご記入ください。

連絡のつきやすい電話番号 必須

半角数字+半角ハイフンで入力してください

具体的なお悩み・お問い合わせ事項があればご記入ください。

例：その他、気になる点やお問い合わせ事項がありましたらご入力ください。

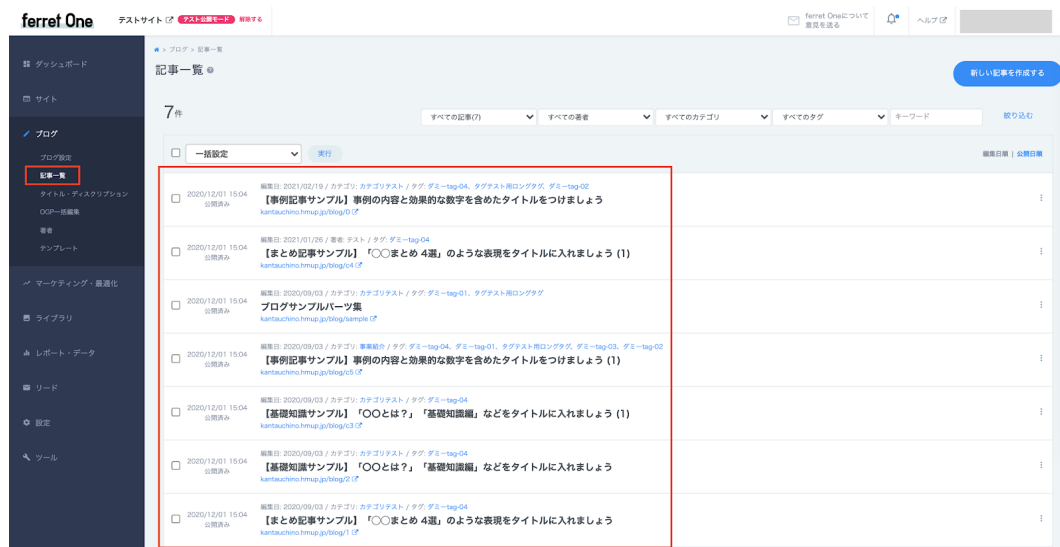
プライバシーポリシー

(<https://subdomain20090122505.hmup.jp/privacy>)

☐ 上記に同意する 必須

送信する

④-2-3. ferret Oneのブログ > 記事一覧 を開き、ホワイトペーパーを設置したい記事を開きます。



④-2-4. 記事本文中にリンクを設置します。

▼テキストリンクで設置する場合

- ・ホワイトペーパーを設置しているページへ誘導する文言を追加します。

例) 「○○について詳しく知りたい方は、こちらの資料がおすすめです」

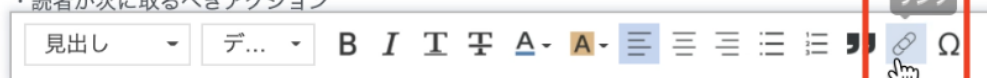
- ・リンクにしたい箇所を範囲選択すると、下記画像のようにメニューが表示されるので、右から2番目の「リンク」をクリックします。

さらによく理解するために必要なパートであることが分かる見出しをつけましょう

このパートでは、基礎知識を身につける上で必要となる具体的な情報を盛り込むようにします。また、これらを理解した上で、次に何をすべきかを設定できる場合はその内容も盛り込んで読者のアクションを促しましょう。

例えば、下記のような情報を盛り込みます。

- ・具体的な使い方やポイント
- ・読者が次に取るべきアクション

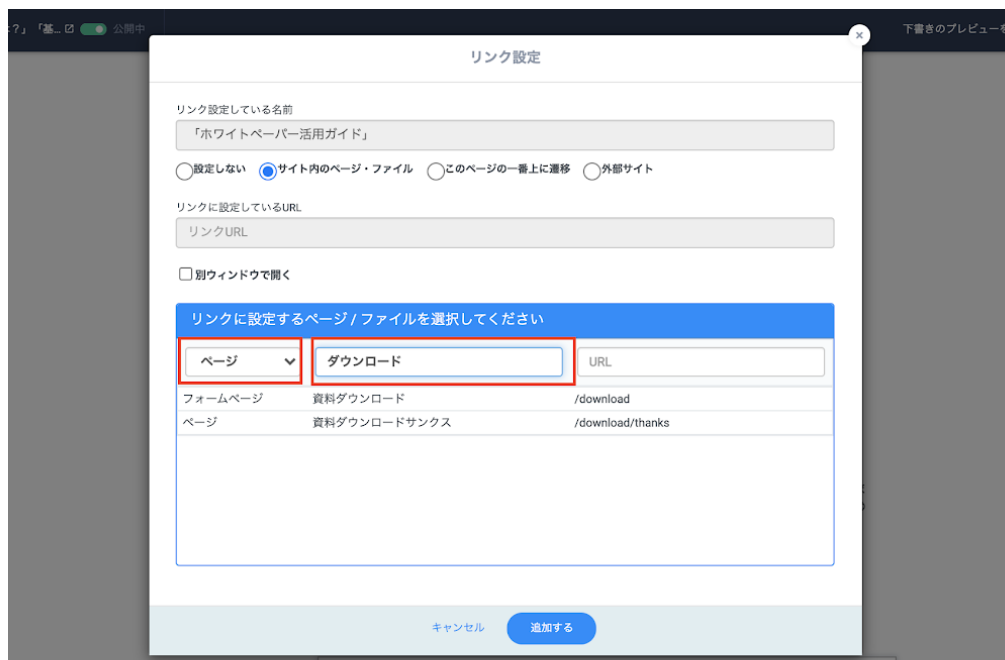


ホワイトペーパーの活用方法について更に詳しく知りたい方は「[ホワイトペーパー活用ガイド](#)」もご参照ください。

- ・リンクを設定するためのポップアップが表示されるので、「サイト内のページ・ファイル」を選択します。



- ・リンクに設定するページを選択する欄が表示されるので「ページ」を選択し、メモしておいたホワイトペーパーダウンロードフォームページ名の一部を入力します。



- ・リンク先に設定するページを選択肢、「追加する」を押すと完了です。

リンク設定

リンク設定している名前
「ホワイトペーパー活用ガイド」

☐ 設定しない ☒ サイト内のページ・ファイル ☐ このページの一番上に遷移 ☐ 外部サイト

リンクに設定しているURL
/download

☐ 別ウィンドウで開く

リンクに設定するページ / ファイルを選択してください

ページ	ダウンロード	URL
フォームページ	資料ダウンロード	/download
ページ	資料ダウンロードサンクス	/download/thanks

イベント設定

※ 新規イベントを作成するとき、必ずイベント名を入力してください。

イベント一覧	イベント名	アクション名	ラベル
新規イベント	イベント名	アクションタイプ	ラベル (オプション)

☐ CTAのクリックイベントとして計測
※ リンク先でferret Oneのフォームが設定されている場合、自動で設定されます。CTAについては[こちら](#)

関連リンク
→ イベントレポートへ

キャンセル 追加する

CTAクリックイベントとして計測したい場合には、イベント名を入力しイベント設定を行います。

CTAクリックイベントについては、[CTA・CTAのクリックイベントとは](#)をご覧ください。

▼ バナー画像リンクで設置する場合

- 記事本文中に設置したいバナー画像を用意します。
- 本文中のバナー画像を設置したい箇所に、イメージパーツを挿入します。

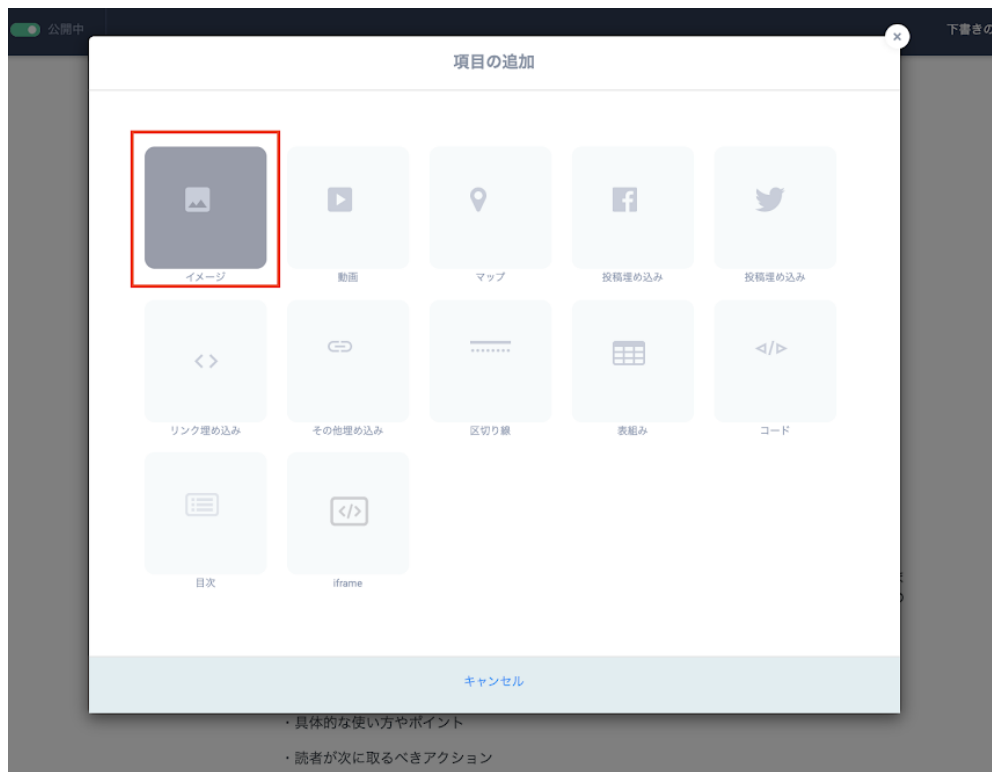
さらによく理解するために必要なパートであることが分かる見出しをつけましょう

このパートでは、基礎知識を身につける上で必要となる具体的な情報を盛り込むようにします。また、これらを理解した上で、次に何をすべきかを設定できる場合はその内容も盛り込んで読者のアクションを促しましょう。

例えば、下記のような情報を盛り込みます。

- 具体的な使い方やポイント
- 読者が次に取るべきアクション
- 効果や成分などを表す図や表

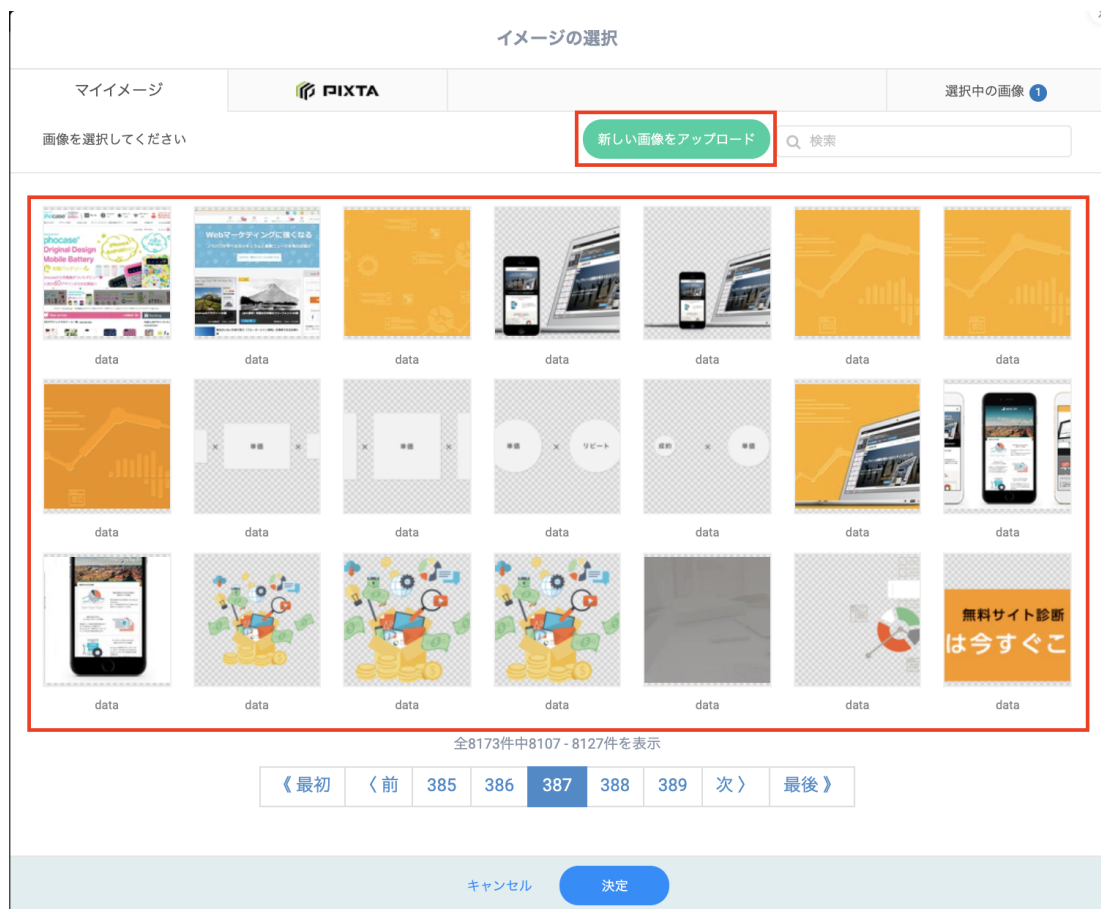




・ バナー画像として使用したい画像をライブラリから選択するか、新たにアップロードします。

- ・ 具体的な使い方やポイント
- ・ 読者が次取るべきアクション
- ・ 効果や成分などを表す図や表





- ・挿入した画像の左下に表示される歯車マークをクリックし、リンク設定に進みます。

例えば、下記のような情報を盛り込みます。

- ・具体的な使い方やポイント
- ・読者が次取るべきアクション
- ・効果や成分などを表す図や表



- ・リンクを設定するためのポップアップが表示されるので、「サイト内のページ・ファイル」を選択します。

リンク設定

リンク設定している名前
「ホワイトペーパー活用ガイド」

☒ 設定しない ☐ サイト内のページ・ファイル ☐ このページの一番上に遷移 ☐ 外部サイト

リンクに設定しているURL
リンクURL

キャンセル 追加する

さらによく理解するために必要なパートであることが分かる見出しをつけましょう

- ・リンクに設定するページを選択する欄が表示されるので「ページ」を選択し、メモしておいたホワイトペーパーダウンロードフォームページ名の一部を入力します。

リンク設定

リンク設定している名前
「ホワイトペーパー活用ガイド」

☐ 設定しない ☒ サイト内のページ・ファイル ☐ このページの一番上に遷移 ☐ 外部サイト

リンクに設定しているURL
リンクURL

☐ 別ウィンドウで開く

リンクに設定するページ / ファイルを選択してください

ページ	ダウンロード	URL
フォームページ	資料ダウンロード	/download
ページ	資料ダウンロードサンクス	/download/thanks

キャンセル 追加する

- ・リンク先に設定するページを選択肢、「追加する」を押すと完了です。

CTAクリックイベントとして計測したい場合には、イベント名を入力しイベント設定を行います。

CTAクリックイベントについては、[CTA・CTAのクリックイベントとは](#)をご覧ください。

④-3. 記事ページに関連するホワイトペーパーを設置（記事サイドバーに設置する場合）

④-3-1. 以下の別マニュアルを参考に、サイト上にホワイトペーパーを設置します。

（参考）[ダウンロード資料設置方法](#)

④-3-2. 設置したホワイトペーパーのページ名をメモしておきます。（後から選択するため）

※「フォーム入力ページ」の例

DOWNLOAD

資料ダウンロード

●●●のサービス概要資料です

こんな方におすすめ

- テキスト
- テキスト
- テキスト



お電話でも承ります。小さなことでもお気軽にご相談ください。

☎ 0120-123-456 平日10:00~19:00

下記フォームにご記入ください。（1分）

会社名 **必須**

例：株式会社●●●

お名前 **必須**

例：山田 太郎

メールアドレス **必須**

例：example@example.jp

会社でお使いのメールアドレスをご記入ください。

連絡のつきやすい電話番号 **必須**

半角数字+半角ハイフンで入力してください

具体的な悩み・お問い合わせ事項があればご記入ください。

例：その他、気になる点やお問い合わせ事項がありましたらご入力ください。

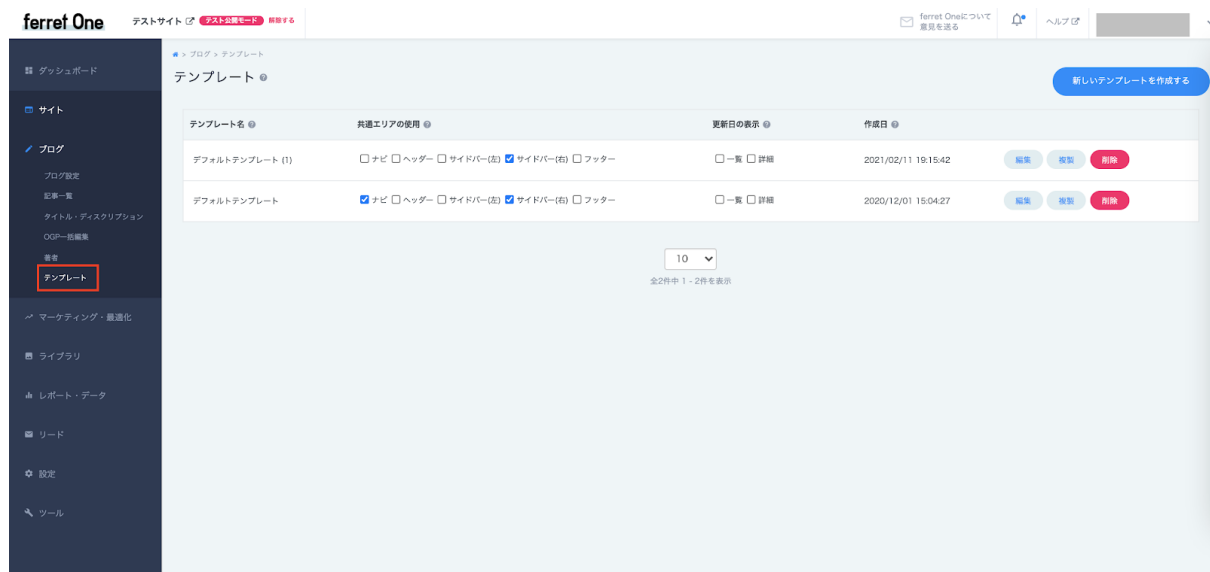
プライバシーポリシー

(<https://subdomain20090122505.hmup.jp/privacy>)

☐ 上記に同意する **必須**

送信する

④-3-3. ferret Oneのブログ > テンプレート を開き、記事ページで使用しているテンプレートの「編集」を押します。



④-3-4. サイドバーにイメージパーツを設置します。



④-3-5. 使用したい画像をライブラリから選択するか、新たにアップロードします。

レオノバノ



【基礎知識サンプル】「〇〇とは？」
「基礎知識編」などを
タイトルに入れま
しょう

＋ イメージ



画像をドラッグ＆ドロップしてください。幅750px以上の
jpg.png.gif（推奨）



お知らせ

タグ一覧

イメージの選択

マイイメージ

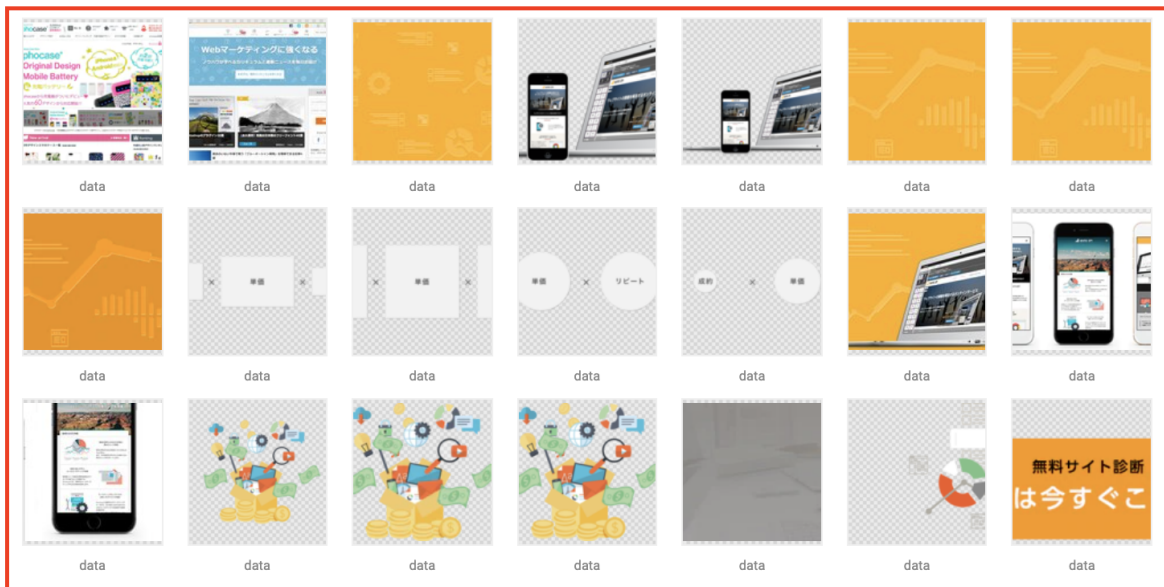


選択中の画像 1

画像を選択してください

新しい画像をアップロード

検索



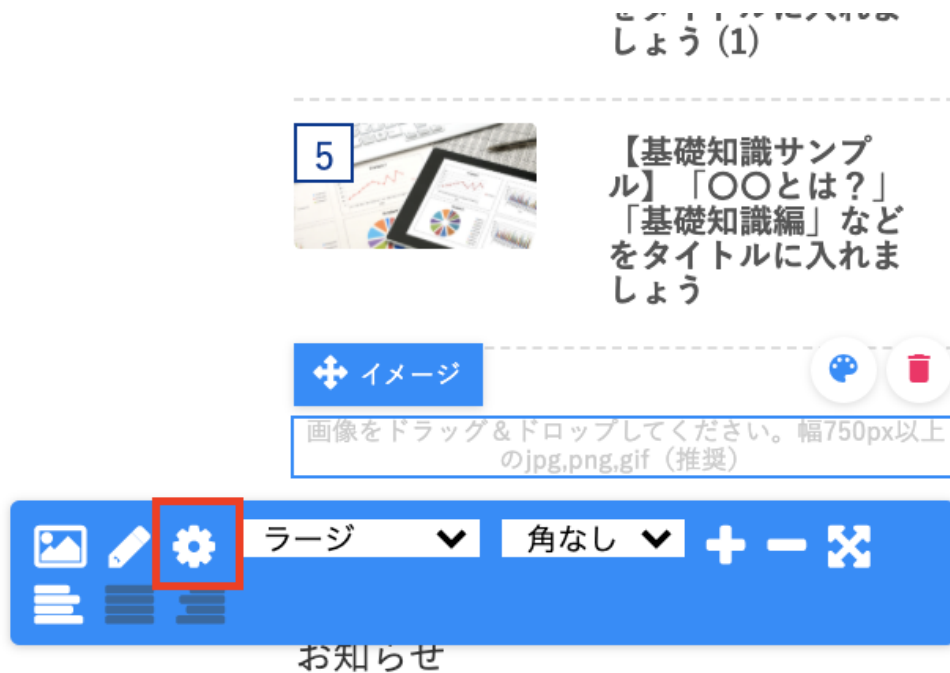
全8173件中8107 - 8127件を表示

《 最初 < 前 385 386 387 388 389 次 > 最後 》

キャンセル

決定

④-3-6. 挿入した画像の左下に表示される歯車マークをクリックし、リンク設定に進みます。



④-3-7. リンクを設定するためのポップアップが表示されるので、「サイト内のページ・ファイル」を選択します。



- ④-3-8. リンクに設定するページを選択する欄が表示されるので「ページ」を選択し、④-3-2.でメモしたページ名の一部を入力します。

リンク設定

リンク設定している名前
「ホワイトペーパー活用ガイド」

☐ 設定しない ☒ サイト内のページ・ファイル ☐ このページの一番上に遷移 ☐ 外部サイト

リンクに設定しているURL
リンクURL

☐ 別ウィンドウで開く

リンクに設定するページ / ファイルを選択してください

ページ	ダウンロード	URL
フォームページ	資料ダウンロード	/download
ページ	資料ダウンロードサンクス	/download/thanks

キャンセル 追加する

- ④-3-9. リンク先に設定するページを選択肢、「追加する」を押すと完了です。

リンク設定

リンク設定している名前
「ホワイトペーパー活用ガイド」

☐ 設定しない ☒ サイト内のページ・ファイル ☐ このページの一番上に遷移 ☐ 外部サイト

リンクに設定しているURL
/download

☐ 別ウィンドウで開く

リンクに設定するページ / ファイルを選択してください

ページ	ダウンロード	URL
フォームページ	資料ダウンロード	/download
ページ	資料ダウンロードサンクス	/download/thanks

イベント設定

※ 新規イベントを作成するとき、必ずイベント名を入力してください。

イベント一覧	イベント名	アクション名	ラベル
新規イベント	イベント名	アクションタイプ	ラベル (オプション)

新規作成

☐ CTAのクリックイベントとして計測
※ リンク先でferret Oneのフォームが設定されている場合、自動で設定されます。CTAについては [こちら](#)

関連リンク
[イベントレポートへ](#)

キャンセル 追加する

CTAクリックイベントとして計測したい場合には、イベント名を入力しイベント設定を行います。

CTAクリックイベントについては、[CTA・CTAのクリックイベントとは](#)をご覧ください。

④-4. リード獲得を目的とした外部サイトに設置

④-4-1. 自社商品・サービスのターゲットが多く訪れている外部サイトを探します。

④-4-2. 外部サイトが見つかったら、見積りを取り寄せるなどしてどのサイトに掲載するか比較検討します。

④-4-3. 利用する外部サイトが決まったら申込みを行い、アカウントを開設してホワイトペーパーを掲載します。

※詳細な掲載方法は利用サービスのマニュアルやヘルプページを確認します

⑤獲得したリード情報を管理する

ホワイトペーパーの設置が完了しリードが獲得できたら、リード情報の管理を行うことが必要です。マーケティング部署内や営業部署と連携し、対応漏れがないようにしましょう。

詳細は以下の別マニュアルをご覧ください。

(参考) [リード（お問い合わせ）管理方法](#)

7. 効果を改善する見直しポイント

一度ホワイトペーパーの設置が完了した場合でも、期待したリード数が獲得できなかった場合は、見直しを行い改善を図る必要があります。

以下に見直しを行う際の観点を解説します。

・ターゲットにとって関心のある内容のホワイトペーパーなのか？

そのホワイトペーパーが、本当に自社商品・サービスのターゲットとしている人にとって、関心のある内容かどうか確認しましょう。同じ業界のテーマだったとしても、ターゲットが課題に感じていなかったり、関心がないようなテーマだとダウンロードされない可能性があります。

・タイトルは端的に内容を表しているか？

ホワイトペーパーのタイトルが適切に見直しましょう。端的にホワイトペーパーがどんな内容かを表すタイトルをつけます。

・入力フォームページではどんな人向けのホワイトペーパーかわかるような説明があるか？

そのホワイトペーパーではどんなことがわかるのか、どのような課題を持っている人に向けたものなのか、説明を記載しましょう。そのページ訪れた人が「自分のことだ」と思うことによって資料ダウンロードしやすくなります。

※例

ホワイトペーパーの活用方法について、リンク設定やバナー設置の方法まで解説します。

この資料でわかること

- ホワイトペーパーを活用したリード獲得を実施する理由と期待できる効果
- ホワイトペーパーを活用したリード獲得の流れ
- 効果を改善する見直しポイント

こんな方におすすめ

- ホワイトペーパーを作成したが、あまり活用できていない
- 見込み顧客の獲得件数が目標件数に届いていない
- 商品・サービスが一般的に認知されておらず理解しづらい

＜資料サンプル＞



・フォームに改善の余地はないか？

フォームの項目数が多いなどの理由によって、ホワイトペーパーがダウンロードされない場合があります。以下の記事を参考に、フォームに改善の余地がないか見直しましょう。

(参考) [BtoBサイトのEFOで、コンバージョン率だけを見てはいけない理由](#)

8. よくあるご質問

Q.アイキャッチ画像はどのようなものを選ぶべきですか？

基本的な構成要素は

- ・タイトル
- ・内容に関連する画像やイラスト
- ・サービスロゴ

です。様々な要素を詰め込みすぎないようにしましょう。

また、推奨サイズは1200×630ピクセルです。

以下にferret Oneのアイキャッチ事例を紹介します。



Q.作成後、期間が経っているホワイトペーパーは使わないほうが良いでしょうか？

作成してから期間が経っているホワイトペーパーを使うことに問題はありません。時間が経っても重要性が変わらないようなテーマは、長い期間にわたってダウンロードされることが期待できます。

ただし、内容が古くなっておりアップデートする必要がある箇所がないか定期的にチェックするようにしましょう。

Q.テキストリンクとバナー画像リンクはどのように使い分けますか？

例としては、記事の途中で関連している記事を掲載する場合はテキストリンクにすることで、記事の読了を妨げないようにしつつ、記事の内容がはまらない人には回遊を促すことが多いです。

また、お問い合わせや資料ダウンロードなどのCVに誘導する場合はバナーを設置することで、あえて視線の流れを切ってバナーに注目がいくようにすることがポピュラーです。

記事の内容や長さによっては上記が当てはまらないこともあるので、追加・更新した記事のレポートを見て最適なリンクの設置方法を見出してください。

(参考) [CTAを改善してコンバージョンを増やす 7つの簡単な方法](#)

Q.ホワイトペーパーの作成はどのように進めたら良いでしょうか？

ホワイトペーパーの作成方法については、別マニュアルで説明していますのでご覧ください。

(参考) [ホワイトペーパーを作成する方法](#)

9. ferret Oneサポートのご案内

無料サポート	有料サポート
 運用支援サポート（アカウント担当が付きます）	貴社マーケティング施策の一部を代行・コンサルティング致します
 テクニカルサポート（電話／メール）	 オンライン広告運用
 ヘルプページ	 オンライン広告運用（LP / バナー制作）
 操作レクチャーMTG	 記事制作・事例取材代行
 ウェビナー（オンラインセミナー）	 ホワイトペーパー制作代行
 もくもく会（作業集中スペースの提供）	 SEOコンサルティング
	※お見積もり・詳細に関してはアカウント担当までご連絡ください。



運用支援サポート：貴社の状況に合わせてサイトの運用支援、施策のアドバイスを行います。必要に応じてお打ち合わせが可能です。



テクニカルサポート TEL：03-6868-8244／Mail：管理画面右下より
受付時間：平日（月～金）午前10時～午後5時



ヘルプページ：<https://ferretone.zendesk.com/hc/ja>



操作レクチャー：https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact_lecture
予約制です。Web会議もしくはお電話にて画面を見ながらレクチャー



もくもく会：<https://fo-keiyaku.hmup.jp/mokumoku-event>
サポートが近くにいる状態で作業ができる場を提供。（オンライン有）

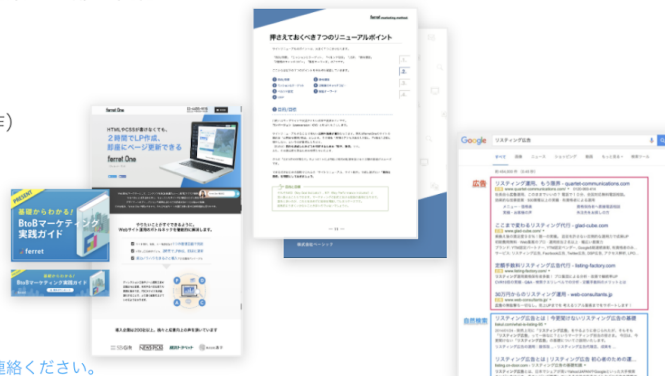
■ ご請求内容の確認／ユーザー追加・変更はこちら

https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact_option

有料サポート

貴社マーケティング施策の一部を代行・コンサルティング致します

-  オンライン広告運用
-  オンライン広告運用（LP / バナー制作）
-  記事制作・事例取材代行
-  ホワイトペーパー制作代行
-  SEOコンサルティング



※お見積り・詳細に関してはアカウント担当者までご連絡ください。