

# ご参加いただき、ありがとうございます

お時間まで、下記のferret Oneの動画をご覧ください

BtoBマーケするなら  
**ferret One**

BtoBのリード獲得に特化した  
**CMS**

BtoBマーケティング  
ferret One

資料ダウンロード

BtoBマーケティングの  
こんな課題に

リード獲得の強化

BtoBマーケするなら  
**ferret One**

株式会社ベーシック  
カスタマーサクセス部  
岩本 梨奈



リソース不足の救世主！？

マーケティングサポーター

説明会



ONLINE WEBINAR

10/31



14:00~15:00

# ご参加いただき、ありがとうございます

簡単な質問  
に答えてGET

BtoBマーケするなら  
ferret One

株式会社ベーションック  
カスタマーサクセス部  
岩本 梨奈



リソース不足の救世主！？

## マーケティングサポーター

### 説明会



ONLINE WEBINAR

10/31 木 14:00~15:00

## 【お願い】

ウェビナーの最後に、アンケートをお願いしております。

### アンケート回答で

- **本日のウェビナー資料**をお送りします。

1分程度の簡単なアンケートになっておりますのでぜひ、ご協力お願いいたします。



## 岩本 梨奈 (いわもとりな)

ferret One カスタマーサクセス部  
アカウントマネジメントグループ

### 経歴 Career

2020年12月に株式会社ベーシックに入社。これまで、R&D室での新規販売チャネル発掘、パートナーセールス（パートナーアライアンス）、マーケティング部門を経験し、現在はferret Oneのカスタマーサクセスを担当。前職では、PMOコンサル企業で副社長秘書を務めるほか、モデルやイベントコンパニオン、イベント運営、さらに音楽フェスティバル権利会社にてバックオフィス業務を1人で担当するなど、幅広い職務を経験。

社内リソースが不足しており、マーケ施策が進まない  
日々の業務に忙殺されてしまって、施策のPDCAが回せない  
マーケターの採用がうまくいかない



こういったお悩みをもった皆様に、  
**マーケティングサポーター** の内容をご紹介します

- ① 成果を出せるマーケティング組織の共通項
- ② 第三の選択肢 | マーケティングサポーターのご紹介
- ③ マーケ業務棚卸し相談のご案内

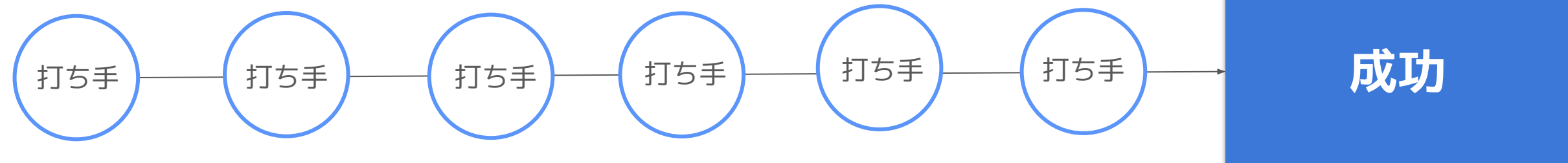
# 目標を達成し続ける企業に共通するのは？

# 施策の十分な実行量

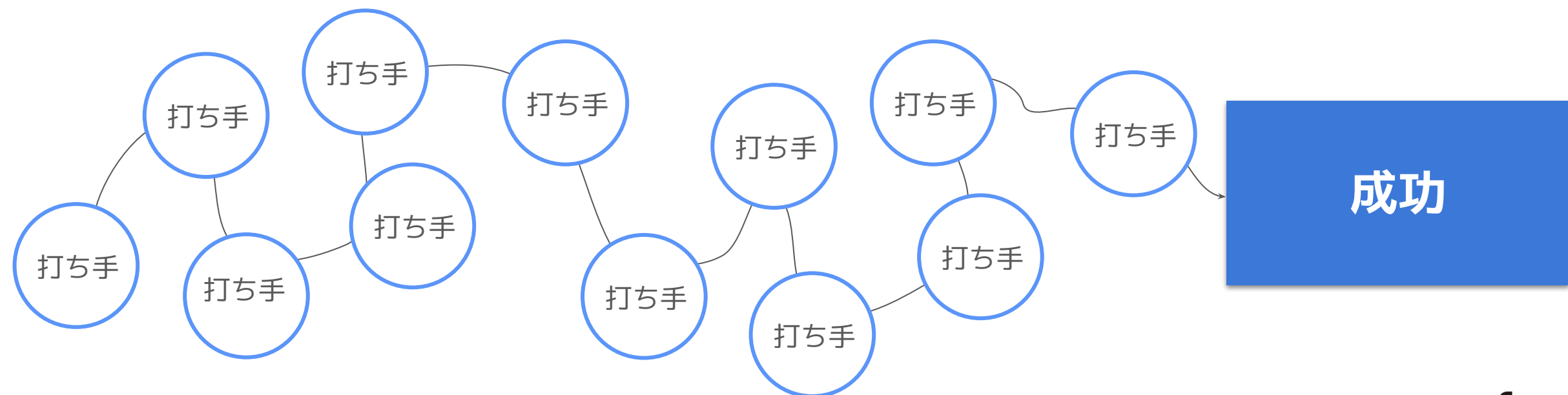
どんなに優秀なマーケ組織でも**成功確率は30%ほど**。  
思いついた打ち手の2-3倍は取り組む必要がある。

順当に進んだようにみえるが、

一般的なイメージ



実際のところ

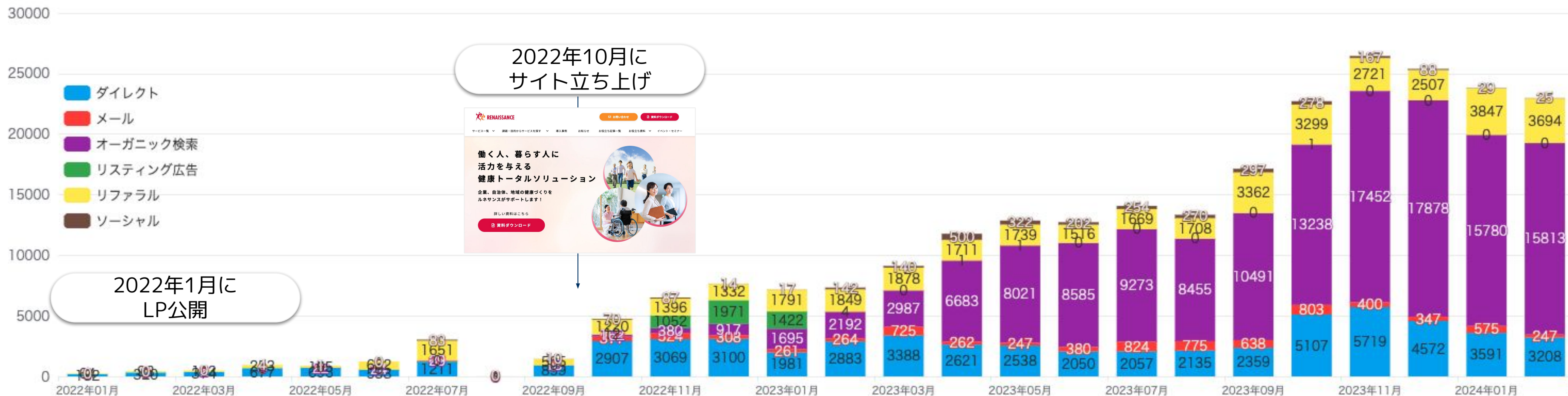


# BtoBマーケティングの成功の秘訣 | ルネサンス社の事例

## 2年前にBtoBマーケティングをゼロから立ち上げ、現在は月250件CV獲得の目標を150%達成！

2022年1月にBtoBマーケティングの取り組みを開始し、法人向けLPの作成を目的にferret Oneを導入。初期段階からホワイトペーパーの制作、記事制作、導入事例の制作、広告運用等を開始し、コンテンツを揃えた状態で2022年10月にサービスサイトを立ち上げ。その後ウェビナー開催や外部媒体の活用等も行い、2023年年間では年間合計1584件ものCV獲得に成功。もともと掲げていた月11,000件の訪問者数・250件/月のCV獲得目標も大きく達成することができています。

ferret One導入以降の訪問者数の推移



# BtoBマーケティングの成功の秘訣 | ルネサンス社の事例

## 多くの打ち手でリード獲得目標も達成

	～2021年	2022年	2023年
フェーズ	マーケ立ち上げ期	コンテンツの仕込み開始 サイトの土台作り	リード成果創出期
体制	オンライン活用推進部 オンライン推進チーム	オンライン活用推進部 オンライン推進チーム 人数：実務2名	マーケティングデザイン部立ち上げ！ 人数：実務4名
施策	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 取り組みの方針ぎめ（STPのすり合わせなど）</li> <li>● MA導入・SFA導入</li> <li>● テレアポ・FAX</li> <li>● オンライン商品説明会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● LP公開後メール配信</li> <li>● サイト改善</li> <li>● ferret Oneでサイトリニューアル</li> <li>● ホワイトペーパー</li> <li>● 記事制作</li> <li>● 導入事例</li> <li>● 広告配信</li> <li>● メールマガジン</li> <li>● セミナー</li> <li>● ジチタイワークス掲載</li> <li>● テレアポ・FAX</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PR研修・プレスリリースの強化</li> <li>● テレマーケティング（アウトバウンドマーケティング）</li> <li>● 共催セミナー</li> <li>● ポップアップ施策</li> <li>● メールマガジン</li> <li>● セグメントメール配信</li> <li>● ブログの直帰率改善</li> <li>● ホワイトペーパー</li> <li>● 記事制作</li> <li>● 導入事例</li> <li>● 広告配信</li> <li>● メールマガジン</li> <li>● セミナー</li> <li>● ジチタイワークス掲載</li> <li>● テレアポ・FAX</li> </ul>

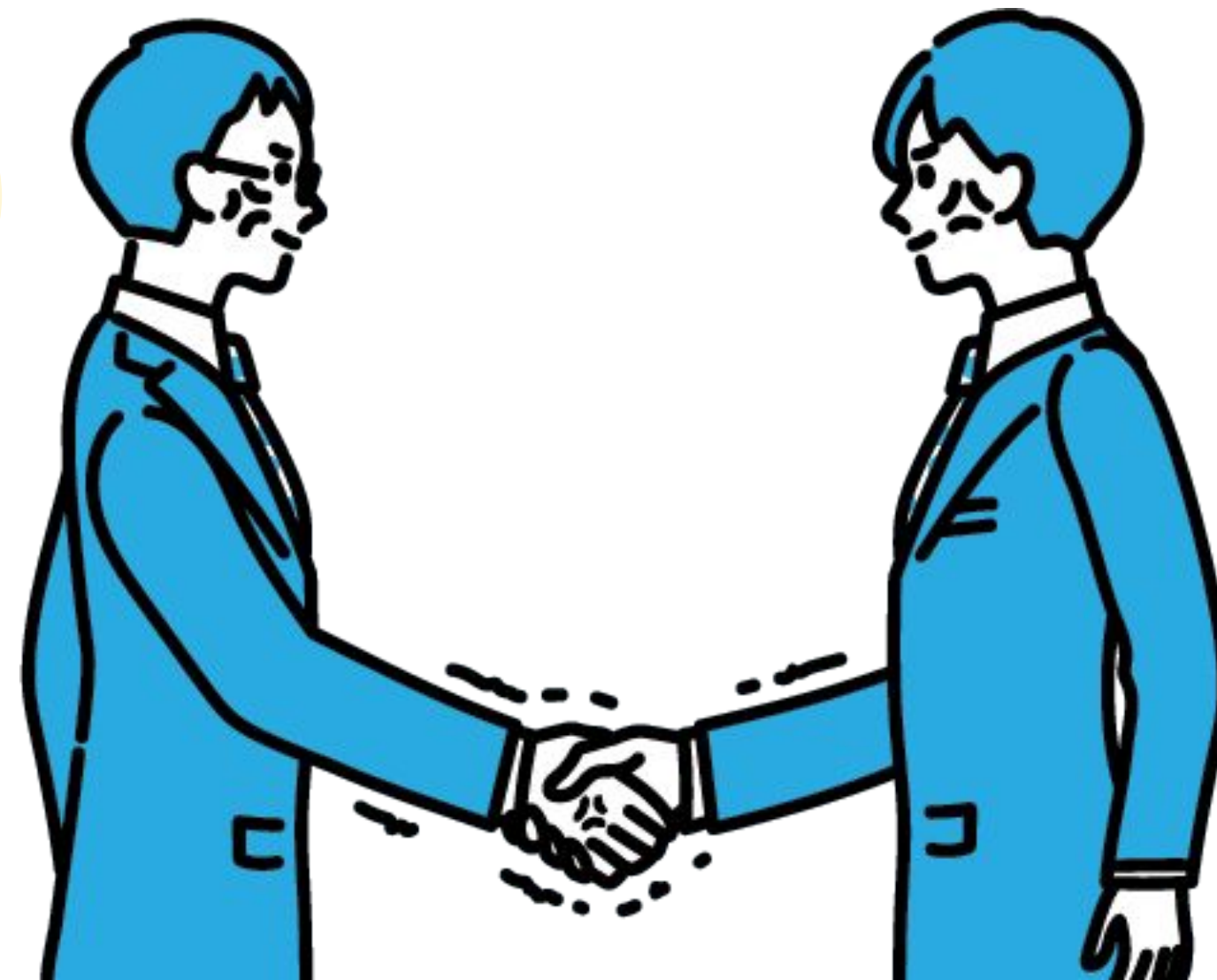
**打ち手の量が必要！**

**でも、予算も人もない…**

しかし追加予算/体制確保の難易度が高いのは、  
経営層が**マーケ実務にかかる工数のイメージ**を持っていないから

何をどれくらい投資したら  
いいかわからないから  
まずはミニマムスタートの  
兼任体制で  
成果を出してくれ！！

経営層



サイト改善、記事、  
メルマガ…いっぱいやるこ  
とあるんだ！！  
成果出したくても  
兼任でできるわけない！

マーケの現場

# 各施策に必要な工数

①リソースを確保し続けられるか？

②実行するナレッジがあるか？

は、各制作物に要する工数の目安です。※弊社平均概算値

## 記事制作

必要工数(1記事あたり)

**約15h~30h**

作業内容

企画立案	.....	2h
骨子作成	.....	4h
原稿作成	.....	5h
校閲/校正	.....	2h
入稿	.....	0.5h

## ホワイトペーパー制作

必要工数(1冊あたり)

**約30h~45h**

作業内容

企画立案	.....	1h
骨子作成	.....	8h
原稿作成	.....	16h
校閲/校正	.....	2h
デザイン作成	.....	16h

## セミナー開催

必要工数(1開催あたり)

**約20h~30h**

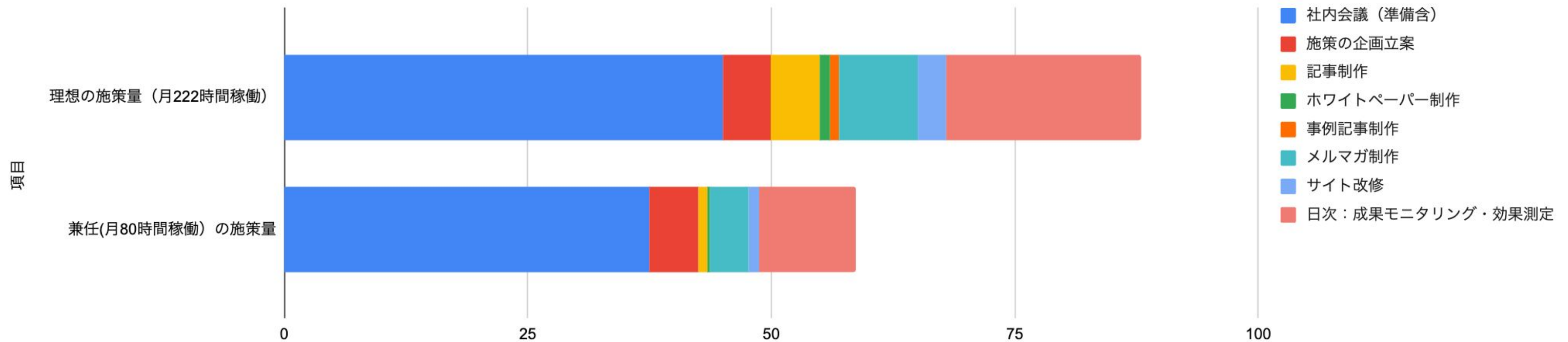
作業内容

企画立案	.....	3h
構成作成	.....	2h
資料作成	.....	8h
リハーサル	.....	3h
その他 運営	.....	4h

# 兼任では到底不可能

兼任（月160時間中 80時間稼働と想定）の場合、記事1記事・メルマガ4本+αが関の山。  
成果ができるまでの時間がかかりすぎてしまい、マーケの追加投資にも踏み切れない。

理想の施策量（月222時間稼働） と 兼任(月80時間稼働) の施策量

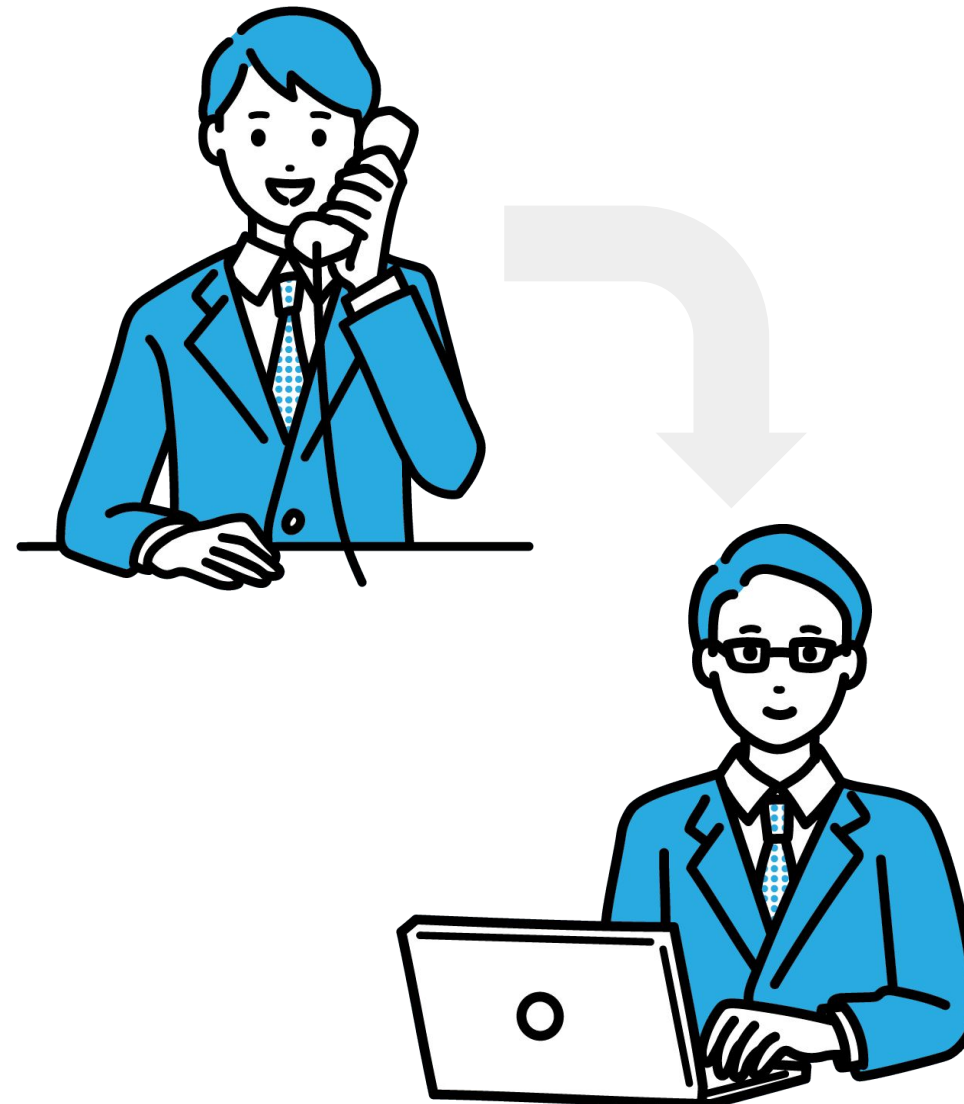


マーケティング業務の内容に応じた適切な人員をアサインする

採用

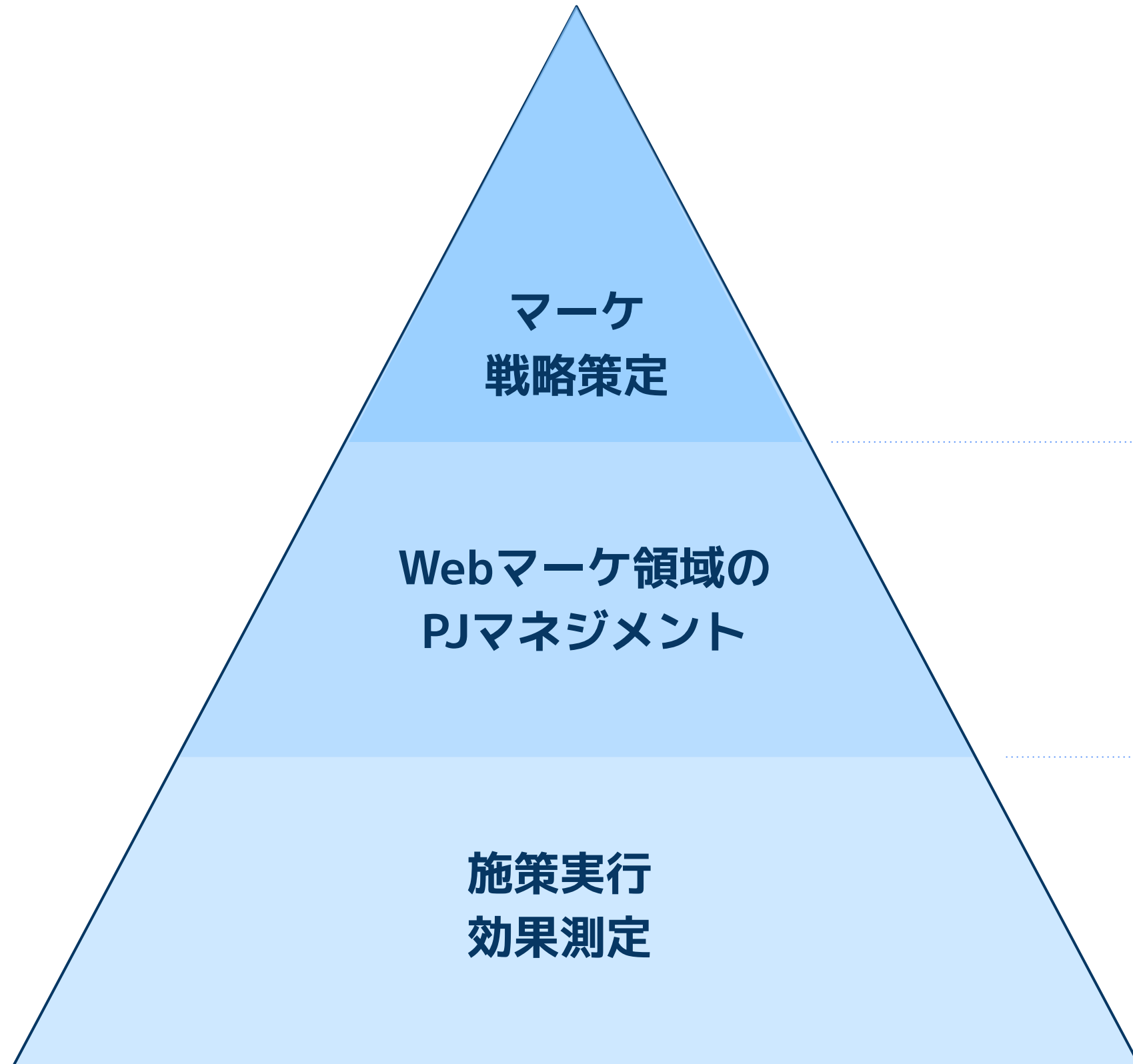


別部署から異動



外注





## 【戦略】 マーケ戦略策定

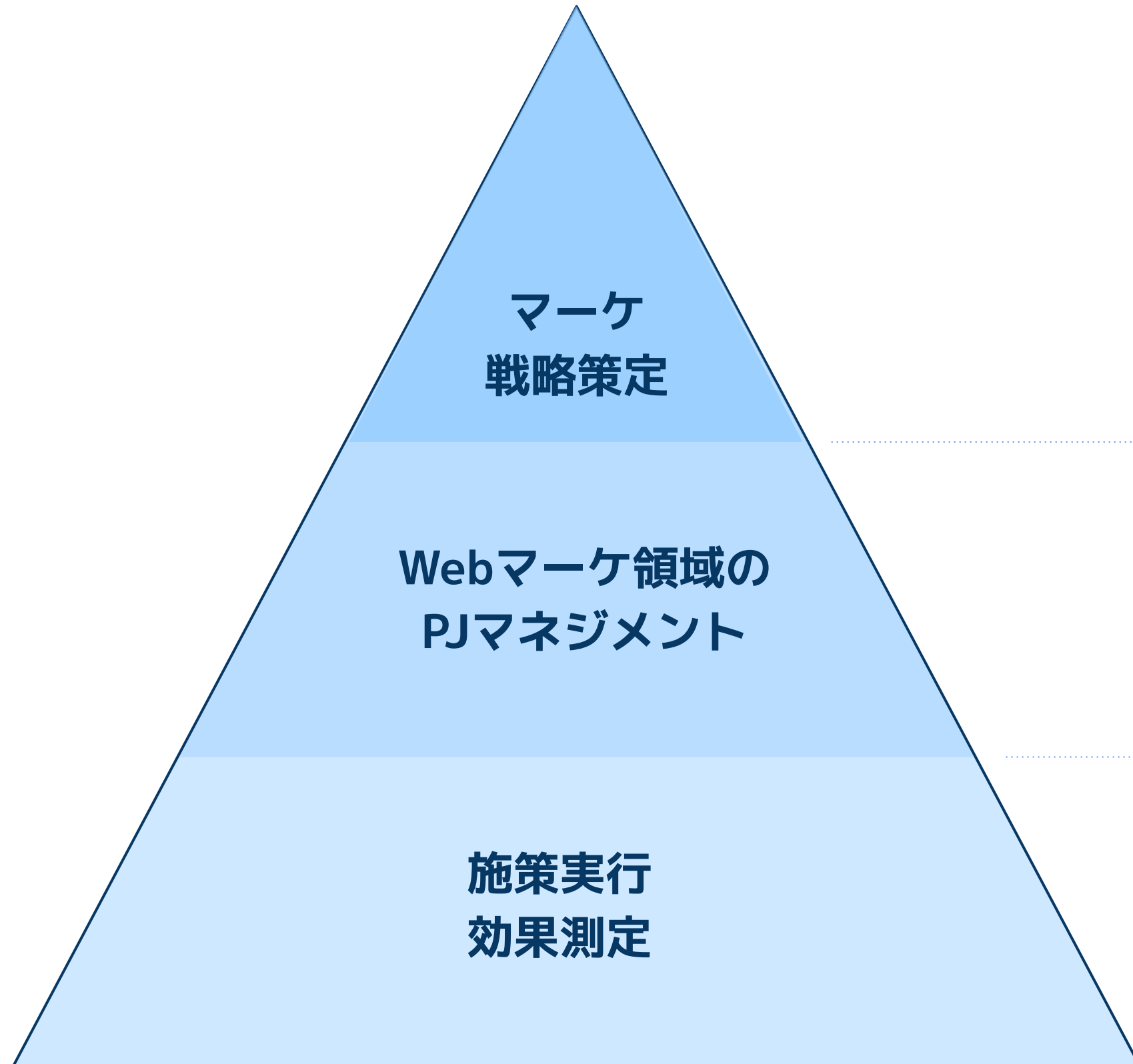
- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

## 【戦術】 Webマーケティング領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

## 【実行】 施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc...



## 【戦略】 マーケ戦略策定

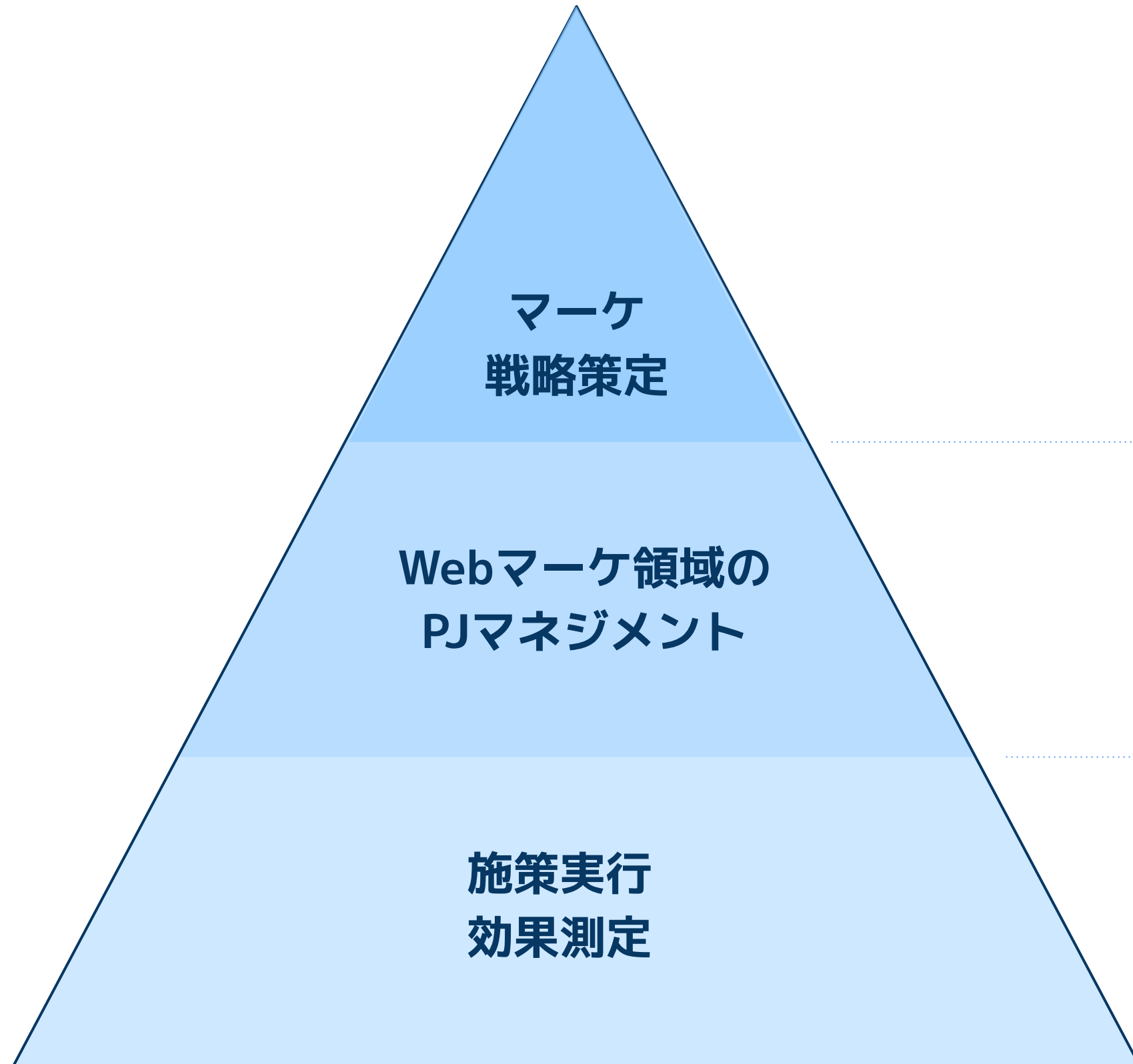
- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

## 【戦術】 Webマーケティング領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

## 【実行】 施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc...



## 【戦略】 マーケ戦略策定

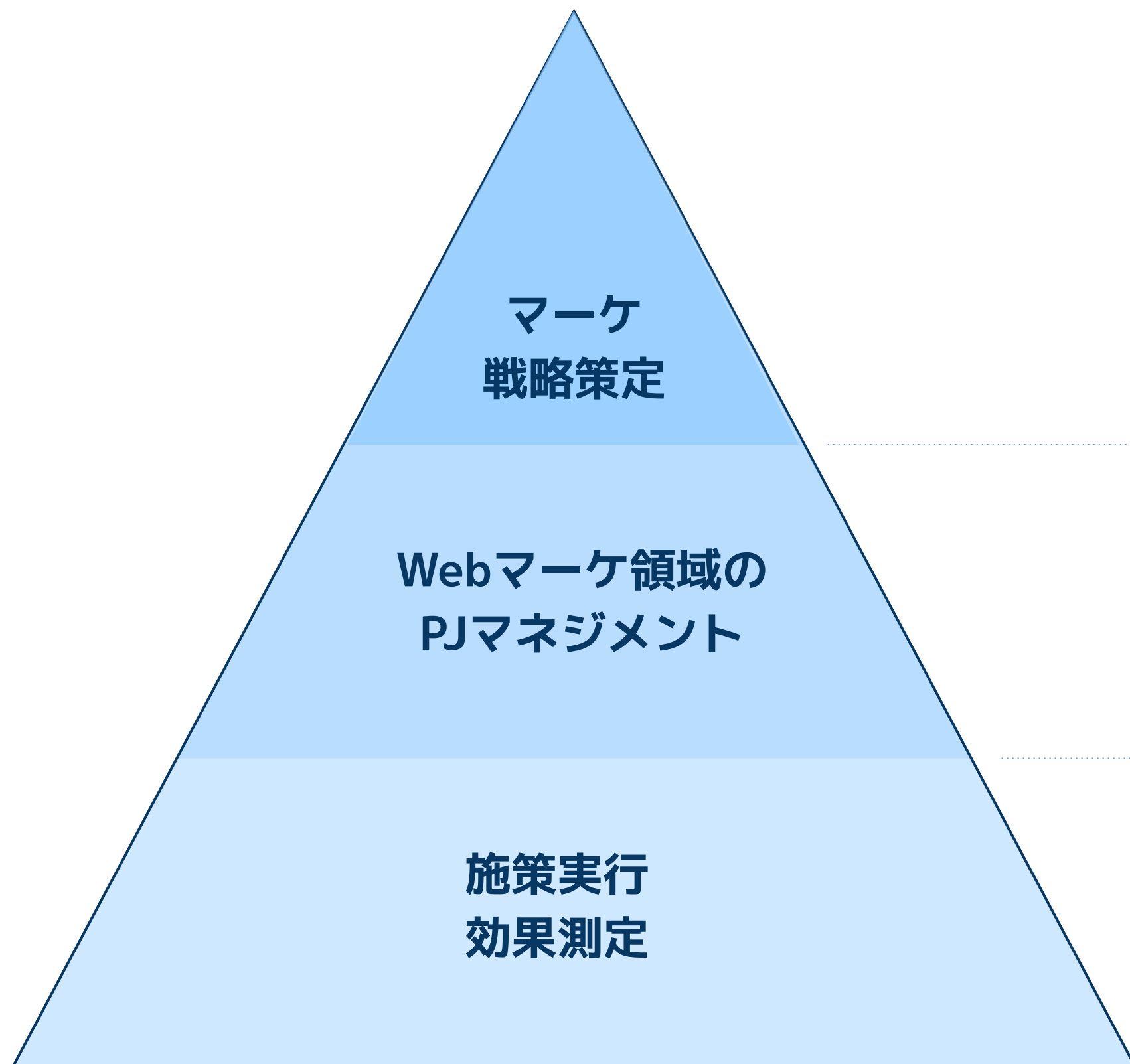
- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

## 【戦術】 Webマーケティング領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

## 【実行】 施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc...



## 【戦略】 マーケ戦略策定

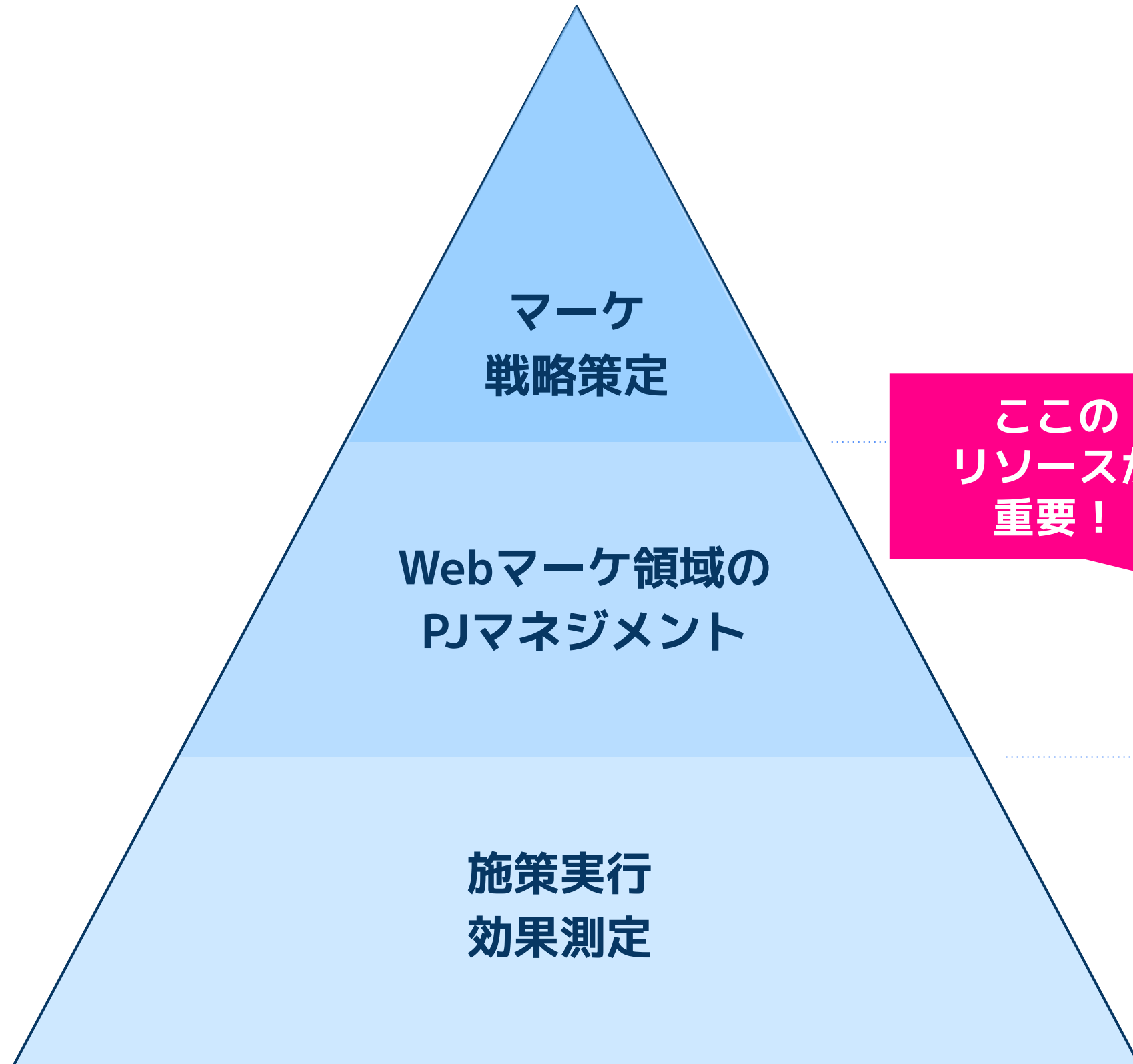
- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

## 【戦術】 Webマーケティング領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

## 【実行】 施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc...



## 【戦略】マーケティング戦略策定

- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

## 【戦術】Webマーケティング領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

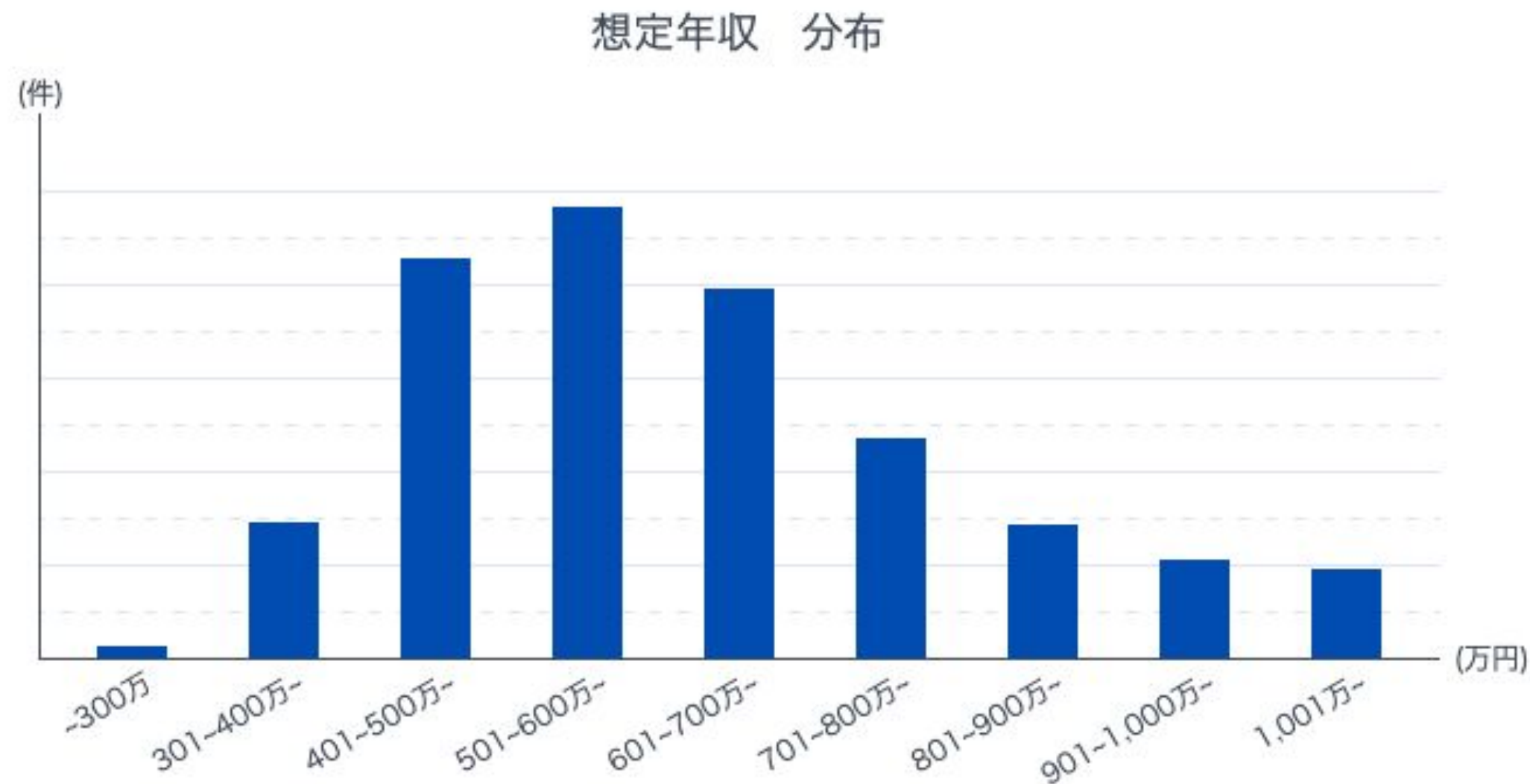
## 【実行】施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc...

# ① マーケターの想定年収

マーケティング職の**想定年収の平均額は600万円（月収50万円）** ※1。

企業が採用したがる実務経験3年以上の若手パフォーマーの**平均年収は818万程** ※2。



※1(引用)リクルートエージェント想定年収データ

## 企業が積極的に採用したい マーケター像の平均年収

**A.若手パフォーマー：818万円**

(25-35歳で、3年以上経験した特定スキルあり)

**B.マネージャー候補：978万円**

(25-35歳で、3年以上マネジメント経験あり)

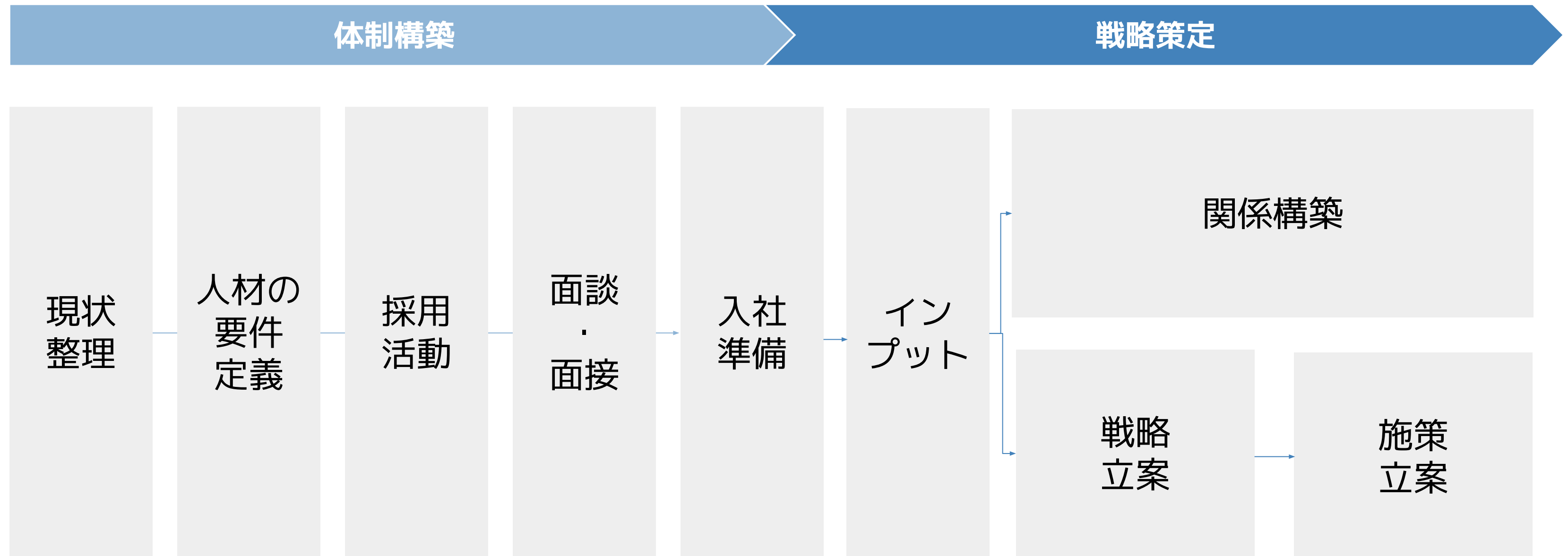
**C.CMO候補：928万円**

(35-50歳で、5年以上の特定スキル&マネジメント経験あり)

※2 (引用)WACUL | マーケターのスキルと年収、転職意向  
の実態調査2024

## ② 施策実行までかかるスピード

人材採用の要件定義～実際の採用は、少なくとも**4ヶ月以上**かかる。



# マーケティングソース拡充の方法 3つ

	メリット	デメリット
<b>人材採用</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長期的な人材確保が可能</li> <li>・ マーケ経験があれば施策実行スピードも向上する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採用費/採用工数がかかる</li> <li>・ 即戦力化までは時間を要する</li> </ul>
<b>社内異動</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関係値があるため、PJ立ち上がりまでは早い</li> <li>・ 営業職/CS職出身であれば、高い顧客解像度で企画立案も可</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケ経験がないとPJ実行スピードは遅い・学習は必須</li> <li>・ 異動時期が社内事情に左右される</li> </ul>
<b>外注・支援会社利用</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ PJ立ち上がり・実行スピードともに早い</li> <li>・ マーケ経験者不足を補える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業理解のインプットが必要</li> <li>・ ディレクション工数が必要になる</li> </ul>

# マーケティングソース拡充の方法 3つ

	メリット	デメリット
人材採用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長期的な人材確保が可能</li> <li>・ マーケ経験があれば施策実行スピードも向上する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採用費/採用工数がかかる</li> <li>・ 即戦力化までは時間を要する</li> </ul>
社内異動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関係値があるため、PJ立ち上がりまでは早い</li> <li>・ 営業職/CS職出身であれば、高い顧客解像度で企画立案も可</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケ経験がないとPJ実行スピードは遅い・学習は必須</li> <li>・ 異動時期が社内事情に左右される</li> </ul>
外注・支援会社利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ PJ立ち上がり・実行スピードともに早い</li> <li>・ マーケ経験者不足を補える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業理解のインプットが必要</li> <li>・ ディレクション工数が必要になる</li> </ul>

# マーケティングソース拡充の方法 3つ

	メリット	デメリット
人材採用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 長期的な人材確保が可能</li> <li>・ マーケ経験があれば施策実行スピードも向上する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 採用費/採用工数がかかる</li> <li>・ 即戦力化までは時間を要する</li> </ul>
社内異動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関係値があるため、PJ立ち上がりまでは早い</li> <li>・ 営業職/CS職出身であれば、高い顧客解像度で企画立案も可</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケ経験がないとPJ実行スピードは遅い・学習は必須</li> <li>・ 異動時期が社内事情に左右される</li> </ul>
外注・支援会社利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ PJ立ち上がり・実行スピードともに早い</li> <li>・ マーケ経験者不足を補える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業理解のインプットが必要</li> <li>・ ディレクション工数が必要になる</li> </ul>

# 外注も組み合わせさせた成果の出せるマーケ組織の 2パターン

1

やりたいことがあるが進まない

2

マーケ施策に  
落とし込めない

## マーケ戦略策定

- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討 (直販/代理店etc)

## Webマーケ領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

## 施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc...

マーケ実務経験のある責任者クラス  
(例：前職マーケ・中途採用)

マーケ実務経験のない責任者クラス  
(例：営業部長)

戦略から実行まで  
支援できる会社に  
外注

特化施策を  
外注

- ① 成果を出せるマーケティング組織の共通項
- ② **第三の選択肢 | マーケティングサポーターのご紹介**
- ③ マーケ業務棚卸し相談のご案内

マーケやferret Oneの基礎知識がある人材が  
マーケティングの施策や負担になりやすい **実務作業を代行**いたします！

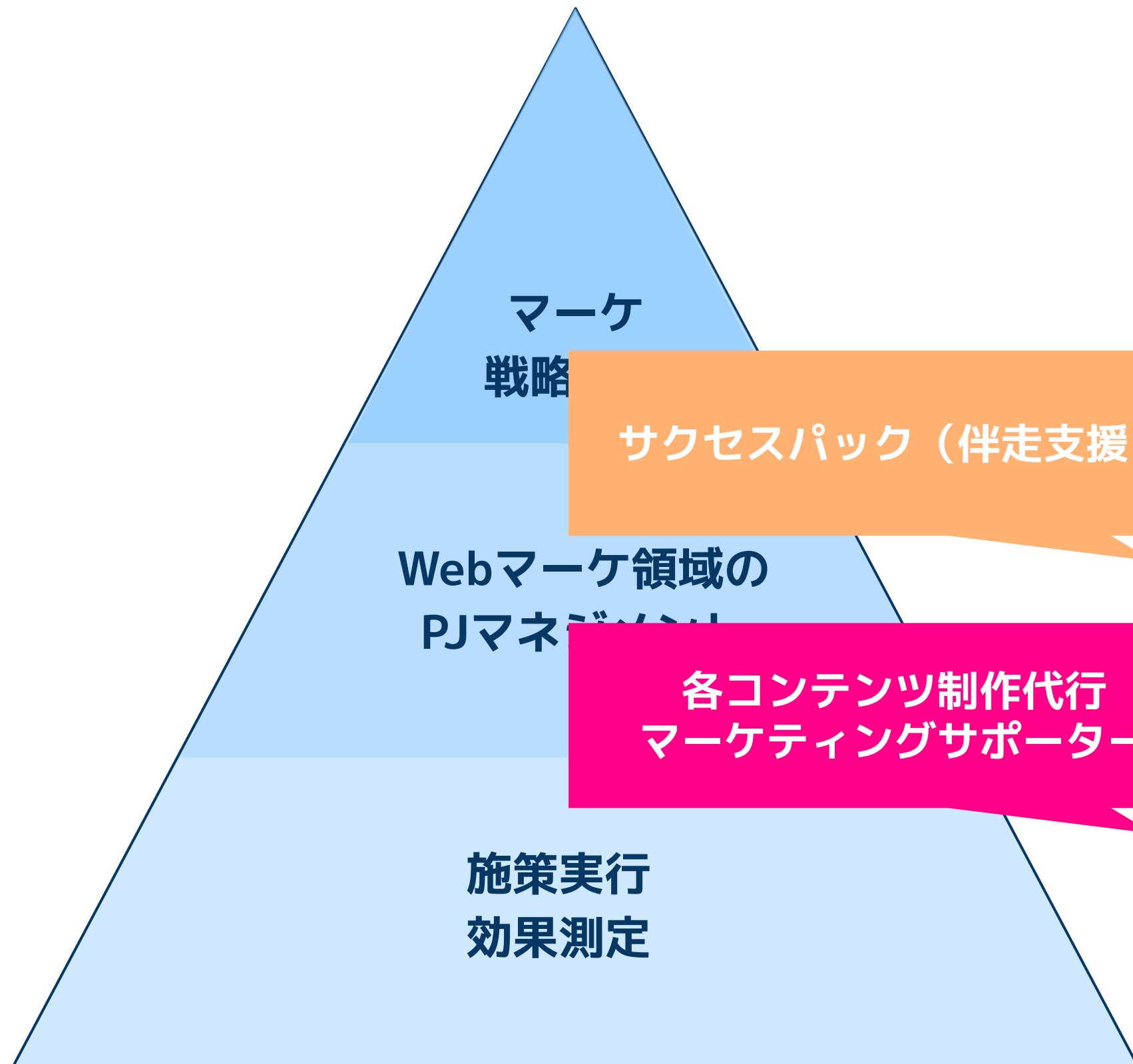
CS担当  
施策のご提案



マーケティングサ  
ポーター  
施策の実行

point

- ・ 社内リソースがないためマーケティング施策が進まない
- ・ 細かい指示は出さずに施策実行の手を動かしてほしい
- ・ 施策ごとに外注先を分けるのは煩雑なので避けたい
- ・ フルタイムではなく必要な時間分だけ人手が欲しい



## 【戦略】 マーケ戦略策定

- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

## 【戦術】 Webマーケティング領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

## 【実行】 施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc…

# マーケティングサポーター | 対応可能業務(一部例)

想定業務	詳細	想定工数
メルマガ作成・送信	ferret OneやMAツールを使ったメール作成・配信設定	5.0h~
サイトのテキスト修正	見出しや説明文などの修正	0.5h
DL資料の設置	フォーム作成、フォームページ作成、サンクスページ作成、資料UL	0.5h
ページ作成(原稿あり)	導入事例など、ページや画像があるものを反映してページ作成	1.0h~
CTA・リンクの設置	既存ページ・記事にCTA・リンクを設置	0.5h~
DL資料一覧ページの作成	DL資料が並んだ一覧ページを作成	1.0~1.5h
LP作成(既存ページ複製)	既存ページを複製してLPを作成、新規パーツ作成はない想定	5.0h~
セミナーページ作成	日程や概要が決まっているものを反映してページ作成	1.0~2.0h
meta情報の入力	タイトル・ディスクリプションを入力	1.0h~
施策振り返り・結果確認	実施した施策を振り返り	1.0~5.0h

## マーケティング戦略策定

- ・ 強みや提供価値の言語化
- ・ ターゲットの設定
- ・ 営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

## Webマーケティング領域のPJマネジメント

- ・ KPIの設定
- ・ 年間施策の作成
- ・ 予算/体制の調整
- ・ ペルソナ/CJMの作成
- ・ コンテンツマップの作成

## 施策実行・効果測定

- ・ サイト改善
- ・ メルマガ配信
- ・ 記事制作
- ・ アクセス解析
- ・ 展示会出展
- ・ MA活用 etc...

1

やりたいことがあるが進まない

2

マーケティング施策に落とし込めない

マーケティング実務経験のある責任者クラス  
(例：前職マーケティング・中途採用)

マーケティング実務経験のない責任者クラス  
(例：営業部長)

- 施策立案 -  
サクセスパック

- 実務代行 -  
マーケティング  
サポーター

- 実務代行 -  
マーケティング  
サポーター

1

やりたいことがあるが進まない

## マーケティング戦略策定

- ・強みや提供価値の言語化
- ・ターゲットの設定
- ・営業チャネルの検討 (直販/代理店etc)

ferret Oneの操作方法を習得しているメンバーが対応するため、レクチャー工数をかけずにすぐに施策をお任せいただけます。

成

- ・ サイト改善
- ・ 記事制作
- ・ 展示会出展
- ・ メルマガ配信
- ・ アクセス解析
- ・ MA活用 etc...

マーケティング実務経験のある責任者クラス  
(例：前職マーケティング・中途採用)

マーケティング実務経験のない責任者クラス  
(例：営業部長)

-施策立案-  
サクセスパック

-実務代行-  
マーケティング  
サポーター

-実務代行-  
マーケティング  
サポーター

## ferret Oneの実務専門担当としてマーケティングサポーターをフル活用



やりたいことはあるけど、  
ferret Oneでできるかどうかを調べたり、手を動かす  
時間がない…

**MGR**

戦略や予算の  
意思決定

**社員**

施策のディレ  
クション

## ferret Oneの実務専門担当としてマーケティングサポーターをフル活用



やりたいことはあるけど、  
ferret Oneでできるかどうかを調べたり、手を動かす  
時間がない…

**MGR**  
戦略や予算の  
意思決定

**社員**  
施策のディレ  
クション

都度依頼/相談

確認依頼/報告

ferret Oneでの実装可否の  
調査から標準機能での実行  
までをすべて代行！  
※CSSは別メニューでご案内

マーケティ  
ングサポー  
ター



## ferret Oneで行うページの更新業務からページ改修の実装までお任せ

ある月の業務	詳細	想定工数
セミナーページの非公開	共通フォームになっていたものを資料ごとに新規作成	0.5h
記事入稿	ドキュメントで納品されたブログ記事を月7本入稿する	10h
お知らせページの公開	ブログ記事に使うタグの作成、全記事に設定する	1.0h
セミナーページの公開	課題別ページを1ページ新規作成する	1.0h
事例ロゴの刷新	ロゴデータの追加	1.0h
記事にバナー設置	全記事反映・テンプレート編集	6.0h
サービスページの改修	サイトの軽微な修正から要素追加まで対応する	19h
サポートページの改修	連携可能システムの情報を追加する	1.0h

ルーティン業務

手がかかる  
施策業務

## マーケティング戦略策定

- ・強みや提供価値の言語化
- ・ターゲットの設定
- ・営業チャネルの検討（直販/代理店etc）

CS担当がマーケティングサクセスパック（伴走支援）内でご提案した施策を実行するため、**施策ディレクション工数**を減らして施策をお任せいただけます。

- ・サイト改善
- ・記事制作
- ・展示会出展
- ・メルマガ配信
- ・アクセス解析
- ・MA活用 etc...

2

マーケティング施策に  
落とし込めない

マーケティング実務経験のない責任者クラス  
(例：営業部長)

-施策立案-  
サクセスパック

-実務代行-  
マーケティング  
サポーター

-実務代行-  
マーケティング  
サポーター



CS担当



マーケティングサポーター

Slackやメールでのやりとり中心

## 月1回の定例MTGでのご提案

**フォームページ改善案**

**EFOのポイント 資料の一部をチラ見せする**

- 資料の一部をチラ見せすることで、この資料によってどんな情報が得られるのか具体的にイメージしてもらいやすくなります  
参考: [ferret Oneの実際のページ](#)
- ギャラリーパーツの活用がおすすめです  
ヘルプ: [ギャラリーパーツ](#)

© 2021 BioBマーケティングなら ferret One



No.	カテゴリ	業務名	業務詳細	実施予定日	ステータス	状況詳細	実績時間 (h)
1	ブログ	ブログ記事改修 <a href="#">管理シート</a>	・ブログ記事内のリンク設定 (各資料) (管理シート作成工数含む)	2024/02/20	完了		10.0
2	ブログ	ブログ記事改修	・タグの作成	2024/02/20	完了	先方: タグ選定26日週 木下: 選択肢シートに設置 先方: シート完成	5.5
3	ブログ	ブログ記事改修	ブログ詳細テンプレート作成 ・記事ランキング ・タグ ・SNSリンク	2024/02/20	完了		1.5
4	ページ	「課題から選ぶ」ページの <a href="#">参考ページ</a>	・それぞれの「課題から選ぶ」の下層に1ページ新規で作成する	2024/02/20	完了	<a href="#">下書き保存中</a> 設置画像について確認中	3.0
5		<a href="#">参考資料</a>	<a href="#">ページの雛形作成</a>	2024/03/29	完了	・導入事例かQAを説得セクションに入れる <a href="#">下書きURL</a> → <a href="#">連絡済み</a> → 入れるならQA (ただし、メーカー確認中) 詳細は問合せくださいで問合せフォームに飛ばしたいので メーカーサイトへのリンクは無でいきたいのですが、いかがでしょうか? 専用の問い合わせフォーム (製品を選ぶフォーム画面) を準備する形で	2.0
6			<a href="#">タグページの修正</a>	2024/03/12	完了		1.0
7			・ブログ記事内のリンク設定 (各資料) (管理シート作成工数含む) 2月続き	2024/03/01	完了	3月追加記事5つ → タグの設置依頼 → <a href="#">連絡済み</a> → <a href="#">その他の確認依頼はお客様連絡済み</a>	5.0
8		<a href="#">参考ページ</a>	課題ページ (続き)	2024/03/21	完了	・ <a href="#">課題一覧ページ</a> → <a href="#">画像いただく</a> → イラストor写真どっちが良い? ・ 各課題 (5こ) ページ → サービスリンク 下書きURL <a href="#">①</a> 、 <a href="#">②</a> 、 <a href="#">③</a> 、 <a href="#">④</a> 、 <a href="#">⑤</a> → 内容確認中	8.0
9		<a href="#">参考ページ</a>	バナー作成	2024/03/22	完了	お役立ち資料4つ → <a href="#">お客様確認中</a> → OKです。	4.0
10			お役立ち資料一覧修正	2024/03/23	完了		
11			メルマガ1件作成		完了	コンテンツと資料送るメルマガテンプレート	
12			3月作業の修正	2024/4/29	完了	・ ブログ記事公開設定続き ・ 4月分記事のタグ設置など	5.0
13			新規の記事確認とリンクの設定	2024/4/30	完了		1.0
14			LP改修	2024/4/30	完了	・ 余白の調整 <a href="#">下書きURLはこちら</a>	3.0
15			ページの型のみ作成 (調達支援のところ)	2024/4/30	完了		6.0
16			課題ページの修正	2024/4/30	完了	内容の変更あり → 社内確認中	5.0

## 営業/営業企画と兼任しててマーケティングの実務にかけられる時間もノウハウもない

### 当初の課題



マーケティング担当は、実質主担当の自分のみ（しかも**営業と兼任...**）  
立ち上げ期なのに、**リソースもノウハウも足りず手に負えない...**

### マーケティングサポーターの提案内容

全ブログ記事のタグ見直し、バナー作成、サイト改修、メルマガ作成、サービスページ作成など**全部やります！**

マーケティング  
サポーター



### 結果



**営業業務に集中しながら、マーケティング施策を推進できた！**

# 実行リソースの確保方法

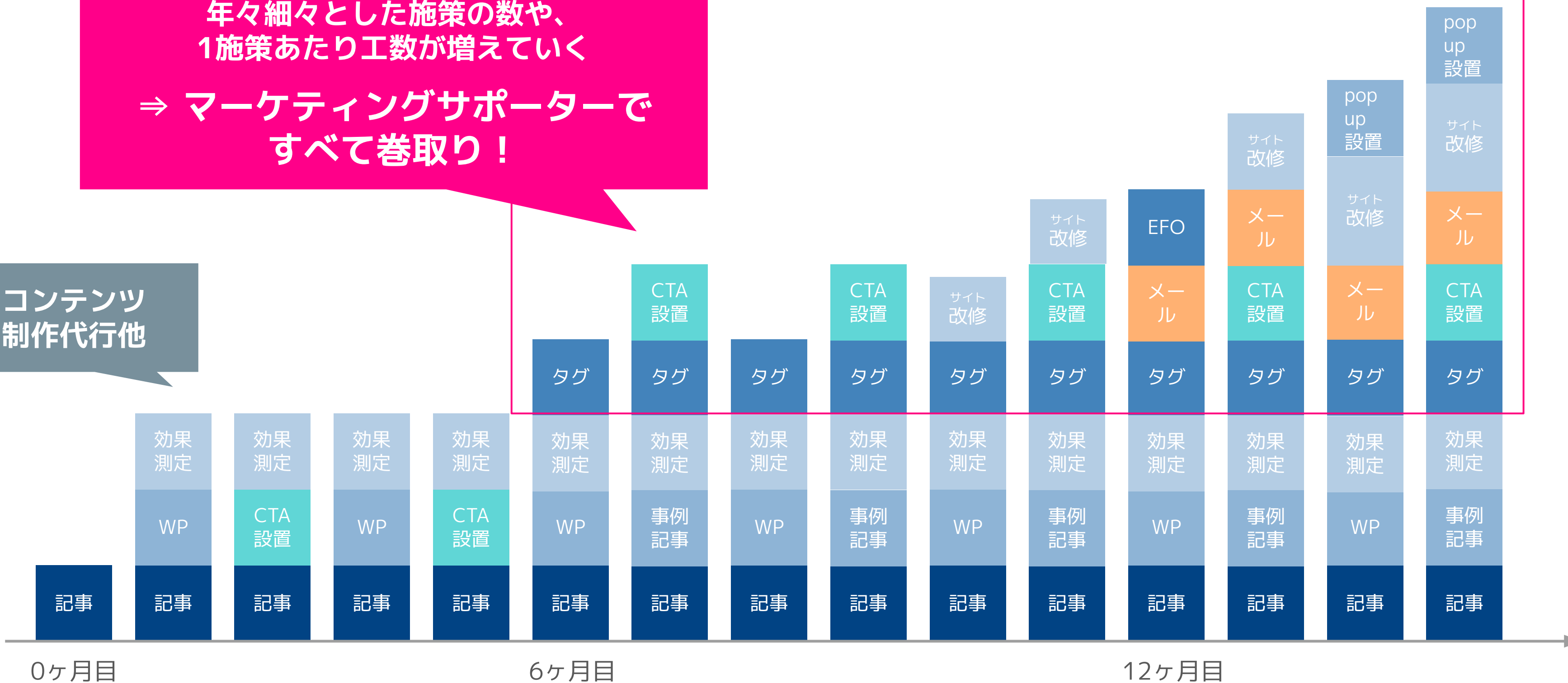
サクセスパック  
あり

マーケティング  
サポーター

施策の蓄積により  
年々細々とした施策の数や、  
1施策あたり工数が増えていく

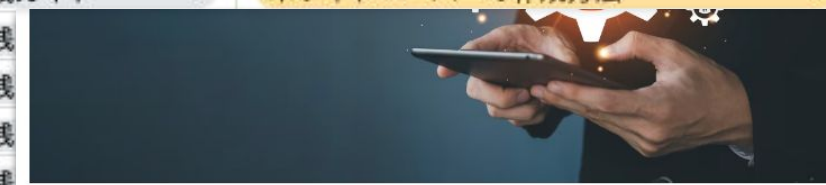
⇒ マーケティングサポーターで  
すべて巻取り！

コンテンツ  
制作代行他



## 工数がかかり後回しにしていたブログ記事のタグ/CTA全チェック・設定も実施

No	ブログURL	記事名	タグ①	タグ②	タグ③	見直し後 対応資料①	見直し後 対応資料②	見直し資料設置対応
1	https://ferret-one.com/blog/403	403エラーとは？突然403 forbiddenが発	BtoBマーケ	CMS	広告	BtoBマーケ実践ガイド	ホワイトペーパーの作成方法	対応済
2	https://ferret-one.com/blog/app	【例文あり】アポイントメールの書き方	BtoBマーケ	CMS		BtoBマーケ実践ガイド	ナーチャのポイント	対応済
3	https://ferret-one.com/blog/502	502エラーとは？発生する原因と対処法	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践ガイド	ナーチャのポイント	対応済
4	https://ferret-one.com/blog/sear	検索ボリュームの調べ方とは？おすすめ	CMS	MA		BtoBマーケ実践ガイド	記事の書き方	対応済
5	https://ferret-one.com/blog/mail	日程調整メールの書き方とは？ビジネス	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践ガイド	ナーチャのポイント	対応済
6	https://ferret-one.com/blog/quot	引用のやり方とは？編集部が教えるWeb	BtoBマーケ	人材不足		BtoBマーケ実践ガイド	ホワイトペーパーの作成方法	対応済
7	https://ferret-one.com/blog/pest	【わかりやすく】PEST分析とは？テン	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
8	https://ferret-one.com/blog/app	【例文あり】アポイントメールの書き方	BtoBマーケ	MA	人材不足	BtoBマーケ実践		
9	https://ferret-one.com/blog/site-	サイトマップを自動で作成する方法とは	BtoBマーケ	CMS		BtoBマーケ実践		
10	https://ferret-one.com/blog/oper	業務マニュアルの作り方とは？わかりや	BtoBマーケ	戦略設計		BtoBマーケ実践		
11	https://ferret-one.com/blog/worc	WordPressを使ったランディングページ BtoBマーケティングのお困りごとをまる	BtoBマーケ	MA	CMS	BtoBマーケ実践		
12	https://ferret-one.com/blog/3c	【5分でわかる】3C分析とは？テンプレ	BtoBマーケ	MA	SFA	BtoBマーケ実践		
13	https://ferret-one.com/blog/mar	マーケターが選ぶ、初心者向けのマーケ	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
14	https://ferret-one.com/blog/whit	ホワイトペーパーとは？顧客が欲しくな	BtoBマーケ	CMS		BtoBマーケ実践		
15	https://ferret-one.com/blog/form	【2024年版】入力フォーム作成ツール10	BtoBマーケ	CMS		BtoBマーケ実践		
16	https://ferret-one.com/blog/web	【2024年新法施行】Web担当必見のウェ BtoBマーケティングのお困りごとをまる	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
17	https://ferret-one.com/blog/btob	【5分でわかる】BtoBビジネスとは？Bto	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
18	https://ferret-one.com/blog/web	Webライティング基本の書き方とは？初	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
19	https://ferret-one.com/blog/ctr-a	クリック率の平均はどのくらい？CTRを	BtoBマーケ	CMS		BtoBマーケ実践		
20	https://ferret-one.com/blog/502	502エラーとは？発生する原因と対処法	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
21	https://ferret-one.com/blog/mail	日程調整メールの書き方とは？ビジネス	BtoBマーケ	CMS		BtoBマーケ実践		
22	https://ferret-one.com/blog/hom	ホームページを自分で修正する方法とは	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
23	https://ferret-one.com/blog/swot	SWOT分析とは？テンプレートを使った	BtoBマーケ	MA		BtoBマーケ実践		
24	https://ferret-one.com/blog/sear	検索ボリュームの調べ方とは？おすすめ	BtoBマーケ	MA	BtoBマーケ	BtoBマーケ実践		
25	https://ferret-one.com/blog/cms	WordPress以外のCMSならコレ！機能別	BtoBマーケ	CMS		BtoBマーケ実践		
26	https://ferret-one.com/blog/seo-	【基本】SEOはキーワード選定が9割！	BtoBマーケ	情報システム部門		BtoBマーケ実践		
27	https://ferret-one.com/blog/worc	WordPressのサイトリニューアルをドメ	BtoBマーケ	SFA	ID管理	BtoBマーケ実践		



社内システムを導入する6つの手順とスムーズに進めるポイント

近年、IoTやAI、クラウド、マイクロサービスなどの新たなデジタル技術の登場しています。これによって、あらゆる産業でこれまでにないビジネスモデルを展開する新規参入者が見られており、ゲームチェンジが起きつつあります。このような環境のなかで、企業が競争力を維持・強化していくには、DX（Digital Transformation：デジタルトランスフォーメーション）への取り組みが欠かせません。DXの実施にあたっては、データの蓄積・処理ができる社内システムを活用して、生産性の向上や価値創出を図ることがカギとなります。企業の情シス部門では、新たな社内システムの導入・刷新を検討しているものの、「具体的にどのように進めたらよいのか」「スムーズに導入するにはどのような対策が必要なのか」と悩まれている方もいるのではないでしょうか。この記事では、情シス部門の担当者さまに向けて、社内システムの導入手順やポイントについて解説します。

出典：経済産業省『DXレポート』『DXレポート2 中間取りまとめ（概要）』

**社内システム運用管理サービス**

ヘルプデスクからインフラ構築、障害対応まで  
あらゆる情シス業務を丸投げOK！

資料をダウンロードする



- タグ一覧**
- 事例
  - ITコーディネータ
  - IT経営
  - ITアウトソーシング
  - ひとり情シス
  - 社内システム
  - 情シス
  - DX
  - 専任の情シス担当者
  - セキュリティ対策
  - 情シス担当者
  - 情報システム部門
  - クラウドサービス
  - IT資産管理
  - IT人材不足
  - 情シス業務
  - 業務代行
  - キックイン
  - パソコンセットアップ
  - スマートフォンセットアップ
  - コスト削減
  - DX推進
  - ID管理
  - Windows Update
  - ITライフサイクル
  - システム障害
  - システム監視
  - ITレジリエンス
  - ITインフラ
  - 社内ヘルプデスク
  - 働き方改革
  - 生成AI技術
  - 生成AIの運用注意点
  - ChatGPT

**全フォームの項目差し替え、資料別フォームにすることで  
営業からフォローもしやすくなり、見過ごしてた有効リードを発掘！**

## 総合資料請求フォーム

請求したい資料

- サービスA
- サービスB
- サービスC

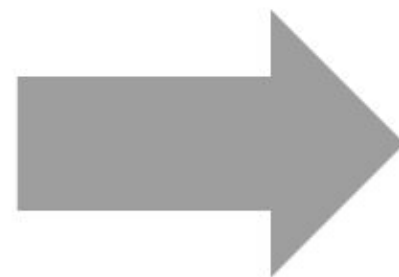
貴社名

お名前

メールアドレス

お電話番号

送信する



## サービスA 資料請求フォーム

貴社名

お名前

メールアドレス

お電話番号

具体的なお悩みをご記載ください

送信する

## メルマガ代行では、配信スケジュールの作成から文面入稿までを実施し 4回配信で+15CV~20CV獲得！ 🎉

### ① 配信企画



メール配信の目的や目標の整理、優先的に配信したいコンテンツのすり合わせを行い、配信内容を設計いたします。

#### <具体的なtodo>

- ✓ ターゲット/ゴール/目標数値の決定

### ② 配信文面作成



ferret Oneが実際に培ってきたメールマーケティングのノウハウを活かしてメール文面を作成いたします。

#### <具体的なtodo>

- ✓ リスト準備/タイトル/本文/送信者設定/配信日時設定

### ③ 数値報告・改善

The image shows a screenshot of the ferretOne interface displaying a numerical report table. The table has columns for '配信日' (Distribution Date), '配信種別' (Distribution Type), '配信カテゴリ' (Distribution Category), 'CVタイプ' (CV Type), 'メルマガタイトル' (Newsletter Title), '配信内容URL' (Distribution Content URL), '配信数' (Number of Distributions), '開封数' (Number of Opens), 'クリック数' (Number of Clicks), 'クリック率' (Click Rate), and 'CV' (Conversion Value).

配信ごとの指標を集計・管理し、定期的に数値のご報告と改善施策のご提案をさせていただきます。

#### <具体的なtodo>

- ✓ 数値集計/改善点を考案/次回の配信内容を確定

# マーケティングサポーターの料金体系

プラン名	20時間プラン	30時間プラン
料金	20万円/月（税抜）	30万円/月（税抜）
ご契約月数	3ヶ月～	3ヶ月～
稼働時間	20時間/月	30時間/月
概要	マーケティング施策やferret Oneの基礎知識がある人材がマーケティング施策を実行し、PDCAの回転数を上げることでマーケティング戦略の成功を支援します。	
役務内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 事前顔合わせ（KickOffの実施）<ul style="list-style-type: none"><li>↳ サポート内容確認 / 進め方の確認</li></ul></li><li>・ サクセスMTGへの同席</li><li>・ 対応範囲：BtoBマーケティング施策全般<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 詳細な業務範囲と想定工数は後述</li></ul></li><li>・ 進捗状況の報告</li></ul>	
備考	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ベーシック社側で実行施策を決める運用の場合は、マーケティングサクセスパックのご契約が条件となります</li><li>※お客様側で業務内容の指示出しが可能な場合は、サクセスパックのご契約なしでのご相談が可能です</li><li>・ コミュニケーションツールは基本的にメールとなります</li><li>・ 稼働時間の範囲であれば、サクセスMTGで決定した以外の施策実行もご依頼可能です</li><li>・ ferret One以外の利用ツールについては、レクチャーをお願いすることもあります</li></ul>	

# マーケティングサポーターのキャンペーンをご用意！

＼残予算駆け込みキャンペーン！／

11月～12月稼働の **最大 33%OFF** にご利用可能です！

プラン名	20時間プラン	30時間プラン
料金	20万円/月 (税抜) <b>→16万円！</b> (20%OFF)	30万円/月 (税抜) <b>→20万円！</b> (33%OFF)
ご契約月数	3ヶ月～	3ヶ月～
稼働時間	20時間/月	30時間/月
概要	マーケティング施策やferret Oneの基礎知識がある人材がマーケティング施策を実行し、PDCAの回転数を上げることでマーケティング戦略の成功を支援します。	
役務内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 事前顔合わせ (KickOffの実施)<ul style="list-style-type: none"><li>↳ サポート内容確認 / 進め方の確認</li></ul></li><li>・ サクセスMTGへの同席</li><li>・ 対応範囲：BtoBマーケティング施策全般<ul style="list-style-type: none"><li>↳ 詳細な業務範囲と想定工数は後述</li></ul></li><li>・ 進捗状況の報告</li></ul>	

# CONTENTS -目次-

- ① 成果を出せるマーケティング組織の共通項
- ② 第三の選択肢 | マーケティングサポーターのご紹介
- ③ **マーケ業務棚卸し相談のご案内**

# マーケティング業務棚卸し相談のご案内

兼任でのマーケティング業務に限界を感じている方の



「どんな業務を依頼できるのか知りたい …」

「金額感を知りたい …」

とお悩みの方へ、事例も交えながら

弊社CS担当が **現状施策の効率化できる点や**

**施策の優先順位付けのご提案** をいたします！

ご希望の方はアンケートで「マーケティング業務棚卸し相談を希望する」をご選択ください

## 本日のウェビナーアンケート回答で ご希望の方へCS担当による マーケティング業務棚卸し相談を1回開催いたします

先着  
10社限定!



### - 内容 -

- 現状施策のヒアリング
- 改善ポイントのアドバイス

# アンケート回答をお願いします！


BtoBマーケするなら  
ferret One

リソース不足の救世主！？

マーケティングサポーター  
説明会

ONLINE WEBINAR 10/31 木 14:00~15:00

株式会社ベリック  
カスタマーサクセス部  
岩本 梨奈



簡単な質問  
に答えてGET



面談申込で  
活用サポート！

セミナー終了時にアンケートをお願いしております。

**簡単なアンケート回答**で本セミナーの資料をゲットできます！

また、ご希望の方は無料でマーケ業務棚卸し相談をご利用いただけます。

# BtoBマーケティングするなら **ferret One**

