

ferret One

他社に差をつける！

競合分析の教科書

INDEX

はじめに

第 **1** 章 競合分析に入る前に

第 **2** 章 「競合分析」についての誤解

第 **3** 章 競合分析の基本手順

第 **4** 章 Webでの競合分析

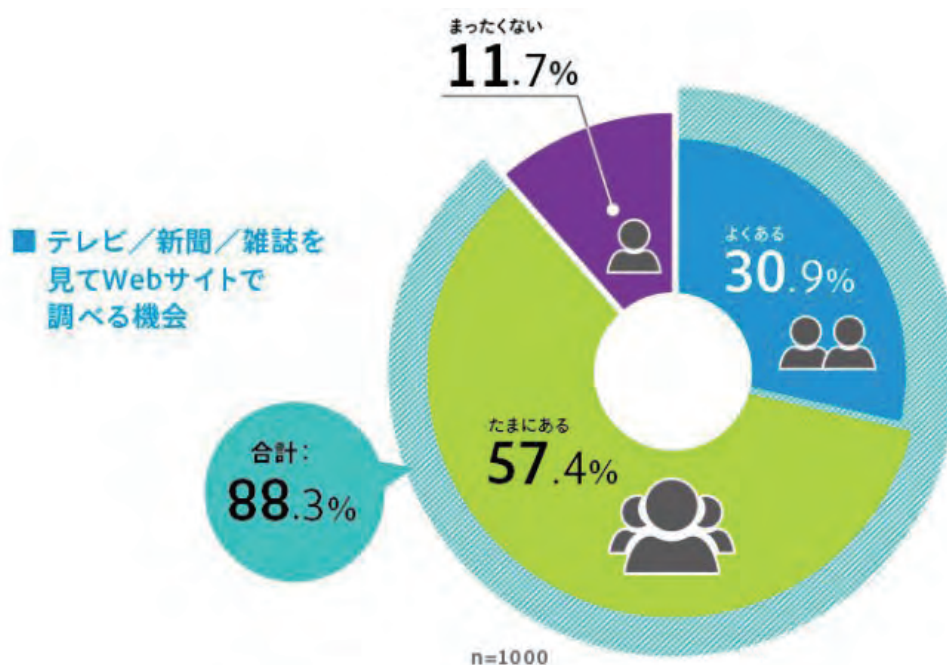
第 **5** 章 競合分析に使えるツール

第 **6** 章 リアルでの競合分析

はじめに

『孫子・謀攻』に記された有名な言葉に、「彼を知り己を知れば百戦殆うからず」があります。敵についても、味方についても、情勢をきちんと把握していれば、何度戦おうと負けることはない、という意味です。この言葉は兵法、つまり戦の仕方として生み出されたものですが、戦争に限らず、スポーツでもビジネスでも、ライバルのことを知っておくことの重要性を否定する人はいないでしょう。

また、インターネットの普及によりこの競合分析の必要性はますます高まっています。なぜならインターネットにより消費者が容易に商品やサービスを“比較”することができるようになったからです。2015年にアドビシステムズ株式会社が実施した調査によると、消費者の88.3%が、テレビや新聞、雑誌を見て気になった商品情報をインターネットで調べており、消費者の52.3%が、店頭で気になった商品をパソコンやスマホで調べている、ということがわかりました。



出典：アドビ、消費者の購買行動におけるデジタルメディアの影響力に関する調査結果を発表

http://www.adobe.com/jp/news-room/news/201502/20150202_JapanConsumerResearch.html

消費者の目に触れるホームページや記事内容が、競合他社に負けてしまっていては、大切な見込み顧客を取り逃がしてしまうことになりかねません。

そのため、ホームページを他社の動向を常に把握し、自社の強みやアピールポイントをお客様に知ってもらえる状況に 置いておく必要があります。

ホームページの担当者として、他社のホームページの見た目や更新内容を定期的を確認している方も多いかと思いますが、「競合分析」として本格的に取り組めている方はそれほど多くないようです。実際に競合分析に着手できていない理由としては、分析の仕方がわからないというのが大きいでしょう。

本書では、そんな方のために競合分析に必要な基本的な手順をご紹介します。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

1 競合分析に入る前に

競合分析に入る前に、分析をするメリットや競合分析の位置付けについて考えておきましょう。なお、この章においては主にWebでの競合分析にスポットを当てています。

競合分析のメリット

①自社のホームページをより良いものにするためのヒントが見つかる

競合分析においては、他社のホームページをいくつも確認することになります。そのため、他社のホームページから自社の現状よりも優れた点を発見し、そのアイデアを転用したり、検索結果でより上位に表示させるための要素を見つけ、ホームページの改善につなげたりすることができます。

②競合のターゲット像を知ることができる

競合分析を行うことで、他社のホームページを訪れている顧客の性質がわかります。また、他社がホームページに多用しているキーワードから、どのようなキーワードで検索順位の上位を狙っているのか推測することもできます。競合他社がホームページ集客に力を入れており、狙うべきターゲット像が近いということがわかっていれば、競合の作ったホームページやランディングページを真似ることによって、早期に成果を出すことができるでしょう。

③競合のマーケティング戦略がわかる

競合分析をすることで、他社がどのような集客経路に力を入れているかわかります。例えば他社がリスティング広告で集客している場合、自社はどのような



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

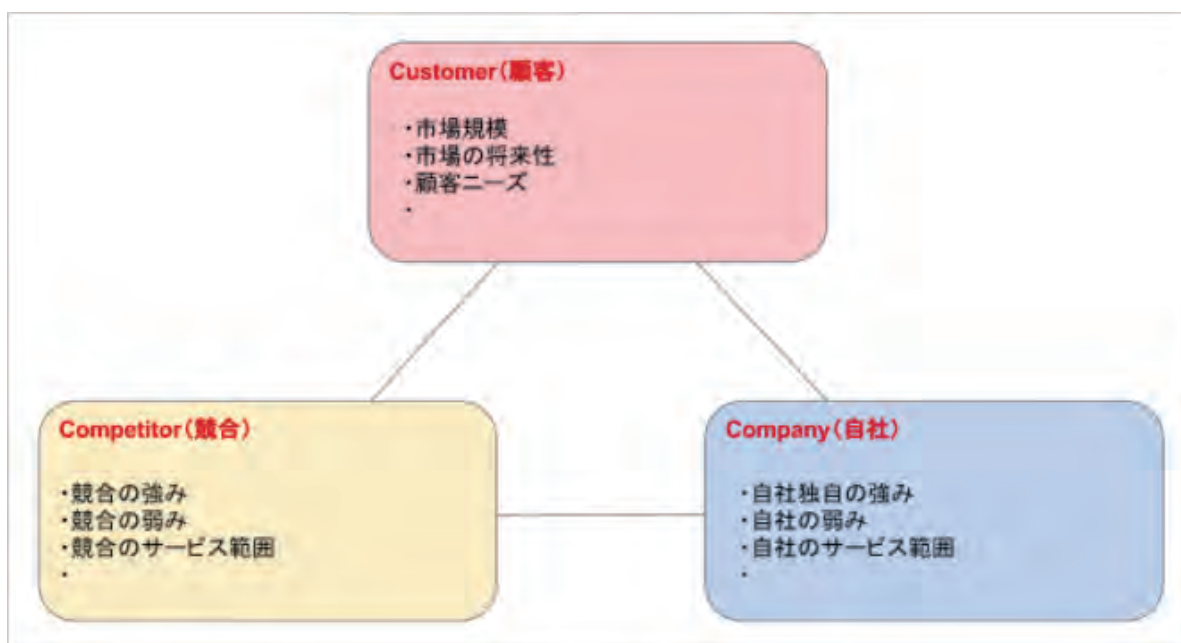
集客施策を行うべきかを判断する材料として使うことができます。

他社がその業界のビッグキーワード（検索数の多いキーワード）で広告をかけている場合に、自社はロングテールキーワード（検索数は少ないが、広告費が安く、キーワードによっては効果的に有望顧客を取りにいけるキーワード）を狙う、といった戦略立てをする際に使います。他社よりも抜きん出た成果を目指すステージにおいては、競合との差別化という点を考える必要があります。

競合分析の位置付け

競合分析は「3C分析」の1つに位置付けられます。

“3C”とは「Customer（顧客・市場）」「Company（自社）」「Competitor（競合）」の3つの頭文字Cを取ったものであり、3C分析は市場や競合などの外部要因と自社の内部要因の分析を通じて戦略策定を行うためのフレームワークのことです。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

3C分析を行うことにより、自社の商品やサービスを使ってもらうべきターゲットが明らかになり、訴求する自社の強みや、他社との差別化ポイントを把握することができます。

競合分析はそれだけを行っても効果は薄く、自社や顧客を分析することで初めて意味を持ちます。「自社の分析だけやればいい」「顧客の分析だけやればいい」「競合の分析だけやればいい」というのは誤解です。

競合分析を行う前に、必ず自社と顧客について、簡単にでも良いので整理しておきましょう。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

2 「競合分析」についての誤解

「競合分析だけやればいい」というのは誤解だと先に述べましたが、競合分析そのものに関しても同様にいくつか誤解があるようです。実際に分析に入る前に、ありがちな誤解について説明しておきます。

① 「競合がない」という誤解

ニッチな商材を扱っている会社でありがちなのが「エリアに同業者がないので競合がいません」「商品がユニークなので競合がいません」という誤解です。

商品やサービスをお客様に提供する以上、競合がないということはありません。例えば、自分が経営するコーヒーショップの周りに競合となるようなコーヒーショップがなかったとしても、“喉を潤す”という点にフォーカスすれば、缶やペットボトルの飲料を扱う自動販売機も顧客を奪う競合になりえますし、“気軽にお喋りしたい”という点にフォーカスすれば、近所のファミリーレストランも競合となりえます。

このように、競合は同じカテゴリーの商売に限らず、“ある目的を果たしたい”という顧客を集める場合には、その目的を果たす手段を提供する他社が全て競合となりうる点に注意しましょう。このように自社がいくら他にはない商品やサービスを提供していたとしても、必ず競合はいるということになります。

② 「大手だけが競合」という誤解

自分が名前を知っている大手の企業だけが競合ではありません。きちんと調査をして自社と同じような企業規模の会社、似たような商品・サービスを提供している会社を見つけましょう。

自社とよく似た企業をベンチマークし、短期的な目標と位置付けることで、戦略立てがしやすくなります。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

③ 「競合には全ての面で勝たなければならない」という誤解

集客施策を実施するにあたってはある程度費用を必要としますが、その予算には限りがあります。競合分析の結果、他社に負けている部分が明らかになっても、全ての面で勝ちに行こうとする必要はありません。

“選択と集中”を行い、外してはならない部分で勝てるよう、予算を配分するようにしましょう。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

3 競合分析の基本手順

①分析の目的を明らかにし、仮説立てをする

競合分析はただ闇雲に競合のデータを集めることではありません。分析をした結果、どのような成果を得たいのか、競合分析の目的を決めておきましょう。

「競合他社に対して優位に立てるキーワードを見つける」ことなのか、「効果的に集客につなげられる販売経路を開拓する」ことなのか、考えておくべきです。

また、あらかじめ仮説を立てておくと、競合や、分析する項目を選定する際の判断軸となるため、オススメです。

②分析の対象（競合）を選定する

続いて、数ある競合他社の中でもどの企業を分析の対象とするかを決めましょう。先に述べた通り、同じ事業内容の企業だけでなく、ターゲットや、その人が果たしたい“目的”という観点から複数競合となる企業を選定します。

③分析する項目を決める

分析をする際に欠かせないのが“比較”です。比較をすることによって、他社との違いが明確になり強みや弱みを捉えることができるようになります。

どんな項目で比較をするのかも、あらかじめ決めておきましょう。どんな項目を比較すべきかは、時と場合によります。競合の製品を分析するのか、ホームページを分析をするのかによっても違ってきます。思いつく項目をひたすら並べても、時間や手間の無駄になってしまうので、比較すべき項目の見極めは重要です。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

《製品の比較の場合》

機能の有無、許容量（耐久性）、価格、サポート、強み・弱み、想定しているターゲットなどを元に項目を決め比較します。

《ホームページの比較の場合》

アクセス数、主要な流入経路、狙っているキーワード・現在の検索順位、想定しているターゲット、SEO評価基準となる要素（スマホ対応・AMP対応）など、必要な項目を選定します。

④最初に立てた仮説を検証する

当初想定していた仮説が正しいかどうかを確認しましょう。また、その結果をもとに次に何を行うべきかを決めます。分析をして終わりでは意味がありません。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

4 Webでの競合分析

続いて、数ある競合他社の中でもどの企業を分析の対象とするかを決めましょう。

先に述べた通り、同じ事業内容の企業だけでなく、ターゲットや、その人が果たしたい“目的”という観点から複数競合となる企業を選定します。

①分析の対象（競合）ホームページを選定する

事前に自社で集客したいキーワードや狙いたいターゲット層を明らかにし、検索エンジンで、顧客が検索しそうなキーワードで実際に検索してみましょう。その中から競合となる企業を複数社選択します。

②集客状況を確認する

後ほどご紹介する「SimilarWeb」などのツールを使い、他社ホームページのアクセス数、PV数、滞在時間、直帰率などの数字をまとめていきます。SimilarWebでは流入経路（チャンネル）の割合なども確認することができるので、参考にしましょう。

会社名	URL	良				悪		アクセス						
		訪問	平均滞在時間	平均PV	直帰率	Mobile Friendly Test	index数	Direct	Links	Search	Social	Mail	Display	
株式会社JDX	http://www.jdx.sample	605	0.17	1.7	31.9%	対比	223	14.29%	0.00%	85.71%	0.00%	0.00%	0.00%	
株式会社マリテック	http://www.maritech.sample	14,400	2.49	6.0	31.5%	対比	2,710	0.61%	4.74%	4.74%	2.30%	0.00%	0.00%	
ヨスミ株式会社	yosumi.sample	280,000	4.37	3.9	49.9%	対比	2,810,000	26.54%	15.43%	56.27%	0.19%	0.85%	0.75%	
オオニシ輸送機株式会社	www.onishi.sample	10,600	3.52	6.7	20.9%	対比	1,130	22.81%	13.75%	63.61%	8.27%	1.12%	0.44%	

③どんなキーワードで集客しているか調べる（SEO内部対策状況を確認する）

「SEOチェキ！」ではtitleやdescription、h1を一覧で見ることができるため、どのようなキーワードでSEO対策をしようとしているかがわかります。自社でも対策しておくべきキーワードを見つけましょう。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

④キーワードごとの検索順位を知る

「SEOチェキ！」では、該当するホームページが特定のキーワードで何位に表示されているかもわかります。主要なキーワードでの順位を確認しましょう。



ページ情報

URL	https://ferret-plus.com/
title	ferret [フェレット] webマーケティングがわかる・できる・がんばれる
description	Webマーケティングに強くなるメディア。ノウハウが学べるカリキュラムや最新ニュース、インタビュー等を公開中。
keywords	
h1	Webマーケティングに強くなるメディア Logo
発リンク数	外部リンク:13 内部リンク:195 全ての発リンクを見る
最終更新日時	- HTTPヘッダを見る
ファイルサイズ	60.5KB
ページ読込時間	0.903秒

Google PageRank
Googleがページランクの表示を廃したため、この機能は終了しました

Alexa traffic rank
7,915

Google/Yahoo!

インデックス数	被リンク数
8,830	被リンク数の表示機能は終了いたしました

被リンクチェック

- Open Site Explorer
- Majestic SEO Site Explorer

ディレクトリ登録

Yahoo!カテゴリ Yahoo!Japan **登録済**

クロスメディアディレクトリ
労働新聞社、観光経済新聞、宮崎県農工会議所連合会など
老舗優良サイト多数

未登録 ※登録する
当サイト経由の申込で5,000円割引!
業界最安値25,000円～1月31日(水)まで

ソーシャルサイト

- 345 users
- いいね! 2,240
- ツイート

検索順位チェック

URL: https://ferret-plus.com/

ワード1: SEO対策
ワード2:
ワード3:
チェック

※Yahoo!の順位をチェックできるのは10位までとなっております

キーワード	Google	Yahoo!
SEO対策	1位	1位

※環境や設定の違いにより、実際の検索順位とは異なる場合があります

▲ 「SEOチェキ！」 (<http://seocheiki.net/>) の分析結果

⑤SEO外部対策状況を確認する

被リンクやドメイン取得年月日も、SEO外部対策として少なからず評価の対象とされています。他社のホームページの違いとしてこれらの要素も比較しましょう。



ferret One

Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

⑥コンテンツを比較する

サービスの価格表や事例、他社サービスとの比較コンテンツ、無料相談など、ホームページ内にどのようなコンテンツを用意しているのかを確認します。ブログの更新頻度や、どのようなコンテンツに力を入れているかも併せて見ておくと良いでしょう。

⑦分析結果から行動につなげる

以上の結果から、競合の狙っているキーワードや、そのキーワードを上位表示させるために行っている施策内容がわかったはずですが。今度は、その結果を受けて自社で狙うべきキーワードを決め、どのようなコンテンツを発信するかを決めましょう。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

5 競合分析に使えるツール

SEOチェキ！ (<http://seocheiki.net/>)

SEOチェキは、ホームページのURLを入力するだけで検索順位やキーワード出現頻度など、SEOに関するあらゆるデータを取得できる無料のツールです。

特に類似ツールのなかでもかなりスピーディーに結果が表示されるので、キーワードの順位チェックを効率的に行いたいときは大変役立ちます。

《わかること》

- ・ title ・ meta description ・ meta keywords ・ h1タグ
- ・ 発リンク数（内部リンク ・ 外部リンク）
- ・ 最終更新日時 ・ ファイルサイズ ・ 読込時間
- ・ Googleページランク ・ Alexaランキング
- ・ Google ・ Yahoo!の被リンク数 ・ インデックス数
- ・ 利用ホスト
- ・ ドメインの登録年月日
- ・ Yahoo!カテゴリ等、各ディレクトリの登録状況
- ・ Twitterのツイート数
- ・ Facebookの「いいね！」の数
- ・ ソーシャルブックマーク登録数



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

SimilarWeb：シミラーウェブ（<http://www.similarweb.com/>）

SimilarWebは、普通は見ることができない競合ホームページのアクセス状況がわかるツールです。独自のクローラーが巡回して収集したデータと、SimilarWebの提供するプラグインデータから収集したデータを元に算出しているため100%正確なデータではないものの、参考となる貴重なデータを取得することができます。

《わかること》

- ・ Traffic Overview：アクセス概要
- ・ Referrals：訪問前と訪問後のサイト
- ・ Search：検索のトラフィック
- ・ Social：ソーシャルのトラフィック
- ・ Display Advertising：ディスプレイ広告
- ・ Audience Interests：訪問ユーザーの属性
- ・ Similar Sites：競合のサイト
- ・ Related Mobile Apps：スマホアプリ

インターネット・アーカイブ（<https://archive.org/index.php>）

インターネット・アーカイブは、インターネット上に公開されたホームページを保存し、サーバー上から削除されたコンテンツも閲覧できるサービスです。1996年10月以降に公開された膨大な量のホームページの記録を蓄積していると言われています。

《わかること》

- ・ そのホームページの過去のデザイン
- ・ どのような変更を経て現在のホームページになったのか



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

6 リアルでの競合分析

展示会に出店する場合を考えてみましょう。実際に弊社が展示会に出展した際に行った方法をご紹介します。

ケーススタディ：弊社サービス「ferret One」



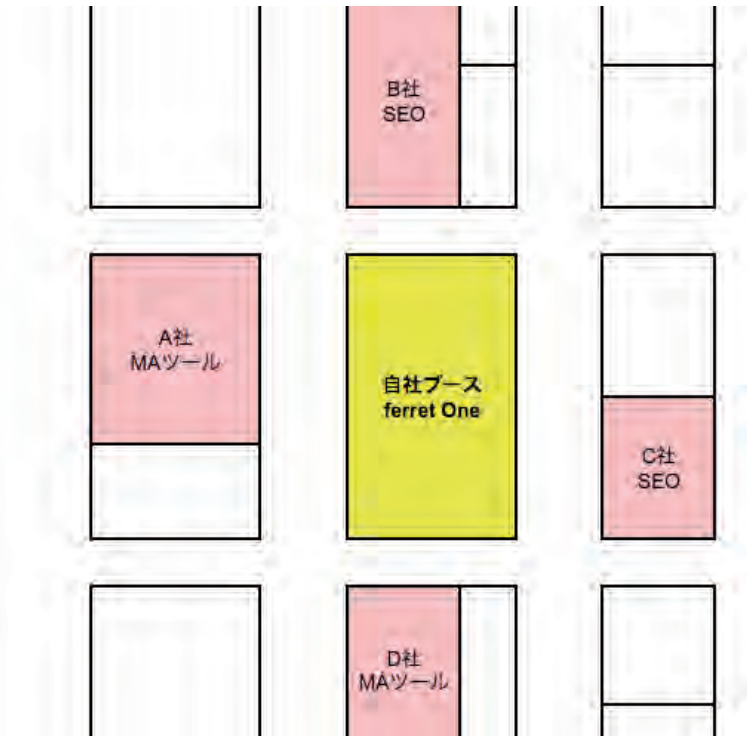
▲ ホームページ集客の決定版 | ferret One (<https://ferret-one.com/>)

「ferret One」はホームページ集客に必要なツールとトレーニングを提供するオールインワンサービスです。SEOに強いホームページを作成でき、顧客管理やメール配信、簡易的なマーケティングオートメーション（MA）としても利用できるツールを提供します。

月額5万円という低価格で利用できるため、ホームページ集客をしたい中小企業を中心にご利用いただいています。弊社では、リード（名刺などの見込み客情報）獲得施策の一環として、展示会に出展することにしました。

Webマーケティングをこれ一つで
 迅速な意思決定、大幅なコストダウン
 インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る



「デジタルマーケティング」をテーマにした展示会には、当然ながら競合他社が多く出展しており、より多くのリードを獲得するためには、他社よりも“見込み顧客に刺さる”キャッチコピーを作り訴求する必要がありました。そこで、リード獲得に繋がるキャッチコピー、訴求内容を考えるための競合分析を行いました。

社名	サービス名	種別	価格	キャッチコピー1	キャッチコピー2	掲載
A社	オートマテ	MAツール	初期費用 無料 月額費用 15万円	エンゲージメントマーケティング 一顧客一人ひとりより深い関係を構築するために	A社は世界最大のマーケティング専業ベンダーです。	全世界40カ国で5000社の企業が導入。
B社	SEOコンサルティング	SEO	—	課題への本質的なソリューションを提供します	モバイルSEOから増えたノウハウを強みに、最高品質のサービス設計。 高品質のコンサルティングサービス	B社は2007年モバイルSEO事業にて創業し、業界No.1シェアを獲得しました。 モバイルSEO時代から増えた技術・分析力を強みに、高品質にこだわった提供体制に努めています。
C社	成果コミット型SEO対策	SEO	完全成果報酬	国内No.1のクライアント社数&対象キーワード数	クライアント社数においては約5,000社以上、また対象キーワード数としては40,000ワード以上の実績があります。	自社のサイトを30万サイト、ドメインを15万以上保有しており、またSEOで順位とされるclass-Cのドメインを5,000以上保有しております。保有リソースの維持のために年間数億円の管理コストを掛けております。
D社	Markets	MAツール	月額費用 無料	利便は自前で生み出す。 顧客管理・育成ツール Markets	Marketsは営業マン任せだった営業、お問合わせ対応、入注後のフォローを完全自動化します。	無料、500社導入

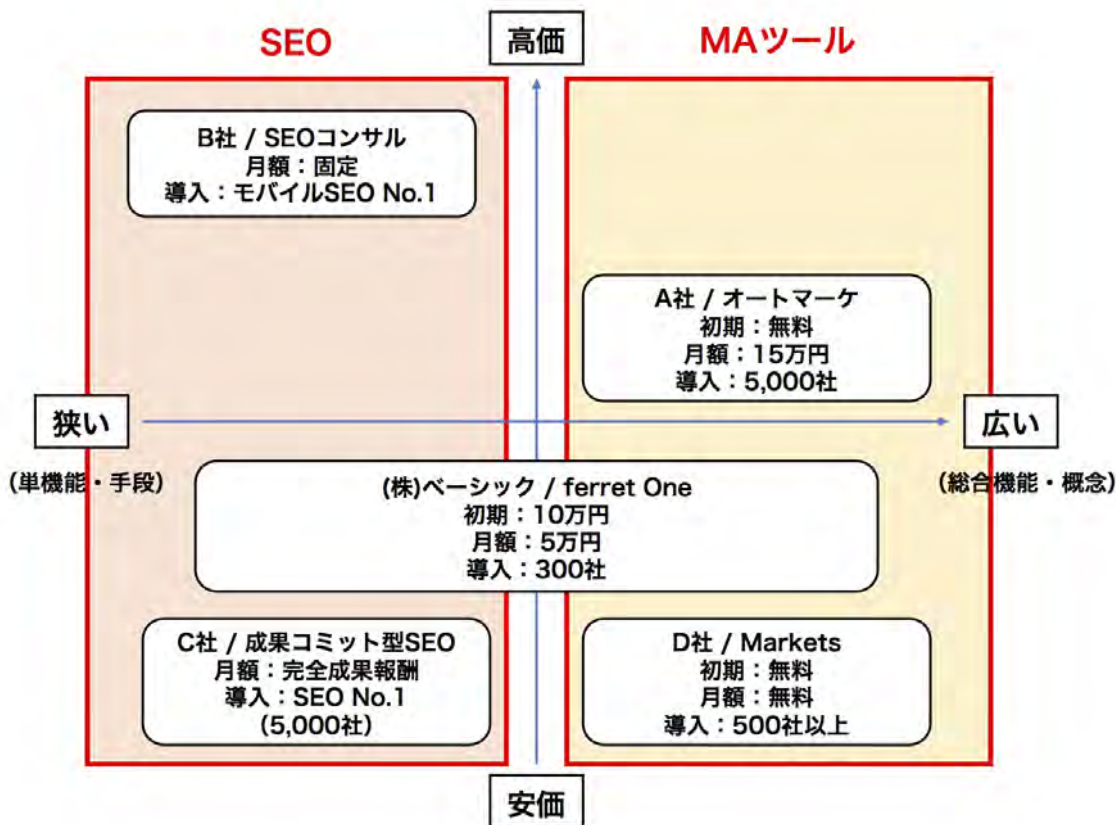
※サービス名は架空のものです。

特に「ferret One」と競合と考えられる周辺の4社を選び、それぞれのキャッチコピーを整理しました。ここでコピーの中に使用されているキーワードをピックアップしています。



Webマーケティングをこれ一つで
 迅速な意思決定、大幅なコストダウン
 インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る



さらに、価格と利用できる範囲をもとに2軸で分け、ポジションを明確にしました。その結果、SEOコンサルサービスを提供する企業では、導入実績（社数）よりも「〇〇No.1」といったフレーズで打ち出していることがわかりました。

「ferret One」の強みは何よりも「SEO対策」というキーワードで1位を取る

「ferret」のSEO対策ノウハウを学べるという点。MAツールとしての機能がメインではないということもあり、SEOの競合他社にならい「SEO対策1位」を打ち出すことにし、事前に100案出していたキャッチコピーの候補から、競合と差別化ができるものを選ぶことにしました。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

状態ゴール	数字	要素				利用者
		手段①	手段②	形容詞		
成果	90日/早W/スピード	SEO	CMS	一人で始められる	ユーザー視点/消費者視点/ターゲット/見込み	
成功	5万円/安く	SEO対策	教育	未経験者/初心者	社員100名以下	
効果	初期無料	検索上位/検索結果上位表	プログラム	手厚いサポート	中小企業向け	
売上をあげる	業界最安値	検索エンジン集客	メソッド/独自メソッド	簡単	特化/特化型	
収益をあげる	32万人(利用者数・会員数)	コンテンツマーケティング	フレームワーク	安心	専門	
課題/課題解決	250万PV	コンテンツSEO	パッケージ	高品質		
インバウンド/お問合せ	日本最大級	コンテンツ戦略	ツール	本質		
	SEO対策1位	Web集客支援	伴走サポート	満足		
	コンテンツマーケティング1位		サポート/支援	価値		
			プロフェッショナル/専門	決定版		
			トータルソリューション			
			ソリューション			

- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング 専門CMS
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング 特化型CMS
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング 実践フレームワーク
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング・実践プログラム
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング・スタートバック
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング・パッケージ
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング支援のプロフェッショナル
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング支援の専門家
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング支援の決定版
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、SEO対策なら「ferret One」
- 90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、SEO対策なら「ferret One」
- コンテンツマーケティング、SEO対策で成果を出すなら「ferret One」
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、SEO対策の決定版「ferret One」
- 90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、SEO対策の決定版「ferret One」
- コンテンツマーケティング、SEO対策の決定版「ferret One」
- SEOに強い! どんな企業でも、90日で成果が出せる コンテンツマーケティングなら「ferret One」
- SEOに強い! 90日で成果が出せる、コンテンツマーケティングなら「ferret One」
- SEOに強い! コンテンツマーケティングなら「ferret One」
- SEOに強い! どんな企業でも、90日で成果が出せる コンテンツマーケティングの決定版「ferret One」
- SEOに強い! 90日で成果が出せる、コンテンツマーケティングの決定版「ferret One」
- SEOに強い! コンテンツマーケティングの決定版「ferret One」
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、コンテンツSEOなら「ferret One」
- 90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、コンテンツSEOなら「ferret One」
- どんな企業でも、90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、コンテンツSEOの決定版「ferret One」
- 90日で成果が出せる! コンテンツマーケティング、コンテンツSEOの決定版「ferret One」
- コンテンツマーケティング×SEO対策 両方で成果を出したいなら「ferret One」

最終的に決まったキャッチコピーは、

“どんな企業でも、90日で成果が出せる！SEO対策なら「ferret One」”でした。

キャッチコピーに限らず、告知の仕方や、営業の仕方なども競合分析の結果を踏まえて実施した結果、春に開催した展示会に比べ、およそ1.5倍の成果を出すことができました。90件だった商談数は160件に、受注数は10件から20件近くまで伸びたのです。

このように、弊社ではWeb・リアルを問わず、競合とともに見込み顧客の目に触れる施策を打つ場合には、競合分析を行なっています。



Webマーケティングをこれ一つで

迅速な意思決定、大幅なコストダウン
インハウス化でビジネスは加速する

ferret Oneを知る

Webマーケティングをこれ一つで

Web制作からアクセス解析、顧客管理まで。

これまで外部任せだったものが、全て自社で完結できる。

「Webマーケティングのインハウス化（内製化）」という

全く新しいコンセプトのサービス。

ferret One

[フェレット・ワン]



Webマーケティングの現場で起こりやすい課題

知識不足

- 組織にノウハウがない
- 経験がない

人材不足

- そもそも任せられる人がいない

環境不足

- マーケティングできる環境がない
- あったとしても業務過多

ferret One ひとつで全て**解決**します！

解決

サポートプログラム付き



Webマーケティングを学べる90日間サポートプログラムや、成果が出せる状態までアシストする「オンボーディングプラン」で実践しながら学べます。

解決

カンタン操作でWebサイト



サイト作成、お問い合わせ対応、メール配信など、全て直感的に操作できるツールで、運用経験がない人材でも運用することができます。

解決

必要な機能がこれ1つ



サイト編集から計測、広告出稿まで、マーケティングに必要な機能がひと通り揃っています。全て1つの管理画面で完結できるので煩雑な作業から開放されます。

お客様の声

Webマーケティングのインハウス（内製化）で得られるメリットを実感



150万円のコスト削減に、CPAも半減！
導入3ヵ月で劇的に生産性が高まった

株式会社識学（経営コンサルティング事業）



LP制作からコンテンツ発信まで
全部自分のできる

株式会社エムステージ（産業医マッチングサービス）

お問い合わせ



03-4455-9117

ferret One

検索

受付時間（平日10:00～18:00）株式会社ベーシック ferret Oneセールス担当

ferret Oneを知る

ferret-one.com