

自動化のための「MAの設定作業」が
ばかばかしいあなたへ

AI時代の「運用疲れ」しない

ナーチャリング・ 営業の自動化事例



いまや設定に労力をかけることは当たり前ではありません！

今まで

「自動化」という言葉に期待してMAを導入。
ただ実際には複雑なシナリオ設計や
スコアリングなどの
ルール作りに追われている。



これから

最低限の設定なのに、
「思い通りの自動化」が実現！
本来注力すべき戦略立案や顧客理解など
「考える」ことに時間を使える。



本資料では、ferret MAを通じて実現する「運用疲れ」しない本当の意味での自動化事例をご紹介します。

CONTENTS

目次

CHAPTER

01

いままでのMAは「名ばかり自動化」だった？

- 「自動化」の実態は「決めた手順どおりに流すだけ」
- 「ルール運用」の構造的な欠陥：スコアリングが運用を止める
- アップデートされない「ルール」と変化する「顧客」の乖離

CHAPTER

02

ferret MAで実現！ AI時代の「運用疲れ」しない ナーチャリング・営業の自動事例

- 事例① メルマガ企画・文面作成の自動化
- 事例② セミナー準備・効果測定 of 自動化
- 事例③ ホットリードの即時キャッチ
- 事例④ リードスクリーニングと担当割当の自動化
- 事例⑤ 商談前の顧客調査自動化
- 事例⑥ 商談後の事務作業自動化

SUMMARY

まとめ 手間をかけずに自動化して、考える時間で成果を伸ばそう

いままでのMAは「名ばかり自動化」だった？

「自動化」の実態は「決めた手順どおりに流すだけ」

多くのMAツールで「自動化」と呼ばれているものの多くは、
あらかじめ人が設計・設定したシナリオどおりに処理するだけの仕組みです。
つまり、最初に条件分岐やセグメントを作り込む設計・設定が重たく、導入後もそのメンテナンスが必要になります。

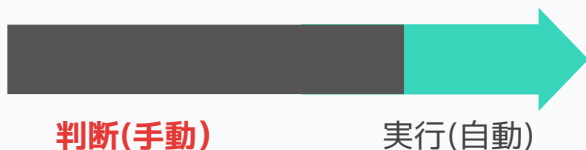
理想

導入するだけで、マーケティングが自動化される



現実

膨大な設定…「作業」に追われる現場



設定や設計が大変…
思ったほど自動化できない

結果

MAを入れれば商談が自然に生まれると期待して導入したのに、
配信リスト作成や条件設定に追われる日々。
しかも設定ができなければ、実行の自動化すらできない状態に。

「ルール運用」の構造的な欠陥：スコアリングが運用を止める

「自動化」を実現する「ルール」自体が運用を止める原因になることも。

特にマーケティングで多用される「スコアリング」。

「役職」や「業種」「Webサイト上の行動」など加点・減点ルールが複雑化したら、メンテナンスが困難。



スコアのタイムラグ

「部長職なら+5点」「料金表を見た
ら+10点」といったルールは、その人
の「現在の熱量」を必ずしも反映して
いるとは限りません。
点数が積みあがったところには、すでに
検討を終えていることもあります。



メンテナンスが困難

一度組んだ複雑なルールは「どこを触
るとどこに影響が出るかわからない」
ブラックボックスになりがち。
結局、古いルールのまま放置される原
因に。



ルールの陳腐化

事業方針や市場環境の変化とともに、
複雑に組み込まれた手法は陳腐化しま
す。
時間をかけて組んだオペレーションほ
ど、その賞味期限も短くなってしまい
ます。

結果

運用ルールが古びると、「ルール上はホットリード（高得点）」だが、実際には「今は興味
がない」というリードが大量に抽出される。
現場では「当てにならない」と、運用が止まったり、形骸化する事態に。

アップデートされない「ルール」と変化する「顧客」の乖離

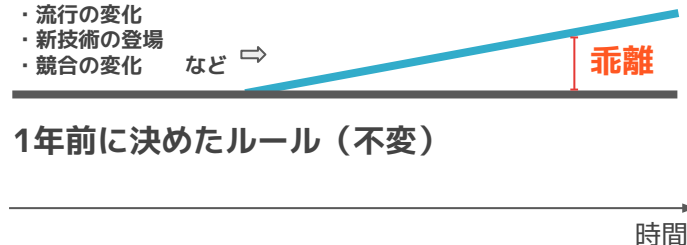
1年前に「このページを見たら検討中」と決めたルールが、今の顧客行動に最適なものだという保証はありません。顧客の検討プロセス自体も市場とともに変化するため、メンテナンスを行わないと顧客の現状とルールが乖離してしまい、運用自体に無理が生じ、機会損失を生んでしまいます。

時間経過によるルールと実態の乖離

実際の顧客行動（変化）

- ・ 流行の変化
- ・ 新技術の登場
- ・ 競合の変化

など ⇒



1年前に決めたルール（不変）

時間

なぜメンテナンスできないのか？

- リソース不足で「設定」に時間を割けない
結果的にメルマガの一斉配信ばかりで、MAがメール配信ツールと化す。
- 複雑な条件分岐が属人化しやすい
「誰が作ったかわからない」ルールが増え、調整に膨大な工数がかかる。

結果

理論上メンテナンスできれば自動化できますが、
そもそも「自動化するために、膨大な手動設定が必要」というのは本末転倒。

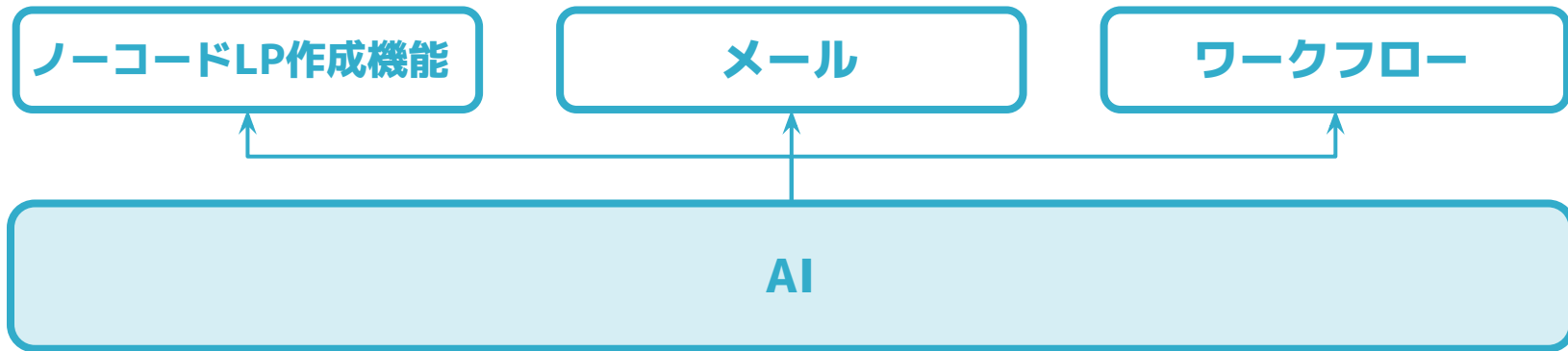
ferret MAで実現！

AI時代の「運用疲れ」しない ナーチャリング・営業の自動화事例

“使いこなせない” “顧客育成ができない” “複雑な設計” を取り除いた

ノーコードLP作成 + AI + ワークフロー で誰もが簡単に使いやすいMAツール

ferretMA



「トリガー」を検知し、次のアクションを「自動化」する仕組み

ferret MAの「ワークフロー機能」はWebhookやAPIを利用して
複数のツールを連携し、これまで手動で行っていた煩雑な業務を自動化します



設定作業

運用スタイル

営業との連携

主な工数 リソース

従来の自動化

ターゲット条件やシナリオの分岐条件などを細かく手動設定する必要があり、
自動化のために工数が膨らむ。

ツール設定や外部連携に追われ、
戦略や施策の設計に割く時間が取れない。

スコア依存で精度にバラつき。
リード確度のチューニングまで手が回らない。

自動化ルールのメンテナンス、
リストのインポート作業に工数がかかる。
専任担当者が数名必要。

ferret MAが実現する自動化

必要最低限のシンプルな設定のみ。
工数をかけずに自動化を実現できる。

ツールにかかる時間は最低限。
戦略・施策はAIの提案をもとに検討。
顧客理解をもとに、考えることに集中できる。

「行動」を検知して即座に通知。
SFA/CRMとも双方向連携し、営業とシームレスに同期。

自動化ルールのメンテナンス、
リストのインポートは最小限。
兼任一人でも十分に成果が出せる。

ナーチャリングから商談後まで、ferret MAがどのタスクを自動するかを、代表的な事例をマッピングしました。

マーケティング・IS

ナーチャリング



主な業務

- ・メール配信

AIがメルマガのテーマ選定から本文作成まで提案

- ・ウェビナー開催

LP・フォーム・メールの自動作成、アンケート集計

- ・ナーチャリングコンテンツの作成

IS

商談創出



主な業務

- ・架電/メール送信
- ・行動履歴の確認
- ・休眠顧客の掘り起こし

ホットリードの即時キャッチ

IS・営業

リードの引き渡し



主な業務

- ・フォーム内容確認
- ・担当営業への連絡・引継ぎ

商談の担当者自動振り分け

営業

商談実施



主な業務

- ・企業HPの確認
- ・提案資料作成

商談企業の分析、提案骨子の作成

- ・商談実施
- ・議事録作成
- ・SFAへの記録
- ・追客

商談後のSFA入力、お礼メールの作成

課題

メルマガのネタ切れや作成工数の増大。
「誰に何を送るか」をしっかりと考える時間が取れない。

ferret MAを使った自動化

ferret MA搭載のAIが自社サービスとペルソナを学習し、最適なテーマと文面を自動生成。

こう変わる！

「誰に何のために送るか」だけ
AIに伝えれば、
効果的なメルマガ施策ができる！



1 メルマガで 送る内容を検討

fo

ferret MA搭載のAI上で以下を選択。

- ・ターゲット（ペルソナ）
- ・訴求したいプロダクト
- ・目的（認知/検討/再訪など）



2 メルマガの 企画・文面生成

fo

AIが「今送るべきテーマ」を
複数提示。
選択したテーマに沿って、
件名・本文を自動生成。

自動



3 内容・文面の 確認・配信予約

fo

生成された文面を確認し、微調整。
そのまま配信予約へ。



事例② セミナー準備・効果測定の自動化

課題

セミナー準備業務に追われて、開催数が増やせない・振り返りができない。

ferret MAを使った自動化

ferret MAの「セミナー機能」では企画を入力すれば、LP、フォーム、メールが自動生成される。
開催後の効果測定も自動集計を見るだけ。

こう変わる！

企画書ができたら、
セミナー準備は8割完了！
細かい調整だけ手動で行う。



1 企画 fo

ターゲットやタイトルなど、
ステップにそって必要な情報を入力



2 開催準備 fo

・企画書の内容から、AIがLP・
フォーム・メールを自動生成。
・Zoom連携で、設定も自動。

自動



内容を確認し、
調整の上、公開・配信設定。



3 セミナー開催

Zoom等のウェビナーツールで
セミナー実施。



4 効果測定 fo

参加者、アンケートの集計

自動



課題

検討が再開されていても気づかず、機会損失。（ホットリードが探せない）
過去に失注したリードや休眠顧客への再アプローチも属人化している。

ferret MAを使った自動化

「行動検知」で再訪を特定し、AIが即座にアクション（メール/通知）を提案。

こう変わる！

ホットリードは探さなくてOK。
Slackに自動通知される
リードとアプローチ案を参考に
アプローチするだけ。



1 ホットリードを見つける



リードが特定の「検討の高いページ」を閲覧

例：

- ・価格ページ
- ・機能比較表

自動



2 再アプローチ方法を検討



SFAの過去履歴を参照し、再アプローチ案を生成。
リード情報とアプローチ案を営業担当へSlackへ通知。

例：

今回は予算で失注→新プランを訴求のパーソナライズメール案を提案

自動



3 再アプローチ



Slackで通知された内容・文面を微修正して、メール送信。



課題

CV後、マーケ担当が内容を確認して
手動で営業へ連絡。
タイムラグが発生し、初動スピードが低下。

ferret MAを使った自動化

フォーム情報から担当営業を自動判別
し、即座にチャット通知。

こう変わる！

スクリーニング担当はもう不要！
CVが来たら、アプローチ担当者へ
自動で通知される。



1 顧客が フォーム通過

f0

顧客がお問い合わせフォームを送信。

自動



2 担当者に割り振り



入力情報に基づき、
自動で振り分け先を決定。

例：エリア判定

東京・神奈川 → Aチーム

その他 → Bチーム

自動



3 再アプローチ



割り振り先に応じたSlackの指定チャ
ンネルへ担当者へのメンション付き
で、即時通知。

自動



🔍 課題

商談前の情報収集（企業情報確認・行動履歴確認など）に時間がかかり、準備不足のまま商談に臨んでしまう。
提案の質が担当者によってバラつく。

💡 ferret MAを使った自動化

SFAと連携し、顧客の企業情報やWeb行動履歴をAIが自動分析。
「刺さる」トークスクリプトを自動生成。

こう変わる！

SFAで商談を立てるだけで、
商談準備がまるっと完了！



1 商談作成



SFAで新規の商談予定を作成。



2 情報収集・分析



下記をAIが統合して分析。
Web行動ログ：
いつどのページを何回見たか？等
企業情報：
最新ニュース、中期経営計画等

自動



3 SFAへ書き出し



分析結果を「トークスクリプト」
「ヒアリング項目」として生成。
SFAの備考欄に自動入力。

自動



課題

商談後の議事録作成、SFA入力、お礼メール送付などの事務作業に追われ、次の提案を練る時間が取れない。

ferret MAを使った自動化

文字起こしツールと連携し、AIが要約
・ SFA転記 ・ メール下書きを一括実行。

こう変わる！

営業は商談に集中！
商談記録とお礼メールは
自動で作られるものを
調整するだけ。



1 商談実施後



Zoom/Meet等で商談実施後、連携した文字起こしツールが商談ログを自動生成。

自動



2 商談後の記録 お礼メールの作成



AIが商談ログをBANT条件で要約。
・ 要約内容をNotionやSFAへ自動転記。
・ 適切な内容のお礼メールの下書きを生成

自動



3 お礼メールの送信



Slack通知からお礼メールの下書きを確認。
微調整して送信。



まとめ

時間の使い方

従来の自動化（作業中心）

「ツールの管理」で消える時間

複雑なシナリオ設計やスコアリング、データ転記などの手作業に追われる。

これからの自動化（思考中心）

「AI」に任せて浮かす時間

簡単な設定で自動化完了。事務作業や施策の案出しはAIに任せ、時間を浮かせる。

注力業務

ルールのメンテナンス

ツールを動かすために時間をとられ、ツールの操作方法の習得や古くなったルールの調整が業務の中心になってしまっている。

戦略立案・顧客理解

浮いた時間を成果を伸ばすための思考に使う。「顧客の深い理解」や「戦略立て」に注力。

成果の出し方

設定の「緻密さ」頼り

どれだけ緻密に条件分岐を作れたかという、「仕組みの完成度」に依存。

判断の「質と速さ」で伸ばす

AIの提案を元にした「判断の質」と、顧客の動きに即座に反応する「スピード」で成果を最大化する。

さいごに：「あなたのオートメーションはどこから？」

「あなたのオートメーションは、どこからですか？」

リスト作成やシナリオ設定など「手作業」から始まっているのなら、それは本当の自動化とは呼べないかもしれません。

これまでのMA運用は、自動化のために膨大な「作業の時間」を費やすという矛盾を抱えてきました。しかし、これからは違います。

事務作業は設定が簡単なMAやAIに任せ、そうして手に入れた時間で、「顧客をどう深く理解するか」「次にどんな戦略を打つか」という、本来すべき「考える仕事」に注力することができます。

**手間を最小化し、思考による成果を最大化する。
ツールに振り回されるのではなく、
皆さんが主役となって成果を伸ばし続ける。**

そんな新しい運用の形を、私たちと一緒に始めてみませんか？



お気軽にご相談ください。

今お使いのツールの見直しから、
「手間をかけない自動化」の設計まで、プロの視点でアドバイスします。

「やらなくていい業務」の棚卸し・運用状況の診断

現状の運用を客観診断し、ferret MA導入で「手放せる事務作業」を具体的に特定します。

「今乗り換えるべきか？」正直にアドバイス

無理な営業はいたしません。貴社のフェーズや体制によっては「今のツールを継続利用すべき」という結論も含め、プロとして正直にお話しします。

成果直結の運用設計

「誰でも使える」シンプルな運用設計を前提に、属人化を防ぎながら、ナーチャリング・営業成果につなげるためのロードマップをご提案します。



MAツールの移管について相談する

MAの新常識

シナリオ設計・スコアリングも自動化

操作も料金も、もう迷わない

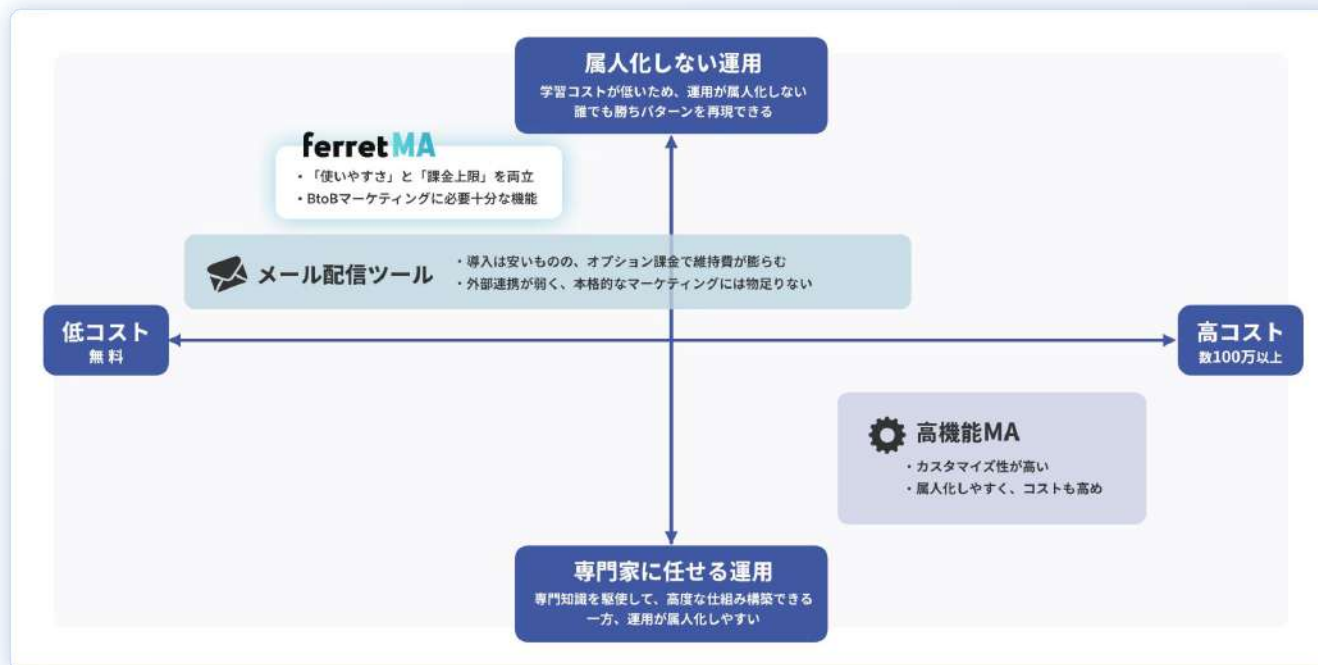
BtoBに納得のコスパを。

8^{月額}
万円
(税抜)



「ferret MA」は、どんなMA？

従来のMAの「使いこなせない」「従量課金で年々コストが上がる」というお悩みを解決したMAツール。
「使わない機能」と「従量課金」を削減し、BtoB企業にとっての「コスパ最強」を目指しました。



ferret MAと他社ツールの決定的な3つの違い

☹️ MAあるある

😊 ferret MA



❌ 設定が複雑で属人化

実は、専門家視点での「簡単さ」であり、初心者には難しい。「簡単です」と言われて導入したものの、設定が複雑で、結局詳しい人だけが触れず、業務が属人化してしまう。

操作性



❌ リード数が増えるたびに 従量課金が発生

初期費用や月額が安いMAを選んだはずが、リード数が増えるたびに従量課金が発生。さらにSFA連携や上位機能が「オプション扱い」で、気づけば維持費が予算オーバーに。

コスト



❌ SFA/CRMとの連携が手間で タイムラグも発生

SalesforceなどSFA/CRMとの連携に開発費用がかかる、またはそもそも連携できない。手間も工数もかかるうえ、タイムラグのせいで商機まで逃してしまう。

ツール
連携

✔️ マニュアルなしで、 直感的に使えるUI

私たちが考える「簡単」とは、誰でもマニュアルなしで直感的に使えること。見たまま操作できるUIで、担当者が変わってもスムーズに引き継げます。



✔️ 安心して使い続けられる 価格体系

長期的に安心して使い続けられる価格体系です。リード数が増えても価格が跳ね上がりにくく、SFA連携などの必須機能も標準装備。事業が成長しても、コストの心配はありません。



✔️ 自動連携やワークフロー機能で ツールが分断されない

SalesforceやZoom、Slackなど主要ツールとの連携は標準装備。ワークフロー機能で複数ツールをまたぐ業務も連携可能。ツールの分断でマーケティングが止まることはありません。



AI搭載で、ナーチャリングをもっと簡単、もっと効率化に。

さらに、AI機能搭載。

驚くほど簡単にナーチャリング施策を始めることができます。

ferret OneはCMSとMAが一体型であることに加え、独自のAI機能も搭載。

ナーチャリングコンテンツの作成から、セグメント、効果測定、改善提案まで、リード育成の一連の流れを1つの管理画面で完結できます。

業務の効率化を図れることはもちろん、ferret MAにデータが蓄積されるため、施策を回せば回すほど、提案の精度が向上します。



上記画面をクリックすると動画が流れます

サポートも充実！MA活用支援

貴社の課題に応じた運用方法をご提案。
MAを最大活用できます。

MAの最適な活用方法は、事業の課題やマーケティングのフェーズ、ハウスリストのボリュームなど、組織によって様々です。

ferret Oneではツール面でのサポートだけでなく、
メールマーケティングやリード育成（ナーチャリング）施策の
ノウハウ面のサポートも充実。

貴社の現状と実現したいことをヒアリングした上で、
貴社に適した使い方、**施策の進め方**や**優先順位**など
具体的にアドバイスいたします。



他社MAとの機能比較表①

社名		ferret One	HubSpot	SATORI	AccountEngagement	Marketo
特徴		BtoBに特化、 初期設定がほぼ必要なし CMS / MA一体型で コンテンツも作れるMA	同社のCRM / SFA（1.2万/人）を 利用する場合、 カスタマイズ性が高い	匿名顧客へのアンノウン マーケティングが可能	Salesforceとの連携が強み。 柔軟な連携ができ、 カスタマイズ性が高い	各種ツールとの連携、 カスタマイズ性が高い。 ただし運用難易度も高い
価格（初期費用 / 月額）		3万 / 8万	なし / 9.6万～	30万 / 14.8万～	要問い合わせ 300万～ / 15万/30万/48万	要問い合わせ 300万～ / 30万～
機能	ユーザー数	無制限	3人 追加により価格変動	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動
	リード数	30,000件 追加可能	2,000件 追加可能	保有数で料金変動	10,000件 追加可能	1,000件単位で変動
	メール配信数	リード数×10倍	リード数×5倍	送信数で料金変動	制限なし	不明
	フォーム	◎ ノーコードで作成可能	○ 初期セットアップが必要	○	○	○
	LP	◎ ノーコードで作成可能	△ 初期セットアップ、デザインには コーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインには コーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインには コーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインには コーディングが必要
	Web解析	◎ チャンネル、サイトパフォーマンスまで 確認可能	△ サイト側の分析は別途必要	△ サイト側の分析は別途必要	△ サイト側の分析は別途必要	○
	シナリオ	○	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる
	リード検知	○	○	○	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる
	AI機能	◎ メール作成やレポート補助	◎ メール作成やSNS、分析	なし	◎ メール作成、スコア分析	◎ メール作成、ターゲット分析
	外部連携 （CRM / SFA）	- Salesforce、Kintone、HubSpot、SanSanなど主要ツールと標準連携 - ワークフロー機能により、その他多数のツールとも柔軟に連携可能	- Salesforce - HubSpot（CRM）	- Salesforce - Kintone - SanSan	- Salesforce - SanSan	- Salesforce - SanSan

他社MAとの機能比較表②

社名		ferret One	SHANON	Geniee	Bownow
特徴		BtoBに特化、 初期設定がほぼ必要なし CMS / MA一体型で コンテンツも作れるMA	SFA機能も備えているため、一体 型での利用が可能。	SFA機能も備えているため、一体 型での利用が可能	初心者におすすめ 低コストで使えるMAツール
価格（初期費用 / 月額）		3万 / 8万	不明 / 12万～	20万 / 9.8万～	10万 / 6万～ ビジネスプラン以上
機能	ユーザー数	無制限	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動	別途ユーザー利用数に応じて 価格変動
	リード数	30,000件 追加可能	10,000件 追加可能	10,000件 追加可能	200件～
	メール配信数	リード数×10倍	送信数で料金変動	50,000件	不明
	フォーム	◎ ノーコードで作成可能	○	○	△作成制限あり
	LP	◎ ノーコードで作成可能	△ 初期セットアップ、デザインに はコーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインに はコーディングが必要	△ 初期セットアップ、デザインに はコーディングが必要
	Web解析	◎ チャンネル、サイトパフォーマン スまで確認可能	△ サイト側の分析は別で必要	△ サイト側の分析は別で必要	△ サイト側の分析は別で必要
	シナリオ	○	◎ 自由度高くできる	◎ 自由度高くできる	△ ステップメールのみ
	リード検知	○	○	○	×
	AI機能	◎ メール作成やレポート補助	○メール作成補助	○ SFA側で自動入力補助	◎ メール作成、ターゲット分析
	外部連携 (CRM / SFA)	- Salesforce、Kintone、HubSpot、SanSanなど主要ツールと標準連携 - ワークフロー機能により、その他多数のツールとも柔軟に連携可能	- Salesforce - Kintone - eセールスマネージャー	Geniee CRM / SFA	- Salesforce - Kintone

ferretMA

フェレット・エムエー

MAツールの移管について相談する

サービス資料をダウンロードする

公式サイトを見る

月額
8万円
(税抜)

