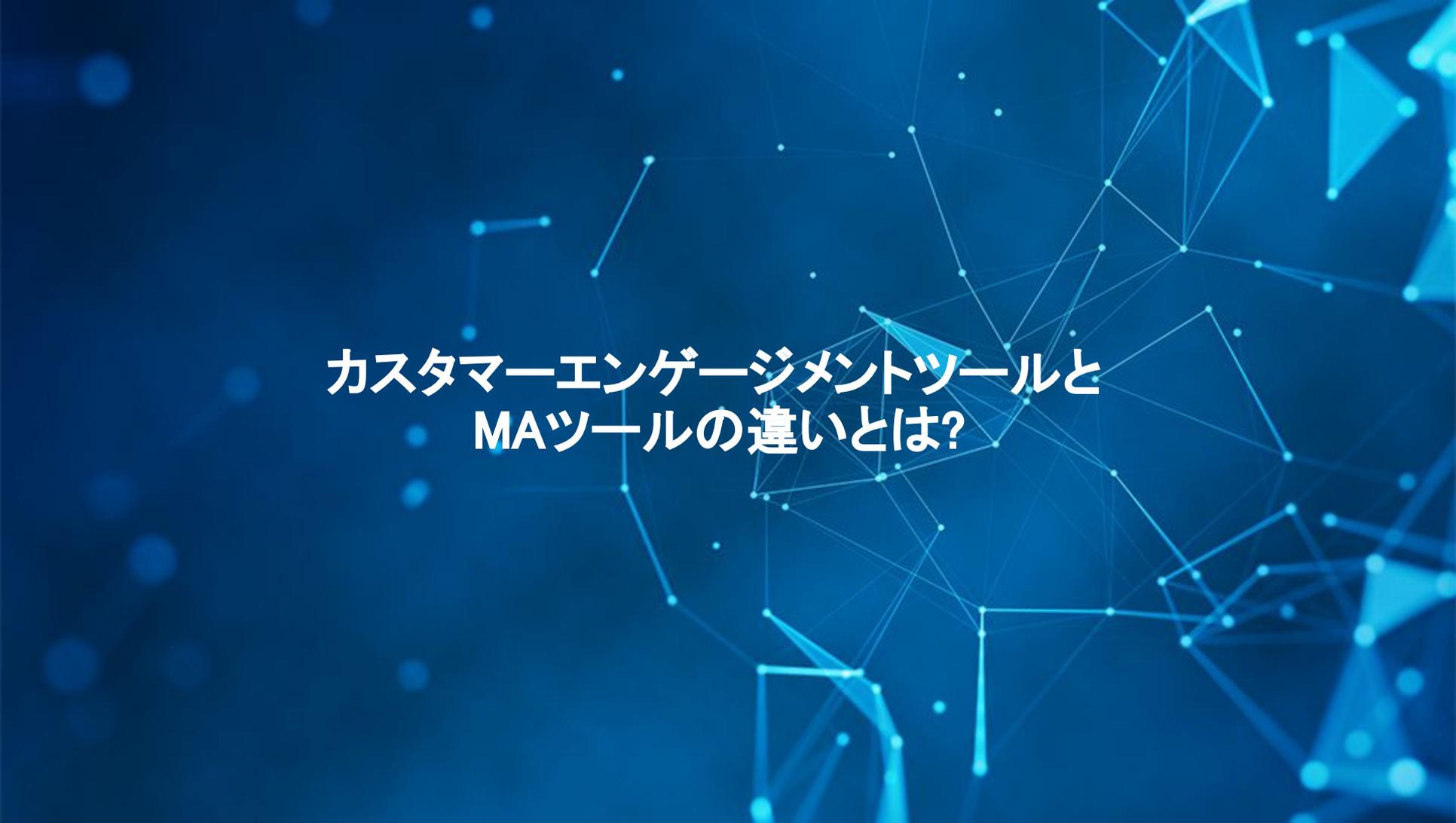


カスタマーエンゲージメントツール / MAツール 比較検討資料

株式会社DearOne



カスタマーエンゲージメントツールと
MAツールの違いとは？

カスタマーエンゲージメントツールとは

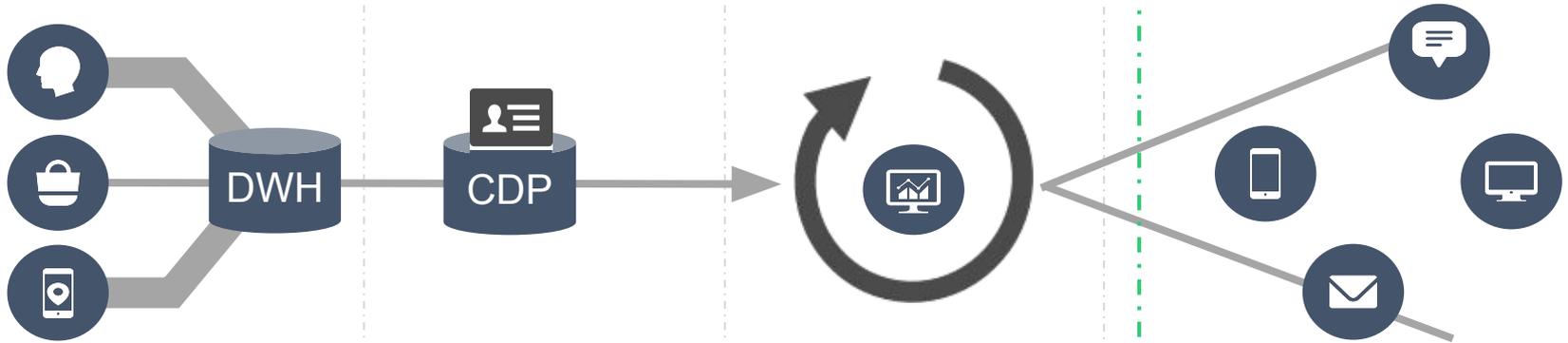
ユーザー行動分析やクラスタリング後に、ユーザーにアクションを取る領域のツール

“ためる”

“整える”

“分析する”

“つかう”



人的支援

データ整形・ETL

行動イベントデータ設計

分析/示唆出し

施策シナリオ設計
UI/UX改善/PDCA運用

ソリューション

snowflake

TEALIUM

TREASURE DATA

Amplitude

Google Big Query

mparticle

Contentsquare

amazon REDSHIFT

hightouch

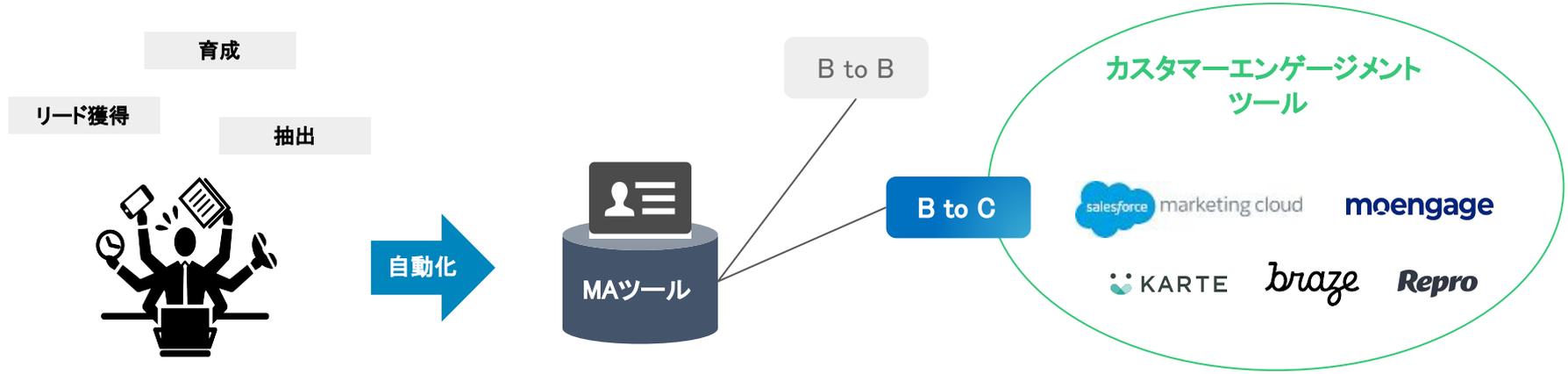
moengage braze KARTE

salesforce marketing cloud Repro

カスタマーエンゲージメントツール

MAツールとの違い

顧客データを活用し、メールやプッシュ通知、Webやアプリ内メッセージなど、
チャンネルを横断した 付加価値の高いコミュニケーション を実現することができる



今までは……

リード獲得・育成・抽出を
マーケティング担当者が
多大な工数をかけ、手作業で実施

MAツールを活用

最適なタイミングで
最適なアプローチを実施。
見込み顧客の購買意欲を効率良く高める

※ツールごとに特徴や機能が異なる

顧客一人ひとりに最適なマーケティングを行う。
チャンネルの特徴に適したコンテンツを、
最適なタイミングで提供する事で
顧客との継続的な関係構築を目指す。

BtoBとBtoCでは必要な機能が多少異なる

大規模で配信できるか、アプローチの方法が多様であるか、などがツール選定において大事なポイントとなる

	BtoB	BtoC
取得するリード情報	企業名、担当者名、会社のメールアドレス	氏名、個人のメールアドレス、電話番号
リード数	BtoCと比べて少ない	BtoBより多い
ゴール	商談の創出、問い合わせの獲得	顧客との継続的な関係構築(エンゲージメント強化) ECサイトや店舗等への誘導
目的達成までにかかる期間	BtoCに比べて長い(複数の人の承認が必要)	BtoBに比べて短い(1人で判断できる)
アプローチの方法	Webサイトからの情報発信、電話、メール、セミナー、展示会など	Push通知、アプリ内メッセージ、メール、LINEなど
主なツール	Marketo Engage、b→dash、SATORI	KARTE、moengage、Braze、Iterable、SMC

ツールの選び方の検討軸



ツールを検討する際は以下の5つの検討軸に沿って最適なツールを選ぶことを推奨

	検討軸	解説
機能面	BtoB向けか、BtoC向けか	BtoBでの目的は商談数増加なのでスコアリングやナーチャリングなどの機能が必要。対してBtoCでの目的は顧客との継続的な関係構築なのでリアルタイム性のある機能や、オムニチャネルなどの機能が必要
	他システムと連携できるか	SFAやCRMと連携することで情報を一元管理できるため、商談獲得後の活動の効率化や、より精度の高い効果検証を行うことが出来る
	オムニチャネルに対応できるか	チャンネルを意識しないシームレスな顧客体験を実現することが出来るため、顧客体験価値を向上させることが出来る
	分析機能があるか	得られた結果を分析して改善点を洗い出し、PDCAを回して継続的に改善を行うことで、各施策のさらなる精度向上に繋がるため必要
非機能面	価格は適正か	カスタマーエンゲージメントツールは長期的な継続利用によって効果を発揮する。よって、マーケティング予算のうち、月にいくらまでなら費用を投下できるか考えて、導入を検討する必要がある



ツール比較一覧表

ツール名	KARTE	braze	moengage	SATORI	b→dash	Salesforce Marketing Cloud Account Engagement	Repro	Adobe Marketo Engage	HubSpot Marketing Hub	List Finder	ec コンシェル
導入実績	1400社3600 アカウント	全世界 1000社	全世界 1000社	国内 1000社	国内 500社	国内 3500社	全世界 7300サービ ス	国内 1600社 全世界5000社	国内 2200社	国内 700社	国内 6500社
利用 対象	BtoB/ BtoC	BtoC	BtoC	BtoB/ BtoC	BtoB/ BtoC	BtoB	BtoC	BtoB/ BtoC	BtoB/ BtoC	BtoB	BtoC
システム 連携	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	○ CRM SFA	—
オムニ チャネル	○	○	○	—	○	—	○	○	○	—	—
レポート 機能	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
価格	中	高	中	低	中	高	中	中	低	低	低

*2025年1月 DearOne調べ



各ツール詳細について

ツール名

KARTE

会社名

株式会社ブレイド

ツールURL

<https://karte.io/>

特徴

- ・顧客体験向上を目的とするCXプラットフォーム
- ・日本国内のカスタマーエンゲージメントプラットフォームでは最も機能や対応できるチャンネルが豊富
- ・チャットやCDPなどオプション機能が非常に充実
- ・操作性もシンプルで分かりやすい

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoB/BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	○	CRM連携	○
PUSH通知	○	オムニチャンネル	○	CMSの作成	—	SFA連携	○
Web Hook	○	BI機能	○(*2)	トラッキング	○	分析ツール連携	○(*2)
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	○(*2)	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	要問合せ
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○(*2)	無料トライアル	要問合せ

ツール名

Braze

会社名

Braze株式会社

ツールURL

<https://www.braze.co.jp/>

特徴

- ・Forresterが評価するNo.1のエンゲージメントツール
- ・遅延のない快適な大規模配信とリアルタイムな顧客とのコミュニケーションを実現
- ・高速なアーキテクチャと直感的なインターフェースにより、顧客の行動や嗜好を瞬時に把握しやすい

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	—	CRM連携	○
PUSH通知	○	オムニチャネル	○	CMSの作成	—	SFA連携	○
Web Hook	○	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	○
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	—	スコアリング	—	レポート	○	月額費用	要問合せ
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料トライアル	要問合せ

ツール名

moengage

会社名

moengage Inc.

ツールURL

<https://growth-marketing.jp/engagement/moengage/>

特徴

- ・強力な分析機能を有する
- ・2020年のガートナー社のレポートにおいて、3年連続でリーダーに選出
- ・豊富なチャネルに対応、あらゆる顧客接点において、顧客一人一人に最適なコミュニケーションを実現

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	—	CRM連携	○
PUSH通知	○	オムニチャネル	○	CMSの作成	—	SFA連携	○
Web Hook	○	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	○
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	—	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	要問合せ
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料トライアル	要問合せ

ツール名

SATORI

会社名

SATORI株式会社

ツールURL

<https://satori.marketing/>

特徴

- ・匿名ユーザーに最適なコンテンツを出し分け可能
- ・見込み顧客を増加させる機能(リードジェネレーション)が強み
- ・国産ツールであるため、サポート対応も早く、ツールの導入に慣れていない担当者におすすめ

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoB/BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	○	CRM連携	○
PUSH通知	○	オムニチャネル	—	CMSの作成	—	SFA連携	○
Web Hook	○	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	—
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	30万円~
SNS配信	—	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	14.8万円~
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料トライアル	—

ツール名

b→dash

会社名

株式会社データX

ツールURL

<https://bdash-marketing.com/>

特徴

- ・ノーコードでデータ取込/統合/活用/分析を実現
- ・2019年度にグッドデザイン賞を獲得、シンプルで分かりやすいUI/UXが強み
- ・コンテンツ配信やデータ統合、メール管理などの機能が充実しており、豊富なチャネルで配信可能

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoB/BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	○	CRM機能	○
PUSH通知	○	オムニチャネル	○	CMSの作成	○	SFA連携	○
Web Hook	—	BI機能	○	トラッキング	○	分析ツール連携	—
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	○	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	要問合せ
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料トライアル	—

ツール名

Salesforce Marketing Cloud Account Engagement

会社名

株式会社セールスフォース・ジャパン

ツールURL

<https://www.salesforce.com/jp/products/marketing-cloud/marketing-automation/>

特徴

- ・国内導入数No.1
- ・メール配信機能に強み
- ・同社のSFAやCRMとの連携が容易、情報共有の活性化や容易な連携を実現

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoB	アプリ内メッセージ	○	LP作成	○	CRM連携	○
PUSH通知	—	オムニチャネル	—	CMSの作成	—	SFA連携	○
Web Hook	○	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	—
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	○	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	15万円~
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料トライアル	—

ツール名

Repro

会社名

Repro株式会社

ツールURL

<https://repro.io/>

特徴

- ・WEBサイトとアプリを専門にしたカスタマーエンゲージメントプラットフォーム
- ・顧客データを活用した施策を、チャンネル横断的、かつ、最適なタイミングでOne to Oneに実施
- ・運用支援や各種サービスが手厚い

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	—	CRM連携	○
PUSH通知	○	オムニチャンネル	○	CMSの作成	—	SFA連携	○
Web Hook	—	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	○
メール	○	リード管理	—	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	○	スコアリング	—	レポート	○	月額費用	要問合せ
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料トライアル	—

ツール名

Adobe Marketo Engage

会社名

アドビ株式会社

ツールURL

<https://jp.marketo.com/company/>

特徴

- ・デジタル、アナログを問わず、顧客接点をカバー
- ・リードナーチャリングやスコアリング、マーケティングROI解析等、多彩な機能を有する
- ・他システムとの連携が容易

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoB/BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	○	CRM連携	○
PUSH通知	○	オムニチャネル	○	CMSの作成	—	SFA連携	○
Web Hook	○	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	○
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	○	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	要問合せ
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料トライアル	—

ツール名

HubSpot Marketing Hub

会社名

HubSpot Japan株式会社

ツールURL

https://www.hubspot.jp/products/marketing_

特徴

- ・マーケティング関連の全ツール/データを一元管理
- ・500種類を超えるカスタム連携が掲載されており、外部ツールを単一のプラットフォーム上に集約可能
- ・カスタマーサポートや導入支援、学習コンテンツが充実

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoB/BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	○	CRM連携	○(*2)
PUSH通知	○	オムニチャネル	○	CMSの作成	—	SFA連携	○(*2)
Web Hook	○	BI機能	○	トラッキング	○	分析ツール連携	—
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	○	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	5400円~
広告連携	○	シナリオ作成	○	行動分析	○	無料バージョン	○

ツール名

List Finder

会社名

株式会社Innovation & Co.

ツールURL

<https://promote.list-finder.jp/>

特徴

- ・上場企業で導入されている国産ツールではシェアNo.1
- ・6カ月間の活用コンサルティングが無料
- ・導入時から導入後まで、手厚いサポート体制あり
- ・UIがシンプルで使いやすい

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoB	アプリ内メッセージ	—	LP作成	○(*2)	CRM連携	○(*2)
PUSH通知	—	オムニチャネル	—	CMSの作成	—	SFA連携	○(*2)
Web Hook	—	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	—
メール	○	リード管理	○	コンテンツ出し分け	○	初期費用	10万円~
SNS配信	—	スコアリング	○	レポート	○	月額費用	3.98万円~
広告連携	—	シナリオ作成	○(*2)	行動分析	○	無料トライアル	○

ツール名

ecコンシェル

会社名

株式会社NTTドコモ

ツールURL

<https://ec-concier.com/>

特徴

- ・共同開発した人工知能(AI)技術を用いて接客効果を自動で最適化できる
- ・UIがシンプルで分かりやすい
- ・任意の顧客セグメントに最適なタイミングで施策実施
- ・サポート体制やコンサルティングサービスも充実

*2025/1月時点情報 *2:別途オプション

利用対象	BtoC	アプリ内メッセージ	○	LP作成	—	CRM連携	—
PUSH通知	—	オムニチャネル	—	CMSの作成	—	SFA連携	—
Web Hook	—	BI機能	—	トラッキング	○	分析ツール連携	—
メール	—	リード管理	—	コンテンツ出し分け	○	初期費用	要問合せ
SNS配信	—	スコアリング	—	レポート	○	月額費用	9800円~
広告連携	—	シナリオ作成	○	行動分析	○(*2)	無料プラン	○

グロースマーケティング事業のご紹介

以下のような多岐にわたる課題を解決



データはあるが
分析に活かしきれしていない

- 分析ツールは導入しているが、
- ・定点観測のみ
 - ・深掘りで分析できていない
 - ・時間がかかっている

誰もが、No Codeで
カンタン分析



ユーザーのリテンションや
LTV向上の打ち手は？

- ・リテンション向上
 - ・ロイヤルユーザー増加
 - ・解約抑止
- などへの打ち手に行き詰まっている

主要KPI向上につながる
先行指標がわかる



施策運用のPDCAに
時間がかかっている

- 分析業務や施策ターゲットのセグメント抽出に何日もかかっている。
素早く施策を打って、評価したい。

分析やセグメント抽出、
MAへのデータ連携が瞬時に

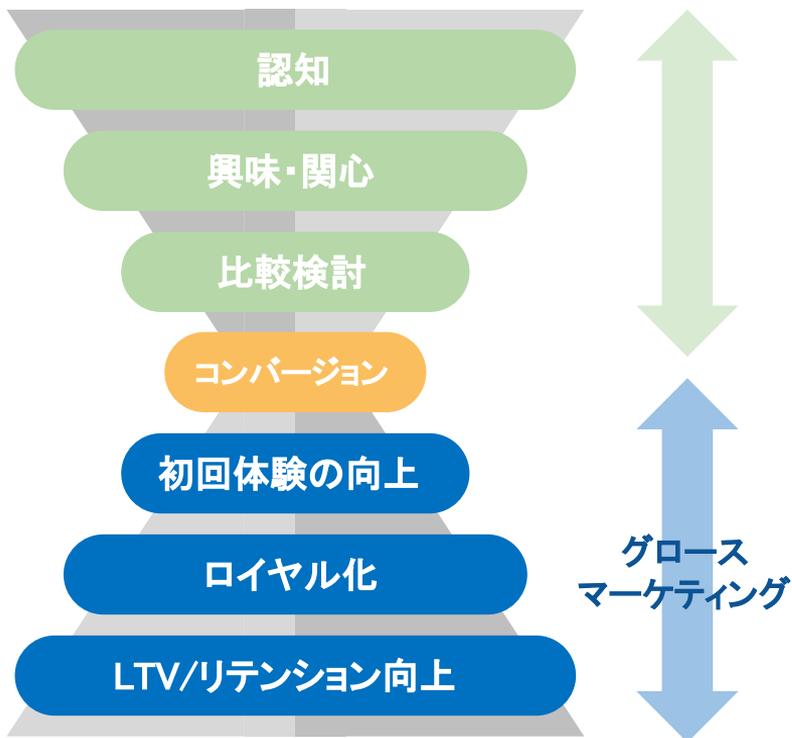


1to1マーケティングが
出来ていない

- メールやプッシュは一斉配信。
ユーザーの興味関心、行動に合った
コミュニケーションがとれていない。

最新のエンゲージメントツールで
導入や運用が簡単

ユーザー獲得後の顧客とビジネスの成長を支援



集客/獲得の最適化

- WEBサイトやアプリへのアクセス、閲覧状況やコンバージョンを把握し、誘導や登録/購入フローを最適化
- 目的: 誘導計測、直帰率やCV率の改善

サービスと顧客の育成

- ユーザーの行動を理解し、顧客ロイヤル化の先行指標から施策を実施。改善策を高速回転し、グロースに導く
- 目的: 継続利用、LTV、ロイヤルユーザーの増加

サービスグロースにつながるデータドリブンマーケティングを
ツール、コンサルティングの両面からサポートいたします。



お気軽に[こちらのページ](#)よりお問い合わせください

The logo for DearOne, featuring the word "Dear" in a white sans-serif font and "One" in a larger, white, stylized font with a diagonal slash through it. The background is a dark, semi-transparent overlay of several smartphones displaying various mobile applications.

社名

株式会社 DearOne

設立

2011年5月26日

住所

東京都港区虎ノ門3-8-8 NTT虎ノ門ビル

代表

河野 恭久

事業内容

スマホアプリ開発
グロースマーケティング支援
リテールメディア事業