デジタルマーケティング支援会社を
評価する37のチェックリスト

# デジタルマーケティング支援会社とプロジェクト担当者の情報

過去に類似案件の実績はあるか？

担当者は能動的な提案や行動ができているか？

担当者の返信や対応は早いか？

ネクストアクションを明確にし、次回打ち合わせまでの行動が把握できるか？

担当者が変わることでクオリティに差が出ないか？

# 自社と自社の顧客に対する理解

提案内容は自社の戦略やコーポレートイメージに合っているか？

ターゲット顧客が抱える課題やニーズを理解しているか？

ペルソナを定義しているか？

定義されたペルソナは適切なものか？

自社のターゲット顧客に合った提案内容になっているか？

# 競合他社の理解

自社の競合にあたる企業を理解しているか？

自社が属する市場の動向を理解しているか？

競合他社のサイト、マーケティング施策の調査・分析をしているか？

競合他社を調査・分析した上での戦略が明記されているか？

# プロジェクトの理解

プロジェクト実施の背景や目的に対する理解はあるか？

プロジェクトのゴールは明確に定義されているか？

提案の範囲は適切であるか。漏れはないか？

# 提案金額

プロジェクトの遂行に必要な項目が見積金額に含まれているか？

ランニングで費用がかかる項目について記載があるか？

想定される追加費用に関して記載があるか？

費用対効果に対する記載、シミュレーションがあるか？

提案の効果には実現性・妥当性があるか？

リリース後の効果測定・改善に対する方針があるか？

見積条件が明確に記載してあるか？

# スケジュール・納期

各タスクにおいて無理のないスケジュールになっているか？

発注側のタスクについても記載されているか？

発注側のタスクのスケジュールに余裕はあるか？

タスクが遅延した際のバッファは確保されているか？

# プロジェクトの体制

体制図の記載があるか？

各メンバーの役割が明確に記載されているか？

担当者について詳細情報（経歴や実績）の記載があるか？

リリース後の運用体制について記載があるか？

# +αの提案

各納品物をイメージできるサンプルが提示されているか？

更なる効果創出に向けた追加の提案がされているか？

追加提案は市場動向や顧客理解、競合理解を踏まえた内容か？

追加提案の効果について明確に記載されているか？

追加提案のコストについて記載されているか？