

# 客観的な視点でフロー全体を俯瞰し 課題解決へのプランを示します

グローバルで年間800件以上のマーケティングプロジェクトを手がけるマーケットワンが、お客様のマーケティングフローを客観的な視点で検証して現状を可視化。課題解決のためのタスクと優先順位を整理し、すぐに着手できる是正案や具体的なアクションプランの策定をお手伝いします。

ニーズに応じて組み合わせも可能な6種のヘルスチェックを、無償にてご提供するサービスです。デマンドセンターの機能強化に向けたポイントの洗い出しや、案件創出型マーケティング実現へのファーストステップとしてご活用ください。

## [ニーズに合わせて選べるヘルスチェック]



※内容によっては一部有償となる場合もございます。あらかじめご了承ください。

# 最新のトレンドを踏まえた現状分析で 取り組むべき課題を明確化します

[マーケティングヘルスチェックの流れ]

01

## 目的に合わせたヘルスチェックを準備

マーケティングヘルスチェック  
実施の目的を確認し、  
適切なチェック項目の  
組み合わせを検討します。

- マーケティングデータ診断
- ナーチャリング診断
- マーケティングコンテンツ診断
- インサイドセールス機能診断
- マーケティング・オートメーション導入診断
- マーケティング・オートメーション活用診断



02

## コンサルタントによるヒアリング調査

現状に関するアンケート調査に  
続き、弊社コンサルタントが  
お客様のマーケティング・  
営業部門のステークホルダーの  
方々への聞き取り調査を行います。

### 対象領域(例)

戦略：ゴール・ターゲット設定、  
各種KPI  
組織：担当分け、営業・  
マーケティング連携  
インフラ：MA、コンタクトデータ  
フロー：リード受け渡し

### 対象ステージ(例)

- KPI設定
- ペルソナ設定
- コンテンツ
- コンタクトDB
- リード育成
- クオリフィケーション
- 成果の可視化



03

## 課題解決に向けたアクションプランを提示

コンサルタントが、お客様のマーケ  
ティングフローの実態とゴールとの  
ギャップを分析。診断成果物として、  
課題解決に向けた具体的な  
アクションプランなどをご提案します。

### 成果物

- 現状分析：デマンドセンター機能を7つに分解し、  
それぞれにおける現状と課題を整理
- ステップ案：お客様のゴールやリソースを踏まえ、  
今後3~6か月で目指すべき分野と優先順位を整理
- 活動案：定義した優先順位をもとに、  
課題解決に向けたアクションプランを具体化

