

マーケティングサービスの 提案書テンプレート

ブランディング、マーケティング、広告キャンペーンのいずれを提案する場合でも、提案書を作成して、顧客の宣伝やビジネスの拡大にいかに関与できるかを説明する必要があります。このテンプレートは、マーケティングのほとんどのプロジェクトに合わせて調整できます。

HubSpotからのアドバイス：全ての提案書は顧客の視点に立って作成する必要があります。顧客の具体的なニーズに合わせてこのテンプレートを適宜アレンジしましょう。

当社とチームの紹介

提案書の提出先が長年の顧客か新規の顧客であるかにかかわらず、自社とチームについての簡単な紹介を常に含めることをお勧めします。1段落の短い説明で構いません。自社の創業者と創業年、主な強み、過去の類似案件などの主要な情報を記載します。

当社のサービス

自社が提供する、マーケティング、ブランディング、広告関連のサービスについてまとめます。広範にわたる自社で提供している全てのサービスに言及することが大切で、必ずしも今回の顧客に提案するサービスでなくても構いません。次のように、箇条書きにして整理するとよいでしょう。

- サービス1
- サービス2
- サービス3

担当チームの紹介

このセクションでは、担当チームメンバーの関連スキルや経験についての情報を提供します。このプロジェクトに携わるメンバーについて、各自の簡単なプロフィールとして、氏名、役職、プロジェクトにおける役割のほか、特別なスキルや関連する資格および学歴を記載しましょう。過去の類似プロジェクトでの実績に言及するのも効果的です。このセクションは、次のように箇条書きにすると分かりやすくなります。

- チームメンバー1、役職 - プロフィール
- チームメンバー2、役職 - プロフィール
- チームメンバー3、役職 - プロフィール

HubSpotからのアドバイス：プロが撮影したチームメンバー全員の顔写真を入れておくと、提案書の独自性が増します。全員の写真の撮り方を統一し、提案書の全体的なデザインと親和性を持たせるようにしてください。

プロジェクトの対象範囲

会社とチームの紹介が終わったら、把握している顧客のニーズを示し、顧客の固有の要件を満たすために、実施予定のプロジェクトについて説明します。

要旨

まずはプロジェクトの概要を示します。記載すべき項目としては、状況分析、課題と問題点、ターゲットとする市場と顧客などが挙げられます。このセクションでは、自社が提案する解決策を提示するのに先立ち、背景情報を確認しましょう。

解決策の提案

顧客のニーズを満たすために実施する活動について説明します。可能なら、活動をフェーズごとに分類しておくといでしょう。また、各フェーズで顧客に提出する成果物も示します。次のような表にまとめましょう。

フェーズ	活動	成果物
1	<ul style="list-style-type: none">活動 1活動 2	<ul style="list-style-type: none">成果物 1
2	<ul style="list-style-type: none">活動 3活動 4活動 5	<ul style="list-style-type: none">成果物 2成果物 3
3	<ul style="list-style-type: none">活動 6	<ul style="list-style-type: none">成果物 4

解決策の提示は表だけで十分な場合もありますが、自社の手法についてさらに詳しく説明するために、文章で補足することも検討しましょう。

予想される成果

提案する解決策が、顧客にどのような成果をもたらすかを 1~2 段落で説明します。ここでは測定可能な成果を挙げるようにしましょう。このプロジェクトの成功を評価する方法について、簡潔に説明してください。

HubSpotからのアドバイス：プロジェクトの主要な活動の中に顧客自身で実施責任を負うものがある場合、提案書内に必ず明記し、プロジェクトが開始されてから実施を依頼することがないようにしましょう。

プロジェクトのスケジュール

プロジェクト計画に含まれるステップを説明したら、それをタイムラインに合わせて、プロジェクトの展開方法と各ステップの実施時期を顧客に提示します。スケジュールを記載することで、信頼性が高まり、プロジェクトを期日通りに進めるためにきちんと計画を立てていることを顧客に示すことができます。次のようなシンプルな表を使用して、プロジェクトのスケジュールを示すことができます。

フェーズ	活動	開始日	完了日

HubSpotからのアドバイス：現実的な期日を設定しましょう。非現実的な期日を設定して製品の引き渡しに間に合わなくなるよりも、余裕のある期日にして早めに引き渡す方がはるかに喜ばれます。

予算の見積もり

このセクションには、このマーケティングプロジェクトの完了に必要な全ての活動および実施項目に関して、顧客に請求するコストの概要を記載します。コストは時間単価で請求する場合も、一律の料金を請求する場合があります。この提案の中で言及したフェーズと活動ごとに、同一組織に対する請求額の明細を、次のような表にして分かりやすく示しましょう。

フェーズ	活動／項目	時間単価／一律料金	推定時間数／数量	料金
合計金額				

HubSpotからのアドバイス：何よりも大切なのは正確さです。これと同じ表をMicrosoft Excelなどのスプレッドシートプログラム内で作成し、計算を済ませてから、結

果をこのテンプレートにコピーするとよいでしょう。提案の途中で計算ミスが見つかることほど、プロらしからぬものではありません。

連絡先

提案書に対する質問事項が出てきた場合に備えて、目立つ場所に連絡先情報を記載します。素早く問い合わせを受けられるよう、Eメールアドレスと電話番号など、複数の連絡手段を示しておきましょう。

HubSpotからのアドバイス：顧客がなるべく簡単に連絡できるようにすることが肝心です。例えば、顧客がEメールでの連絡を好むことが分かっている場合は、Eメールアドレスを伝えて、すぐに返信できるように準備しておきます。電話を好む顧客には、平日いつでも連絡可能な電話番号を伝えるようにしましょう。

契約の締結と署名

提案の承認に必要な次のステップを説明します。顧客の署名が必要となる可能性が極めて高いため、次に示すように、承認を必要とする全員の氏名と役職を入れた署名欄を用意しておきます。

[役職]、[氏名]

[役職]、[氏名]

[役職]、[氏名]

また、自社の契約の詳細について記載し、このプロジェクトに適用される具体的な契約条件を明記しておきましょう。

HubSpotからのアドバイス：提案書内に署名欄を含めておけば、受け渡しが必要な書類の数が減り、承認プロセスの迅速化につながります。

追加資料

顧客に伝えたい追加情報がある場合には、付録のセクションに記載することができます。追加資料の例としては、過去のケーススタディー、ブランディングや広告のサービスポートフォリオ、過去の顧客のために制作した製品のサンプルなどが考えられます。

HubSpotからのアドバイス：過去の経験は、将来の成功の最も有効な指標です。提案書の最後に優れた過去の実績を示すことで、自社の知識や能力を証明できます。