****

**マーケティング プロジェクト
管理計画テンプレート**

マーケティング プロジェクト
管理計画の名称

マーケティング プロジェクト計画の説明

バージョン 0.0.0

0000/00/00

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 準備担当者 | 役職 | 日付 |
|  |  |  |
| メール アドレス | 電話番号 |
|  |  |
| 承認者 | 役職 | 日付 |
|  |  |  |

目次

[1. マーケティング プロジェクト計画の背景に関するクリエイティブ ブリーフ 3](#_Toc186117811)

[1.1 このマーケティング プロジェクトで最もメリットを得られる人物 3](#_Toc186117812)

[1.2 このマーケティング プロジェクトによる結果 3](#_Toc186117813)

[1.3 このマーケティング プロジェクトが、定義されたオーディエンスにもたらすメリット 3](#_Toc186117814)

[1.4 このマーケティング プロジェクトを完了させる上で必要なリソース 4](#_Toc186117815)

[1.5 このプロジェクトにおける「完了」の定義 4](#_Toc186117816)

[1.6 プロジェクトの開始前に対処すべき課題または予想される障害 4](#_Toc186117817)

[2. マーケティング プロジェクトの詳細 5](#_Toc186117818)

[2.1 時間の節約に関する詳細 5](#_Toc186117819)

[2.1.1 自動化 5](#_Toc186117820)

[2.1.2 冗長性の排除 5](#_Toc186117821)

[2.1.3 メンテナンス 5](#_Toc186117822)

[2.2 パフォーマンスに関する詳細 6](#_Toc186117823)

[2.2.1 パフォーマンス基準 6](#_Toc186117824)

[3. マーケティング プロジェクトの範囲: スプリント、ストーリー、タスク 7](#_Toc186117825)

[4. マーケティング プロジェクトのデリバリー日 9](#_Toc186117826)

[5. 日次マーケティング プロジェクト ミーティングの日程 9](#_Toc186117827)

[6. パフォーマンス改善ミーティングの日程 10](#_Toc186117828)

[7. スプリント レビューの日程 11](#_Toc186117829)

[8. プロジェクト振り返りミーティングの日程 12](#_Toc186117830)

# マーケティング プロジェクト計画の背景に関するクリエイティブ ブリーフ

このクリエイティブ ブリーフ セクションでは、マーケティング プロジェクト計画のすべてのステップに関する基礎情報を提供します。

## このマーケティング プロジェクトで最もメリットを得られる人物

|  |
| --- |
| 対象とするオーディエンスを定義します。 |

## このマーケティング プロジェクトによる結果

|  |
| --- |
| デリバリーする必要がある内容を正確に明記します。 |

## このマーケティング プロジェクトが、定義されたオーディエンスにもたらすメリット

|  |
| --- |
| 対象とするオーディエンスへの「価値提案」を明記します。 |

## このマーケティング プロジェクトを完了させる上で必要なリソース

|  |
| --- |
| マーケティング プロジェクトで必要となる時間とリソースの見積もりを記入します。 |

## このプロジェクトにおける「完了」の定義

|  |
| --- |
| チームのために、マーケティング プロジェクトが成功して完了したとみなされるための要素を明記します。  |

## プロジェクトの開始前に対処すべき課題または予想される障害

|  |
| --- |
| マーケティング プロジェクトの遅延や障害の原因になることが予想される内容を明記します。 |

# マーケティング プロジェクトの詳細

マーケティング プロジェクトの詳細 (要件) を記入します。

## 時間の節約に関する詳細

### 自動化

|  |
| --- |
| 時間や労力を節約するために、マーケティング プロジェクトの一部を「自動化」する方法があるかどうかを詳述します。 |

### 冗長性の排除

|  |
| --- |
| このマーケティング プロジェクトに工数を投じることで、(別のプロジェクトに要する) 他の工数を排除できますか？できる場合、それはどういった内容ですか？ |

### メンテナンス

|  |
| --- |
| マーケティング プロジェクトの実行を成功させ、本来必要となるメンテナンスの量を減らすために、チームはどのようにすればよいですか？ |

## パフォーマンスに関する詳細

### パフォーマンス基準

プロジェクトが完了した際のイメージを決定するマーケティング プロジェクト計画の特徴を、少なくとも 3 つ挙げてください。

特徴 1

|  |
| --- |
|  |

特徴 2

|  |
| --- |
|  |

特徴 3

|  |
| --- |
|  |

# マーケティング プロジェクトの範囲: スプリント、ストーリー、タスク

マーケティング プロジェクトには、多数の詳細と「ストーリー」が確実に伴います。こうしたプロジェクトの「範囲」をフェーズ (アジャイル手法では「スプリント」) に分割すると役立ちます。

「ストーリー」または「ユーザー ストーリー」は、マーケティング プロジェクトで提供される成果物から、対象となるオーディエンスが何を求めているかを示す方法です。

**例**:「[対象となるオーディエンス] である私は、[具体的な価値] を得るために、[成果物としての x] を希望しています。」

チームは協力してストーリーに取り組み、それぞれのストーリーがマーケティング プロジェクト計画における「全体的な」成果物にどう当てはまるかを判断します。また、個々のタスクはチーム メンバーに割り当てられます。

***注****: 以下の情報をコピーすることで、追加のスプリントとストーリーを作成できます。*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| スプリント名 | 開始日 | 終了日 |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| ストーリー名 |
|  |

|  |
| --- |
| ストーリーに投入された [チーム メンバー名] の総労力: [#] 時間 (または「ポイント」) ストーリーに投入された [チーム メンバー名] の総労力: [#] 時間 (または「ポイント」) ストーリーに投入された [チーム メンバー名] の総労力: [#] 時間 (または「ポイント」) 1. [タスク名]/[チーム メンバー]/労力レベル: [#} 時間/ポイント - プロジェクトのデリバリーまで残り [#] 日
2. [タスク名]/[チーム メンバー]/労力レベル: [#} 時間/ポイント - プロジェクトのデリバリーまで残り [#] 日
3. [タスク名]/[チーム メンバー]/労力レベル: [#} 時間/ポイント - プロジェクトのデリバリーまで残り [#] 日
4. [タスク名]/[チーム メンバー]/労力レベル: [#} 時間/ポイント - プロジェクトのデリバリーまで残り [#] 日
5. [タスク名]/[チーム メンバー]/労力レベル: [#} 時間/ポイント - プロジェクトのデリバリーまで残り [#] 日
 |

# マーケティング プロジェクトのデリバリー日

|  |
| --- |
| マーケティング プロジェクトの期限を定義します。 |

# 日次マーケティング プロジェクト ミーティングの日程

プロジェクト チームのメンバー全員と日次 (または「スクラム」) ミーティングを実施することで、マーケティング プロジェクトを期限通りにデリバリーすることができます。これらのミーティングでは、各チーム メンバーに対して次の 3 つの質問に答えてもらうことが重要です。

1. このスプリントのために昨日取り組んだ内容は何ですか？
2. このスプリントのために今日取り組む内容は何ですか？
3. このスプリントのタスクの完了を妨げている「障害」がありますか？ある場合は何ですか？

|  |
| --- |
|  |

# パフォーマンス改善ミーティングの日程

マーケティング プロジェクト関連のタスクの完了に取り組んでいないチーム メンバーと会う必要がある場合は、そのメンバーがプロジェクトの「ビジョン」と成果物に再び取り組めるよう、次の質問をしてください。

1. 特定のタスクを完了できない具体的な原因は何ですか？

2. タスクを想定通りに完了させるには、どのようなステップを実行すればよいですか？

3. 今後のタスクを時間通りに完了させるには、何をすればよいと思いますか？

4. 自分のタスクを完了させるために、私や他のチーム メンバーに何を求めますか？

|  |
| --- |
|  |

# スプリント レビューの日程

各スプリントの終了時にはチームとして集まり、以下の作業によってプロセスのレビューを行うことが重要です。

1. チームがそのスプリントで完成させる予定だったストーリーを再度紹介する。

2. 各ストーリーのステータスと成功の度合いを確認する。

3. プロセスを改善するために、各ストーリーに関するフィードバックを求める。

|  |
| --- |
|  |

# プロジェクト振り返りミーティングの日程

振り返りミーティング (「ポストモーテム」と呼ばれることもあります) を活用して、マーケティング プロジェクトの成功を検証し、改善できる点を特定します。

1. マーケティング プロジェクトに関してうまくいったことは何ですか？

2. 今後のマーケティング プロジェクトを確実に成功させるために継続的に行うべきこと、つまり「標準」として含めるべきことは何ですか？

3. マーケティング プロジェクトに関して、さらなる改善が可能だった点は何ですか？

4. 今後のマーケティング プロジェクトにおいて、廃止を検討すべき点は何ですか？

5. マーケティング計画のプロセスや実施の改善について、他にコメントや提案はありますか？

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **免責条項**Smartsheet がこの Web サイトに掲載している記事、テンプレート、または情報などは、あくまで参考としてご利用ください。Smartsheet は、情報の最新性および正確性の確保に努めますが、本 Web サイトまたは本 Web サイトに含まれる情報、記事、テンプレート、あるいは関連グラフィックに関する完全性、正確性、信頼性、適合性、または利用可能性について、明示または黙示のいかなる表明または保証も行いません。かかる情報に依拠して生じたいかなる結果についても Smartsheet は一切責任を負いませんので、各自の責任と判断のもとにご利用ください。 |