

ながおしデジタルマーケティング活用推進事業業務 経費算定項目

内容	単価(税抜)	数量	摘要(主な仕様内容)
1.マーケティング戦略構築業務			
(1)マーケティング戦略構築			
①マーケティング戦略の構築		1 式	・「美食と絶景の街、長崎。」のブランドコンセプトのもと、既存のトーン&マナーに従った事業構築。 ・Webサイト・SNS・ECサイトのマーケティングがより効果的に連動した全体事業戦略と企画。 ・長崎ファンの拡大・定着におけるKPIである、Webサイト・ECサイトの訪問者数合計47万人が達成に向けた取組。
②月例協議 ③月例レポートの提出		1 式 × 12 か月	・事業進捗に応じた協議の実施 ・Web/SNS/ECにおける分析レポートの提出 ・各協議における議事録の提出
④中間報告 ⑤最終報告・総評		1 式	・R8年度上半期(4月～9月)のマーケティング分析結果と総評 ・R8年度下半期(10月～3月)のマーケティング分析結果と総評 ・年間を通したマーケティング分析結果と総評、次年度以降の効果的な施策の提案
2.ECマーケティング業務			
(2)ECマーケティング業務			
①プロモーションの実施		1 式 × 12 か月	・マーケティング戦略に基づいたECマーケティングとコンサルティング ・広告販促における戦略企画と広告運用
②マーケティング分析		1 式 × 12 か月	・各月のマーケティング分析(ターゲット分析含む)とレポート作成 ・商品属性分析 ・出品事業者の伴走支援につながるようなフィードバック
③EC運営支援		1 式 × 12 か月	・EC運営事業者との連携 ・自然流入とターゲットの購買率上昇やリピーター率増加に向けた企画
3.Web・SNS デジタルマーケティング業務			
(3)Webサイトの運営・保守管理			
①保守管理		1 式 × 12 か月	・Webサイトの機能要件等に従った保守管理の実施 ・SSL証明書の更新等、必要に応じた来庁作業の実施
②SEO分析		1 式 × 12 か月	・検索エンジンにて上位表示されるためのSEO分析・対策
③計測ツールの管理等 ④リンクの設定		1 式 × 12 か月	・各計測ツールの管理 ・県が指定するリンクへ接続できるよう設置
(4)公式SNSの運用			
① 公式SNSの投稿設計、コンテンツ企画、運用		1 式 × 12 か月	・効果的にターゲットに届くようなデザイン設計及び投稿計画 ・投稿回数は週2回(ストーリー運用は除く) ※うち12本は別事業で実施するため、積算から除くこと。 ・効果的なストーリー作成、ハイライトの設置・運用 ・ECサイトに誘導できるような投稿作成 ・定期的な「長崎県産品応援店」の取扱い ・ユーザーからのエンゲージメントを効果的に獲得できるような運用 ・自治体アカウントとして十分なリスク管理と炎上対策
②SNSマーケティングの実施		1 式 × 12 か月	・ユーザーの反応に応じた分析・改善 ・エンゲージメントの向上により、フォロワーが増加し続けるような運用 ・クリエイティブについて、既存のトーン&マナーを活かしつつトレンドやアルゴリズムに合わせた改善や効果検証を実施
(5)食べてみんなね！長崎県産品応援店キャンペーンの実施			
①企画・運営		1 式	・できるだけ多くのターゲットが、実際に長崎の食を体験できるようなキャンペーンを企画 ・「応援店『極』」については来店におけるインセンティブが高くなるように企画
②キャンペーン周知		1 式	・参加店舗の来店客に訴求できるようなツールを作成し、各店舗へ手配 ・meta広告やmeta広告に寄らない周知方法の企画
(6)Web/SNSデジタルマーケティング実施業務			
①デジタル広告等の配信・調整		1 式 × 12 か月	・Webサイトへの効果的に誘導が図れるような、ターゲットに対しプロモーションを実施。 ・広告効果(Webサイト訪問者の増加)が最大となることを目指し、本業務の事業効果の最大化を図るため最適と考えられる媒体(複数媒体の組み合わせも可)を選定 ・広告配信中の消費者の反応を分析しながら、委託者と協議の上でターゲットの変更等の改善を図ること

※必要に応じて項目を細分化してもかまわない。