

The image features a dark background with a subtle network of white dots and lines. Two large, thick red arrows are prominent: one pointing diagonally upwards from the bottom left towards the top right, and another smaller one pointing diagonally upwards from the center towards the top right. The text 'DX BOOSTER' is centered in the middle. 'DX' is in red, and 'BOOSTER' is in white. The 'DX' is partially overlaid by the smaller red arrow.

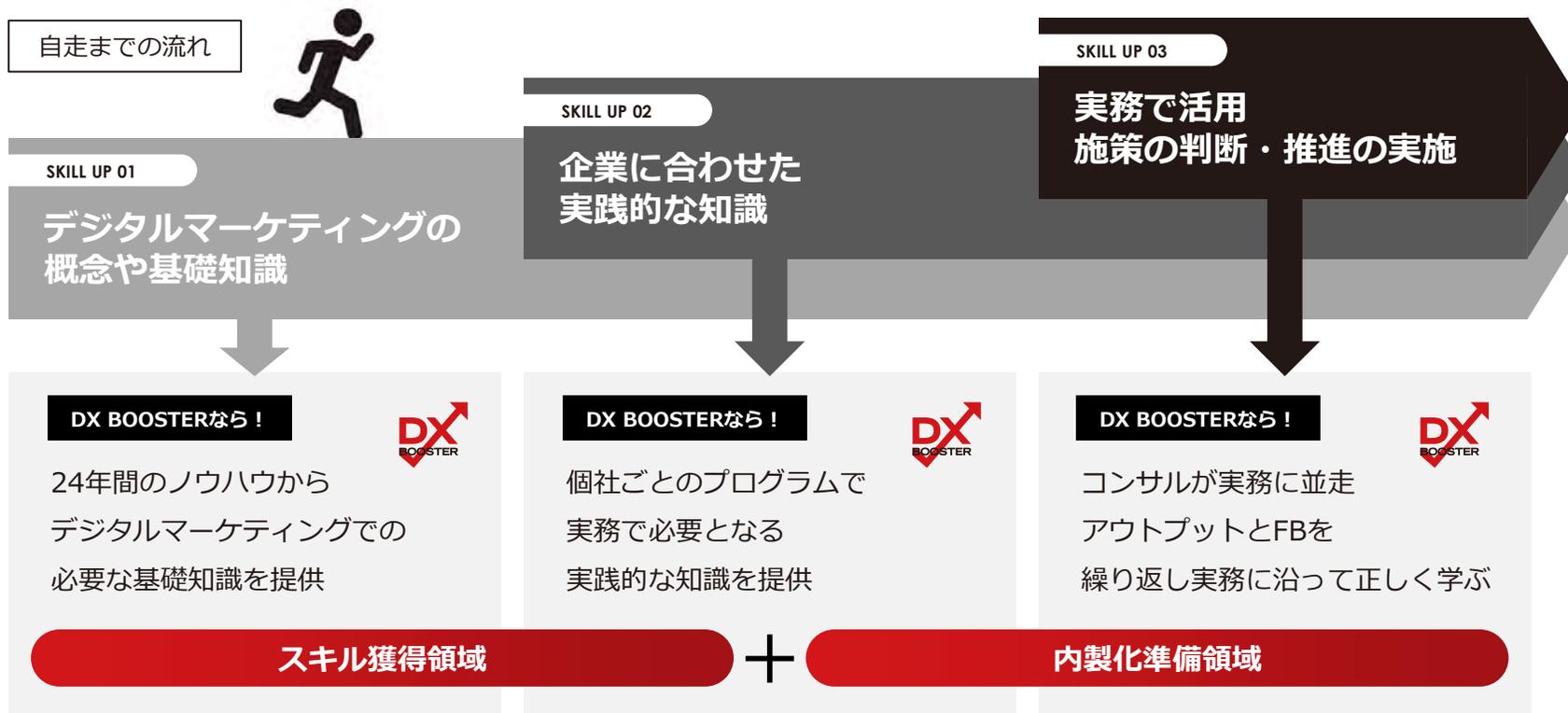
DX BOOSTER

こんな企業の悩みを解決します

- デジタルマーケティングを始めることになったが、**担い手がない**
- Web上での**施策をなんとなく回している**がこのままでいいのか不安
- 研修やコンサルを受けては見たが、**結局実践的な活動ができていない**

 **「スキル獲得」と「内製化」を一気に実現するDX BOOSTERで効率よくデジタルマーケティングの知識と成果を得られます**

自走するために必要な段階に合ったプログラムで DX BOOSTERで自走できるようになる理由とは？



スキル獲得と内製化をセットで実施することが重要！

STEP
1

初期設計 (1カ月)



お客様の現状と理想の状態のギャップからボトルネックを把握し、個社ごとに最適な内製化ロードマップを策定します。



STEP
2

月次定例会 (6カ月)



ロードマップに沿って、コンサルタントがお客様の実務に伴走しながら具体スキルをインプットします。

※お客様の課題状況に応じて必要期間が異なります

現状の課題分析結果とヒアリングによる現状スキルの把握から、スキルマップの中で「必要なスキル」と「今不足しているスキル」をレベル単位で設定し、優先度の高いスキルをDX BOOSTERの契約期間内でインストールできるようにプログラムを策定します。

ヒアリング・状況分析

コンサルタントが目標（短期・長期）や現状施策をヒアリングの上、施策状況の分析を実施



必要スキルを設定し、不足分を補うプログラムと実施ロードマップを設定

スキルマップ

スキル	詳細スキル	レベル	実施タスク	必要	不足
CRM 実践	概念理解	初級	メール配信に関する概念の理解(基礎編)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
			商品やサービスに対して抱く一般的な顧客心理状態の理解	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	メール配信に関する概念の理解(応用編)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
			メールマガジンに対して抱く一般的な顧客心理状態の理解	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
		上級	CRM関連ツール(CRM/SFA/MMA)に対する理解	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
			顧客育成手法の理解(ロイヤリティプログラムなど)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	仮説立案	初級	顧客の期待に応えるための、単発のメールマガジン配信アイデアの整理	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
			自社ならではの、メールマガジンでのコンテンツ訴求の切り口提案	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	メール配信結果から得られる顧客の嗜好・期待値・ペインポイントの言語化	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	施策立案・実行	初級	メール配信結果に基づき顧客セグメントの提案	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	総合的な分析データに基づき顧客の嗜好・期待値・ペインポイントの言語化	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		上級	ペインポイントを解消する幅広いアイデア・施策方針の提案	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CRM 実践	概念理解	初級	仮説に基づく簡単なメールマガジン配信企画の提案・実践	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	メール件名やコンテンツのテキスト・デザインの基本的なアイデア提案・実践	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		上級	顧客セグメントを用いたメールマガジン配信企画の提案・実践	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CRM 実践	概念理解	初級	メール配信に関する概念の理解(基礎編)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	商品やサービスに対して抱く一般的な顧客心理状態の理解	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		上級	メール配信に関する概念の理解(応用編)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CRM 実践	概念理解	初級	メールマガジンに対して抱く一般的な顧客心理状態の理解	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	CRM関連ツール(CRM/SFA/MMA)に対する理解	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		上級	顧客育成手法の理解(ロイヤリティプログラムなど)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CRM 実践	概念理解	初級	顧客の期待に応えるための、単発のメールマガジン配信アイデアの整理	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	自社ならではの、メールマガジンでのコンテンツ訴求の切り口提案	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		上級	メール配信結果から得られる顧客の嗜好・期待値・ペインポイントの言語化	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CRM 実践	概念理解	初級	メール配信結果に基づき顧客セグメントの提案	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	総合的な分析データに基づき顧客の嗜好・期待値・ペインポイントの言語化	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		上級	ペインポイントを解消する幅広いアイデア・施策方針の提案	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CRM 実践	概念理解	初級	仮説に基づく簡単なメールマガジン配信企画の提案・実践	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		中級	メール件名やコンテンツのテキスト・デザインの基本的なアイデア提案・実践	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		上級	顧客セグメントを用いたメールマガジン配信企画の提案・実践	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

必要 不足

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

お客様の現状確認と必要な顧客の行動データ・デスクリサーチ結果を用いて内製化に向けた「必要施策」の洗い出しと「実施ステップ」を設計し、DX BOOSTERの契約期間内で効率的に内製化が整うようプログラムを策定します



理想と現状のギャップを洗い出し内製化に向けた必要施策とその実施ステップを明確にします

弊社

インプット：月次定例実施

該当月のテーマに沿った実施内容の考え方、実施方法、実施に伴うフォーマットの活用方法、フォーマットの入カイメージをご説明します。

貴社

アウトプット：課題実践による知識の活用

課題としてお渡ししたフォーマットを活用して自社マーケティングを実際に検討・実践いただきます。自社のケースで検討するため、検討した内容がそのまま現場で活かせるアウトプットになります。

知識定着：説明動画提供による振り返り

課題実施にあたり振り返りができるように、月次定例の内容を動画にしたデータを提供します。課題実践の際に何度も見返すことで知識が定着します。

貴社

課題ご提出 (次回定例会の1週間前ごろ)

弊社

フィードバック：月次内容完了

提出課題をプロの視点から見てアドバイスをを行います。自身でアウトプットした後にフィードバックを受けるからこそ、正しい知識が定着しやすくなります。

「内製化」と「スキル獲得」を実現するための嬉しい

3つの特長

特長

1

個社別のカリキュラムで無駄なくノウハウを得られる

コンサルタントが貴社のレベル・事業内容に合わせたカリキュラムを用意。
毎月作成するマーケティングマニュアルとテンプレートは貴社の現場でそのまま活用いただけます。

特長

2

動画データで何度でも振り返りが可能

月次定例会で説明した内容は専用ページから繰り返し閲覧ができ、定例会の内容を振り返りながら課題を進めることで知識定着を促進します。

特長

3

何度でも相談OK

コンサルタントへのメールや電話での質問・相談に回数制限はありません。
実際に課題を実践していく中で質問や疑問点があればお気軽にコンサルタントへご質問ください。

現役のプロコンサルタントが、徹底的に貴社と並走していきます



DX支援実績（一部）

**100社以上の様々な業界で支援を行い、
成果を残したWebコンサルタントが数多く在籍**

01

ブラザー販売 様

徹底的な問い合わせ導線の改善を繰り返し、支援2年で製品取り扱い国1位のリード獲得数を実現

02

マーチャントサポート 様

効果不振に困っていた、広告をターゲット設定から見直すことでCPA75%削減&リード獲得数3倍

03

アルペンローゼ 様

シャンプーECサイトで分析を元に商品プランからCRMを設計し、リピート10%UPを実現

CASE STUDY

事例紹介

マーチャント・サポート株式会社

自分たちで運用結果を把握・分析できるようになり改善のPDCAが回り出した



2004年4月設立。キャッシュレス決済手段の導入と業界最高峰のスピード決済、決済に関わるコスト削減をコアに事業を展開。国内外の大手クレジットカード決済、さまざまなQRコード決済に接続し、訪日インバウンドに対応していることも特長。

✔ 課題に感じていたこと

リスティング広告運用とランディングページ（LP）制作を外注先へ完全委託し、6か月間Web広告を配信することにしたが、思ったほどの効果が出ないまま終わってしまいました。

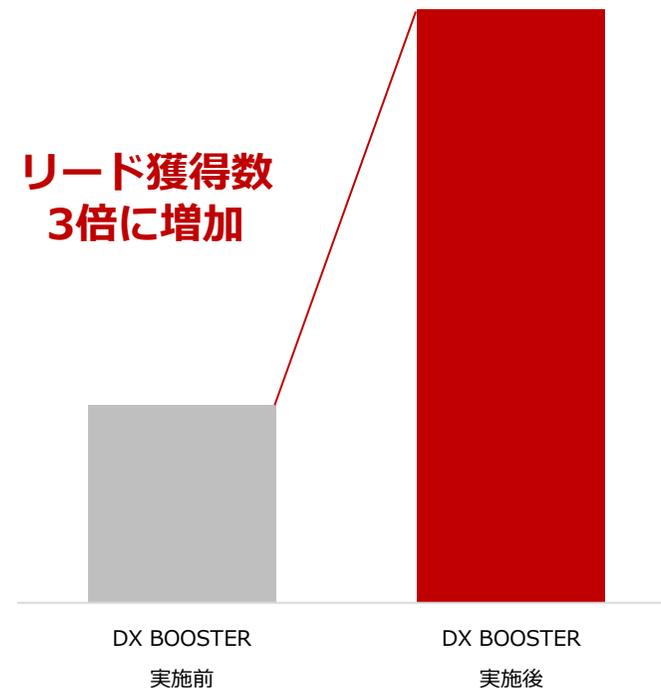
✔ DX BOOSTERに決めた理由

決め手は、Web広告運用だけにとどまらずLPの重要性を提示していただけた点と、**弊社の課題・状況に合わせた独自のプログラムを用意いただけるという点**でした。他社様の提案の多くはインハウス化のゴールがWeb広告運用の業務全般ができるようになることでしたが、シナジーマーケティングの提案では社内体制を整えるだけでなく、お問い合わせにつながったお客様の情報から改善策を考える方法などを提示いただいたことも魅力的でした。

<https://www.synergy-marketing.co.jp/showcase/merchant-s/>

DX BOOSTER実施後の成果

リード獲得数
3倍に増加



リード1件あたりの獲得単価（CPA）も75%削減

SCSK株式会社

“ 実践的なプログラミングで持続的に成長可能なサイトの構築・運用が実現 ”



1969年10月設立、コンサルティングから、システム開発、検証サービス、ITインフラ構築、ITマネジメント、ITハード・ソフト販売、BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）まで、ビジネスに必要なすべてのITサービスをフルラインアップで提供し、お客様のビジネス価値向上に貢献。

✔ 課題に感じていたこと

新規獲得、事業拡大ミッションのため、SCSKネットワークサービスフルラインアップでのデジタルマーケティング戦略が必要と考えていた、社内にマーケティングノウハウが存在していなかった。

✔ DX BOOSTERに決めた理由

デジタルマーケティングの上流工程からのサイト設計と、私たちの**実践での知見蓄積による戦略的なサイト立ち上げの実現、同時に社内のデジタル人材育成も図れるコンサルタント並走型支援**である点がこれからデジタルマーケティングを始める私たちには理想的と考え、導入を決定。

<https://www.synergy-marketing.co.jp/showcase/scsk/>

DX BOOSTER実施後の成果

Webサイト公開後のセッション数と
コンバージョン率の推移イメージ

■ セッション ■ コンバージョン率



セッション数だけでなく
それに伴ってコンバージョン率も
右肩上がりに推移

ターゲットとなる見込み客の
サイト訪問数が増加している

COMPANY

会社紹介

会社概要

名称	シナジーマーケティング株式会社
代表者	代表取締役社長 兼 CEO 奥平 博史
創業	2000年9月
資本金	90百万円 (2025年1月1日現在)
従業員数	265名 (2025年1月1日現在)
事業概要	デジタルマーケティング領域における、 クラウドシステム・コンサルティング・運用支援・ 人材育成サービスの提供、およびファンメディアの運営
大阪オフィス	〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島1-6-20 堂島アバンザ21F
東京オフィス	〒102-0083 東京都千代田区麹町6-6-2 番町麹町ビルディング5F WeWork 麹町
URL	https://corp.synergy-marketing.co.jp/



取引実績

規模を問わず多種多業種にわたり、約8,500件※の企業様のマーケティング活動をご支援しています

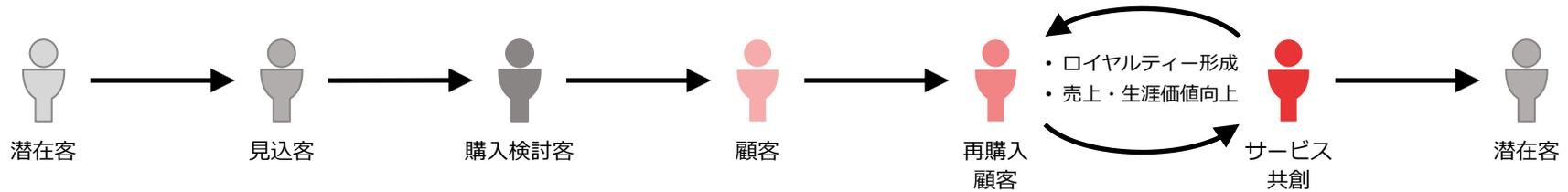


※順不同 ※提供するクラウドサービスの導入実績 (2025年1月1日現在)

デジタルマーケティングの各フェーズにて支援実績がございます



- 認知獲得
- 集客、リスト構築
- 商品理解促進
- ニーズ醸成
- 購入促進
- 成約率向上
- リピート促進
- 固定客化



集客

- 集客チャネル選定
- SEO対策
- コンテンツマーケティング
- リスティング広告
- ディスプレイ広告
- タイアップ広告

接客・獲得

- バリュープロポジションの価値コンテンツ化
- Webデータ分析
- UI/UX設計
- 情報/コンテンツ設計
- Webサイト構築・運用
- EFO
- CMS構築

CRM

- 顧客DBの設計・構築
- DB・顧客リスト管理
- コミュニケーション設計
- メールライティング
- HTMLメール作成
- キャンペーン運用
- リストを活用した広告配信
- LINE配信

ビジネス調査・顧客理解・検証

- 市場・競合調査(オーディエンス・定性調査)
- 顧客調査(定量、アンケート、インタビュー)
- バリュープロポジション、ジャーニーマップ
- KPI、KGI設計
- 自社調査(サイト、集客、競合比較)
- ビジネスフレームワーク(3C、STP、4P 等)
- ビジネスとデジタル技術の連動設計
- モニタリング
- 検証アプローチ設計/実施

企業の状況に合わせて デジタルマーケティングの基礎理解からも支援することが可能です



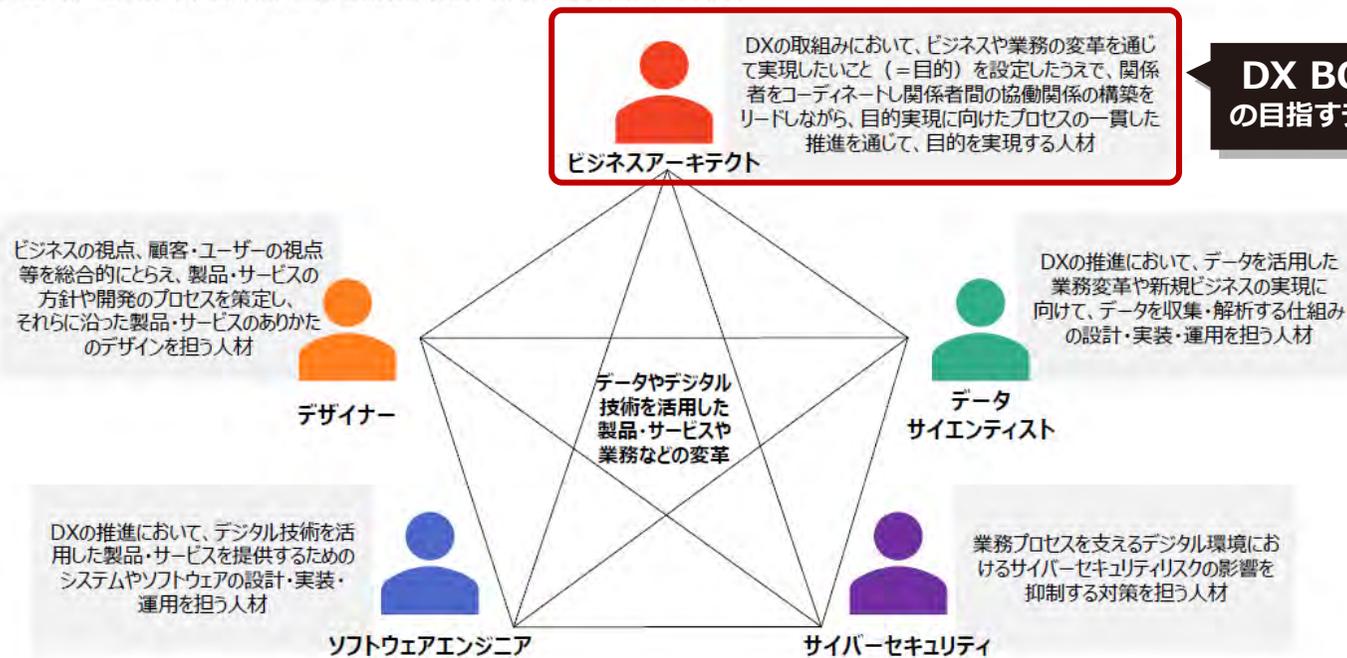
DX BOOSTERは**経済産業省が策定している「デジタルスキル標準」に準拠**

デジタル人材として定義された5つのタイプのうち、デジタルマーケティング実行における

「ビジネスアーキテクト」（目的の実現方法を策定した上で関係者をコーディネートし実現に導く）育成が対象となります

人材タイプの定義

- DXを推進する主な人材として5つの人材タイプを定義した。
- DXを推進する人材は、他のタイプとのつながりを積極的に構築した上で、他タイプの巻き込みや他タイプへの手助けを行うことが重要である。また、社内外を問わず、適切な人材を積極的に探索することも重要である。



※IPA 経済産業省策定「デジタルスキル標準」資料抜粋



本資料内の情報は、シナジーマーケティング株式会社に帰属します。
事前の承諾を得ること無しに、本資料のすべてまたは一部をいかなる形式、
いかなる手段によっても、複製・改変・再配布・転送等を行うことを禁じます。