

実戦ツール資料

失敗しない SNS運用代行・選定ガイド & 「発注依頼書 (RFP)」テンプレート

累計登録者 250万人超の運用実績から導き出した、
プロの提案を引き出す発注術



RFP TEMPLATE



PARTNERSHIP



CHECKLIST

なぜ今、SNS運用には「RFP(提案依頼書)」が必要なのか

× 「丸投げ」発注のリスク

- ⚠ 目的が曖昧なため、
「成果の出ない提案」を招く
- ⚠ 支援会社との認識のズレが発生し、
運用開始後にトラブルになりやすい
- ⚠ 評価基準がないため、
「安さ」だけで選んで失敗する

✓ 「RFPによる共創」のメリット

- 👉 目的を言語化することで、
支援会社の能力を120%引き出す
- 👉 自社の課題に最適化された、
精度の高い戦略提案を受けられる
- 👉 投資対効果(ROI)を最大化するための
「共通言語」として機能する

曖昧な発注は、失敗への最短ルートとなってしまいます。

【保存版】運用代行会社を見極める「5つの質問リスト」



1. 自社で実績(チャンネル等)を保有しているか？

「教える側」が自ら成功しているか。ノウハウの再現性を担保する唯一の証拠です。



2. 「作業」ではなく「戦略」の提案があるか？

単なる投稿代行ではなく、KGI(売上・採用等)から逆算した KPI設計が可能かを確認します。



3. データの透明性と分析の質はどうか？

数字の報告だけでなく、「次の一手」の提示があるか。インサイト分析の深さが成果を分けます。



4. 一気通貫で対応可能か？

企画・撮影・編集まで社内ですべて完結しているか。クオリティとスピードの担保に直結します。




5. SNS以外のマーケティングに精通しているか？

広告やサイト誘導など、全体設計の視点があるか。 SNSを単体で終わらせない戦略が必要です。




選定の極意: この 5つの質問への回答の「具体性」で、支援会社の真の実力が見えてきます。

RFPに盛り込むべき「必須 8項目」一覧

01  **背景・課題**
なぜ今SNSなのか、現状のボトルネックは何か。


02  **目的・目標**
達成したいKGI/KPIを数値で定義する。

03  **ターゲット**
誰に届けたいか(ペルソナ)を具体化する。

04  **予算範囲**
投資可能な金額のレンジを提示する。

05  **依頼範囲**
企画、制作、運用、分析のどこまで任せるか。

06  **スケジュール**
開始時期、契約期間、選定の期限。

07  **競合・参考**
ベンチマークするアカウントや理想のイメージ。

08  **評価基準**
何を重視して支援会社を選ぶかを明示する。

これらの項目が揃うことで、支援会社は「本気」の提案を出すことができます。

目的(KGI/KPI)の言語化: RFPの核となる「ゴール」の定義

認知拡大

KGI ブランド認知度・指名検索数

KPI インプレッション、リーチ、再生数

ファン化

KGI LTV向上・リピート率向上

KPI エンゲージメント率、保存数、コメント数

獲得・成約

KGI 売上高・リード獲得数

KPI リンククリック数、CV数、CPA

+ 採用

KGI 採用数・採用コスト削減

KPI エントリー数、認知度、DM数

支援会社が最も知りたいのは「何をもって成功とするか」という定義です。

ターゲット(ペルソナ)の具体化: 誰に届けるかを明確にする

デモグラフィック

- ▶ 年齢・性別・居住地
- ▶ 職業・役職・年収
- ▶ 家族構成・住居形態

サイコグラフィック

- ▶ 現在の悩み・解決したい課題
- ▶ 興味関心・趣味・価値観
- ▶ ライフスタイル・購買傾向

SNS利用シーン

- ▶ 利用する時間帯・頻度
- ▶ フォローしているアカウント
- ▶ SNSに求める情報の種類

ターゲットの「解像度」が、企画の「的中率」を左右します。

依頼範囲の明確化:コストと成果のバランスを最適化する

カテゴリ	主な業務内容	推奨される分担
 戦略設計	<ul style="list-style-type: none">▶ コンセプト立案・競合調査▶ KGI/KPI策定・運用方針決定	プロに一任 成果の土台となる最重要工程
 コンテンツ制作	<ul style="list-style-type: none">▶ 画像・動画の撮影および編集▶ 投稿文(キャプション)作成	ハイブリッド 素材提供は自社、加工はプロ
 運用・管理	<ul style="list-style-type: none">▶ 投稿作業・スケジュール管理▶ コメント返信・DM対応	自社 or プロ コスト抑制なら自社対応も可
 分析・改善	<ul style="list-style-type: none">▶ 月次レポート作成・インサイト分析▶ 定例会議・次月施策の提案	プロに一任 PDCAを回し成果を最大化



「戦略」と「分析」をプロに任せることで、投資対効果(ROI)は劇的に向上します。

自社のリソース状況に合わせて、制作や運用の範囲を柔軟に調整しましょう。

支援会社が「提案しやすい」RFPの書き方: 良い提案を引き出すコツ



現場の「リアルな悩み」を
隠さず共有する

過去の失敗事例や、現在の手詰まり感を正直に伝えましょう。支援会社は「何が課題か」が明確なほど、本質的な解決策を提示しやすくなります。



予算を「相談」ではなく
「範囲」で提示する

可能な投資額のレンジを明示することで、支援会社はその予算内で「最大化できる成果」を逆算して提案できるようになります。



評価基準を
事前に開示する

「戦略性」「制作力」「費用」など、何を重視して選定するかを伝えましょう。提案の焦点が絞られ、比較検討の精度が劇的に向上します。

RFPは単なる依頼書ではなく、支援会社の「創造性を引き出す招待状」です。

選定時の「比較マトリクス」活用術：客観的な評価基準の作り方

 戦略性: KGI/KPIへの納得感

 制作力: クリエイティブの質

 分析力: 改善提案の具体性

 費用対効果: 成果予測の妥当性

 相性: 担当者の熱量・信頼感

評価項目	A社	B社	pamxy
戦略性	○	△	◎
制作力	△	◎	◎
分析力	○	○	◎
費用対効果	○	△	◎
相性	○	○	◎
総合評価	B	C	S

 定量・定性の両面からスコアリングすることで、社内決裁の説得力が格段に高まります。

pamxyのRFP対応:なぜpamxyは「期待以上」を提案できるのか



自社運用データに基づく「勝てる」根拠

累計250万人の自社運用で得たリアルなアルゴリズム解析データを提案に反映。机上の空論ではない、再現性の高い戦略を提示します。



「戦略的RFP」への深い理解

お客様の課題の本質を突き、KGIから逆算したKPI設計を提案。RFPの行間を読み、潜在的なニーズまでを網羅した解決策を構築します。



提案段階からの具体的な改善案提示

「契約後」ではなく「提案時」から具体的な企画案や改善ポイントを提示。pamxyのコミットメントの質を実感いただけます。

自社SNS累計登録者数

250万人超

圧倒的な実績が裏付けるノウハウ

私たちは、お客様の RFPを「最高の成果」へと昇華させるパートナーです。

■ 詳細記事・無料個別相談のご案内



さらに詳しく知りたい方へ

自社に最適な媒体と戦略の立て方を、
専門記事で徹底解説しています。
ぜひ合わせてご参照ください。

[詳細解説記事はこちら](#)



プロによる無料診断

pamxyではSNS運用代行について
個別相談を随時受け付けております。
お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ

SNSマーケティングを「確実な投資」にするために。
まずはプロの視点を取り入れることから始めませんか？

■ 会社概要



社名 株式会社pamxy (pamxy inc.)

代表者 代表取締役 CEO 西岡 拓真

所在地 東京都港区北青山一丁目3番1号
アールキューブ青山3階

事業内容 SNSマーケティング事業
IP事業
自社メディア事業

公式サイト <https://pamxy.co.jp/>