

SaltedStone

ウェブサイト リニューアル

作業範囲と契約内容

目次

3	はじめに
6	戦略
15	注意事項と条件
16	料金と期間
17	チームのご紹介
18	顧客事例
21	オフィス所在地
22	会社概要
24	お客様の声
25	推薦者様のご紹介

はじめに

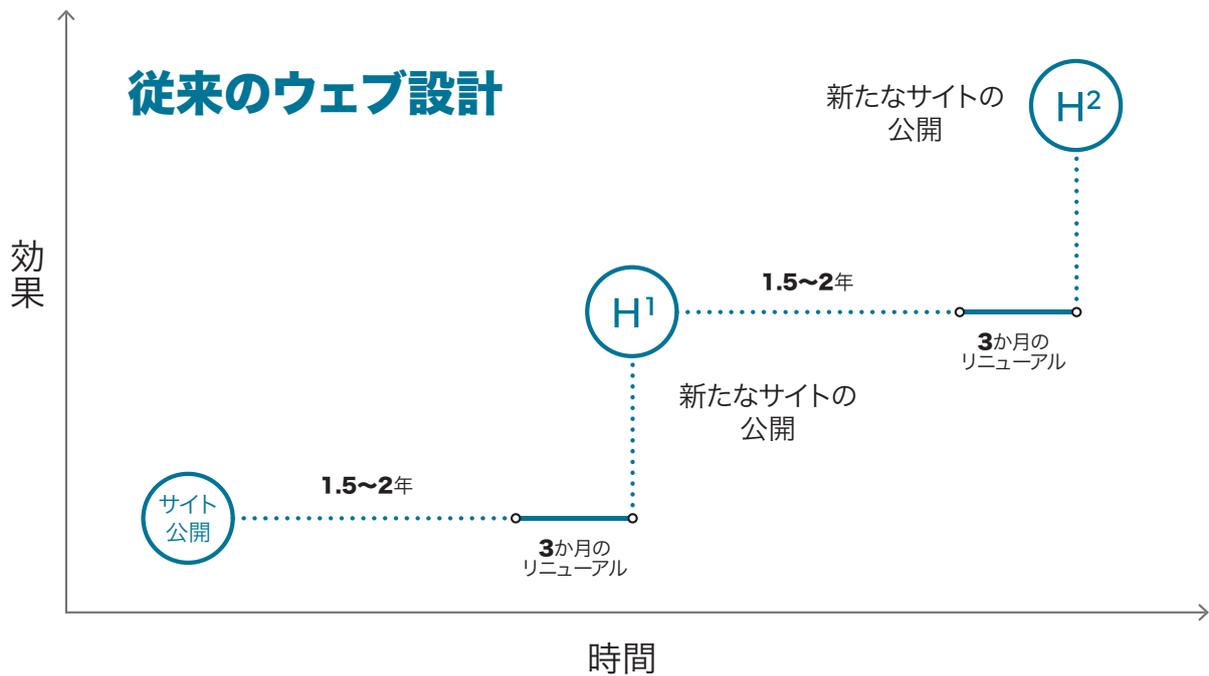
Salted Stoneは、テクノロジー業界の皆様にご提供している高品質のウェブサイトも多くご提供しています。また、元ハブスポットのシニア サポート エンジニア2名とCOS認定開発者6名を擁しているため、HubSpot COSプラットフォームの活用方法についても熟知しています。

今回COMPANY NAME様がウェブサイトのリニューアルされるにあたって、当社が少なからずお役に立てるものと確信しております。つきましては、提案書をご用意させていただきましたので、ぜひお目通しのうえ、ご検討いただければ幸いです。

また、Salted Stoneでは、ウェブサイトのリニューアルと並行して、マーケティング計画を策定してプロフェッショナルとして実行に移すことで、COMPANY NAME様のビジネス成長を支援します。戦略的なインバウンド マーケティング プログラムを通じて、訪問者がたどるすべてのフェーズ（惹き付けて、見込み客に転換し、顧客化し、満足させる）で成果を出すことを目指します。

Salted Stoneが最終的に目指すのは、COMPANY様の信頼されるパートナーとなり、また貴社チームとなって、さまざまな観点からマーケティングインフラストラクチャとして機能し、お客様が幅広いビジネス目標を達成できるようすることです。

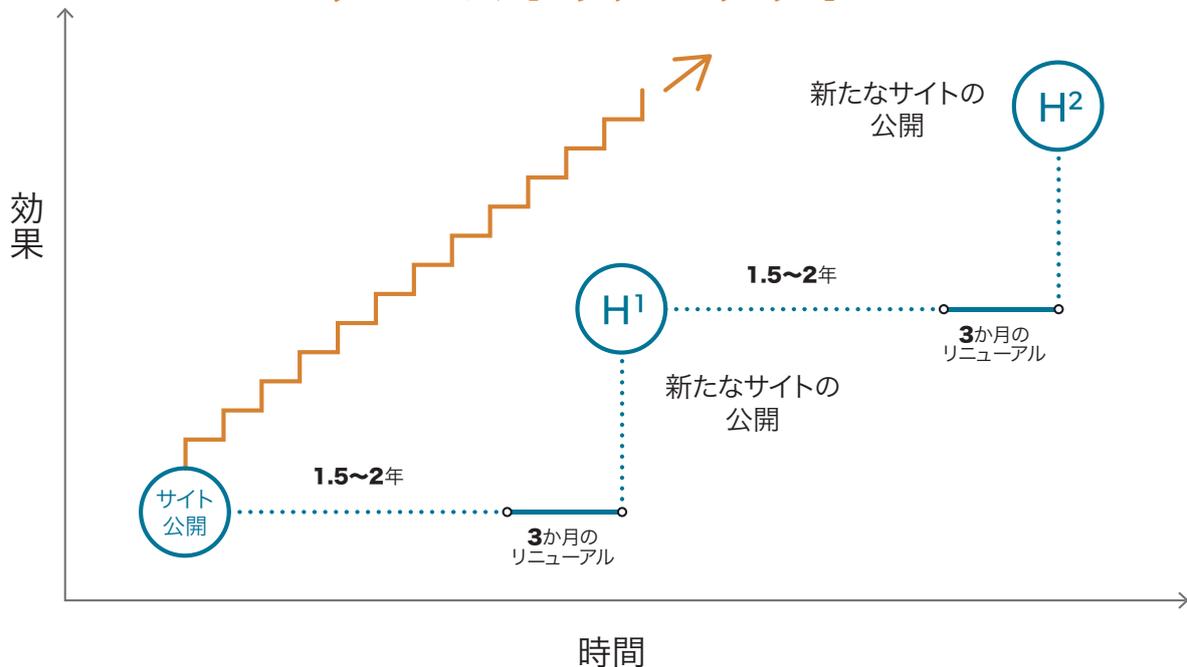
ウェブサイトとインバウンド マーケティング プログラムを併せて活用すれば、相乗効果が期待できます。これを踏まえて、Salted StoneはCOMPANY様のウェブサイトのリーン開発およびアジャイル開発のアプローチでリニューアルします。そうすることで、従来のウェブサイト設計のプロセスにつきものだった数多くのリスクを最小限に抑えられるだけでなく、COMPANY NAME様のウェブサイトが、繰り返し再利用可能な進化し続けるマーケティングプラットフォームとして活用できるようになります。



従来のウェブサイト設計のアプローチは、約3か月間の新規開発サイクルを数年おきに立ち上げて、そのたびに新たなウェブサイトを開発するというものでした。しかし、Salted Stoneがご提案するのは、グロース ドリブン デザイン (GDD) という革新的な方法です。GDDでは、アジャイル手法によってデータに基づいたウェブサイト開発を行い、適応性と柔軟性を念頭に置きながらサイトを構築することに重点が置かれています。

こうしたアプローチの背景にあるのは、流行や根拠のない仮説を判断材料にウェブサイトを開発することは避け、データに基づくことでリスクを緩和しようという考えです。意思決定を下すときには、流行に左右されてしまい、その判断によって将来どのような影響があるかをしっかり認識していないことも少なくありません。サイトが公開された後に成果の分析を行ったとしても、時既に遅く、プロジェクトを設計段階にまで戻すことはできないのです。

従来のウェブ設計 とグロースドリブン デザイン



GDDの3本の大きな柱

- ◆ **リスクを最小限に抑える** - データに基づいて、継続的に意思決定を行っていきます
- ◆ **継続的に学習し、改善する** - サイトを静的なものを見なすのではなく、データを基に動的に変更を加えます
- ◆ **マーケティングやセールスとの間で情報を共有する** - 設計プロセスで得た情報をマーケティングやセールスの活動にも活かします

その結果、ウェブサイトは進化し続けて、データを基に仮説を検証しながら段階的に構築されていくことになります。さらに、機能改善を通じて入手した情報を共有することで、マーケティング部門やセールス部門の経験や知識を広げたり、逆に彼らの経験や知識をウェブサイトに活かしたりすることが可能になります。

この方法を取ることで、COMPANY様のビジネス目標の達成にウェブサイトがより大きな力を発揮できるようになると共に、これまでウェブサイトのリニューアルにつきものだったリスクを最小限に抑えられるようになります。

戦略

リニューアルプロジェクトに取り掛かるには、まず以下の事項について確認します。



目標とペルソナ - COMPANY様が実現したい目標について考えます（ウェブサイトによってビジネスにどのような効果をもたらしたいのか、なぜそれが重要なのか？ ウェブサイトを訪問するのはどのような人たちか、また、COMPANY様がやり取りする相手はどのような人たちか？）。



ウェブサイトと分析情報の検証 - COMPANY様に関する分析データを定量的に解析して、現行ウェブサイトでのオーディエンスの行動を把握します（訪問者はファネルのどの段階で離脱しているか？ サイトのどの部分がオーディエンスの興味を引いているか？ 現行サイトの既存ユーザーはどのような課題を抱えているか？）。



ユーザーエクスペリエンスの調査 - 代表的なペルソナに合致するユーザーに、どのような種類のウェブサイトコンテンツが最も効果的かご意見を伺います。



基本となる仮説 - ここまでの確認内容に基づいて、バリュープロポジションや、ウェブサイトへの訪問理由、流入経路、抱えている課題などについて、基本となる仮説を立てます。



グローバル戦略とページ単位での戦略 - 上記の基本となる仮説に沿って、ウェブサイト全体の戦略とページごとの戦略が立てられます。



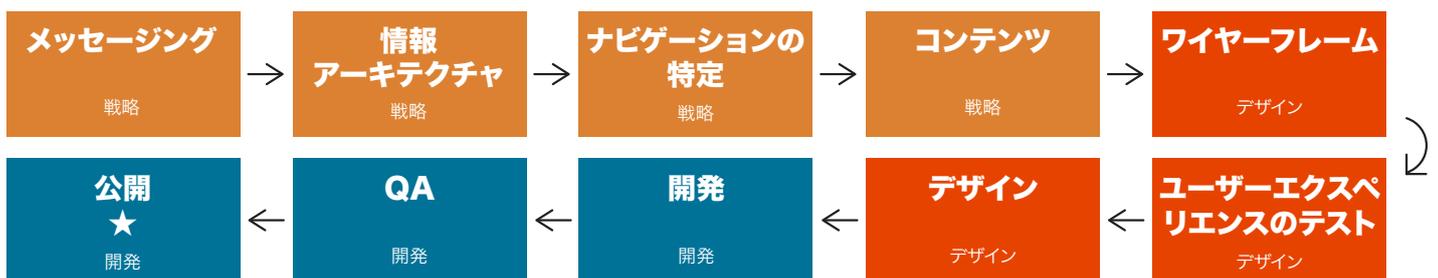
ブレインストーミングでウィッシュリストを作成 - 調査段階を終えて、ペルソナや目標などをしっかりと把握し、ミクロとマクロの両面から戦略を策定したら、COMPANY様とSalted Stoneはウェブサイトのページ、セクション、機能など、理想のウェブサイトに盛り込みたいアイデアや仕様について、包括的なウィッシュリストを作成します。ウィッシュリストに挙がるアイデアの大半は、既に提案依頼書にも記載されているかもしれませんが、この戦略プロセスでそれ以外にもたくさんのアイデアが発見できる可能性があります。

ローンチ パッド ウェブサイト

ブレインストーミングでウィッシュリストを作成し、盛り込みたいすべての機能を書き出したら、COMPANY様とSalted Stoneは、ウィッシュリストの項目について「80対20の法則」に当てはまるもの（つまり、80%のビジネス効果をもたらす20%の項目）はどれかを検討します。

当てはまる項目をピックアップしたら、優先順位を付けて、ウェブサイトの公開に不可欠なものを特定します。そうして選ばれた機能は、ローンチ パッド ウェブサイトに組み込まれることになります。

この段階で、ローンチ パッド ウェブサイトの作成に向けて、最初のスプリントが開始されます。基本的な流れは、次のようになります。



基本となる仮説を検証するために必要なデータをどのように収集するか、ローンチ パッド ウェブサイトの開発サイクル期間の中で検討します。

ローンチ パッド ウェブサイトの最大の目的は、ウェブサイトを迅速に公開して、データに基づいた改善に着手できるようにすることです。

グロース ドリブン デザイン

ローンチ パッド ウェブサイトが完成したら、ウィッシュリストの残りの項目について考えます。ウィッシュリストの項目は通常、次のような4つの大まかなカテゴリに分けられます。

コンバージョン率の向上	ユーザーエクスペリエンスの強化	ユーザーに合わせたパーソナライゼーション	マーケティング資産の形成
コンバージョンポイント ユーザーパス バリュープロポジションのテスト スプリットテスト	ナビゲーション ブログのレイアウトなど ユーザーインターフェイスの強化 モバイルエクスペリエンス	パーソナライゼーション 関心事に応じて デバイスや国・地域に応じて 行動履歴に応じて	ツール マーケティングリソース 名簿やリスト SEOのための資産

ウィッシュリストの中の活動項目について、基本となる仮説を立てて評価を行い、ウェブサイト反映していく順序を決めます。仮説では、影響を受ける (a) ペルソナと (b) ページを特定し、(c) 取り組もうとしている項目の現状と (d) 取り組み後の想定される状態を明確します。そして、(e) 期待される効果と (f) その期待を裏付ける理由についても明らかにします。

仮説A

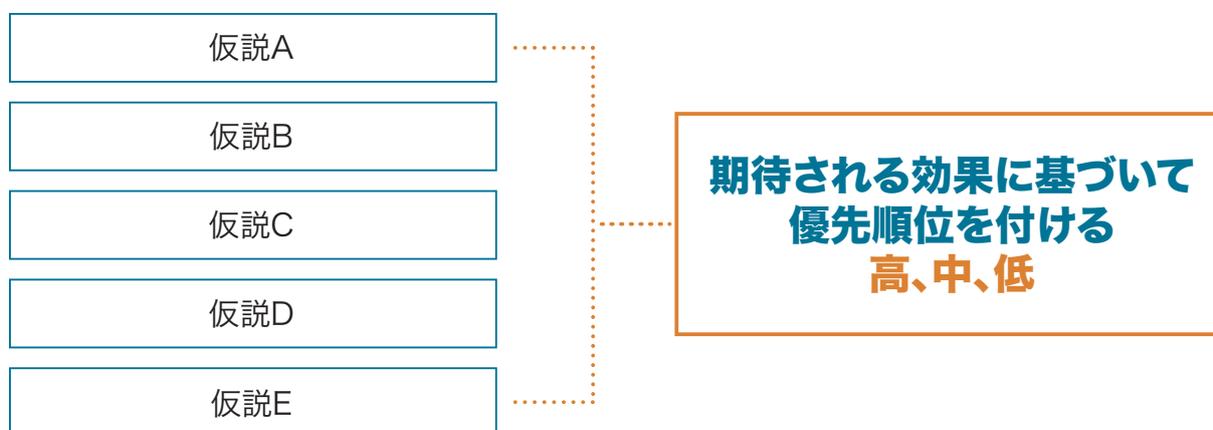
「マーケティング担当者のMary」が「料金ページ」を訪問した場合、「企業向けの料金」を「見積もりを依頼」に変更した方が、「このページにおけるMQLへのコンバージョン率が10%向上」します。

「調査または過去に正しいと認められた推測」に基づいて、この仮説が有力だと考えます。

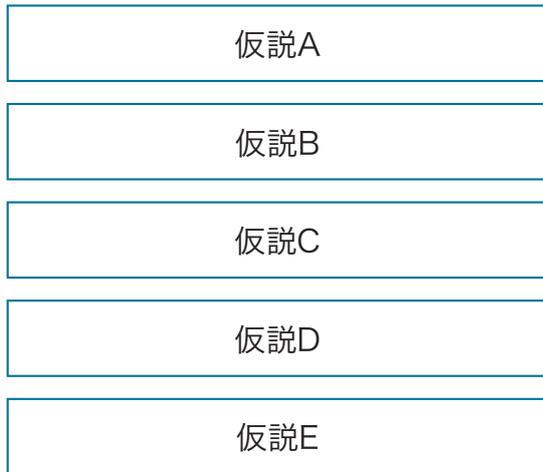
ローンチ パッド ウェブサイトが完成したら、ウィッシュリストの残りの項目について考えます。ウィッシュリストの項目は通常、次のような4つの大まかなカテゴリに分けられます。

- ◆ 期待される効果
- ◆ 影響を受ける測定指標（測定の対象となるもの）
- ◆ 必要な取り組み
- ◆ 完了の定義（効果を確実に測定するため）

まだ完了していないウィッシュリスト項目すべてについて、これらを特定します。ウィッシュリストのすべての活動項目を特定して、仮説を立てたら、予想される効果に基づいて優先順位を付けます。



そして、ウィッシュリスト項目を月々のスプリントサイクルに組み込むかどうか評価します。スプリントサイクルは、ウェブサイトユーザーの観点からウェブサイトの効果を継続的に高めていくことを目指し、ユーザーを中心に据えて検討します。各サイクルの始まりは、計画フェーズです。ここでは、ウィッシュリストのまだ着手していない活動項目の中から、今回のサイクルで取り組む項目を選びます。項目が決まったら、開発フェーズで活動項目を実行に移します。そして、実施した作業についてデータを収集し、学習フェーズで仮説の検証を行います。さらに、最後の伝達フェーズで、学習した情報をマーケティング部門やセールス部門と共有して、プロセスや業務手法全体の改善につなげます。どのスプリントサイクルにも、計画、開発、学習、伝達のフェーズが含まれます。



計画フェーズ

- ◆ 取り組もうとしている項目の効果と目標を比較する
- ◆ 必要に応じて、追加のデータ収集や調査を実施する
- ◆ ブレインストーミングでウィッシュリストを更新する
- ◆ 効果、取り組み、測定指標、完了を定義する
- ◆ スプリントサイクルの優先順位を付ける

開発フェーズ

- ◆ スプリントの活動項目を実施する
- ◆ 共同で作業を完了する
- ◆ 検証用の追跡作業を準備する
- ◆ マーケティングキャンペーンを作成する
(変更後のサイトにユーザーを呼び込むため、必要に応じて実施)

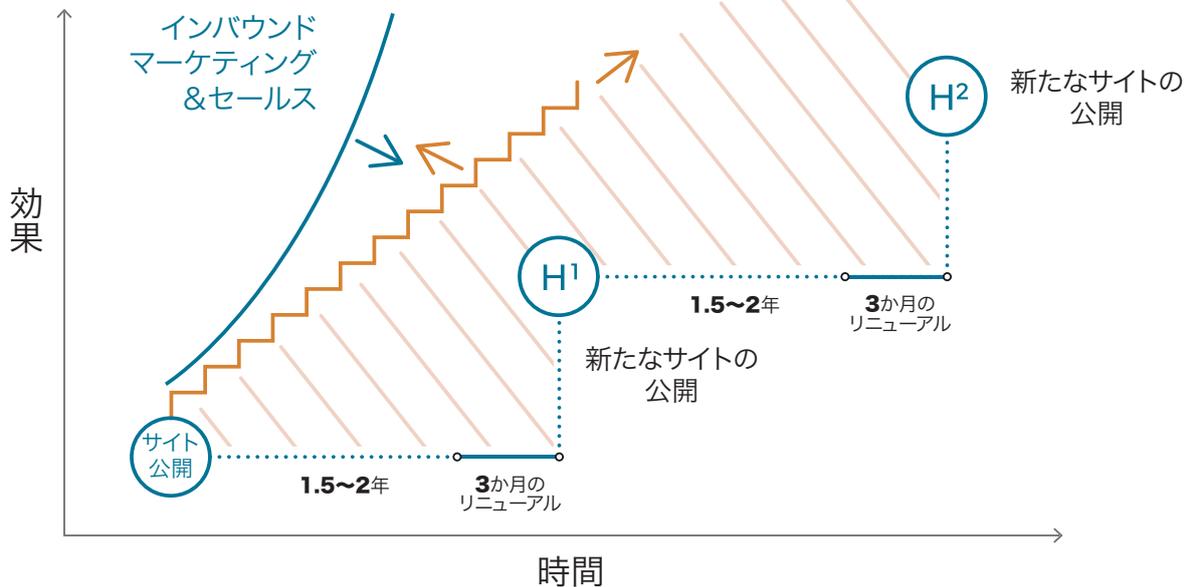
学習フェーズ

- ◆ 実験を行う
- ◆ データについて検討する
- ◆ 仮説を検証する
- ◆ 学習した内容を報告する

伝達フェーズ

- ◆ 学習した情報を共有して、マーケティング活動やセールス活動の向上に役立てる
- ◆ 推奨事項をまとめる
- ◆ 他のチームにも情報を伝える

従来のウェブ設計 とグロースドリブンデザイン



インバウンドマーケティング

Salted Stoneでは、COMPANY NAME様のビジネス成長を後押しする戦略的なインバウンド マーケティング プログラムを開発し、ご提供したいと考えています。このプログラムは、訪問者を惹き付けて、見込み客に転換し、見込み客を顧客化し、顧客の離脱率を抑える（または生涯価値を高める）ことに注目したものです。参考になる魅力的なコンテンツを提供することで、定着率向上に主眼を置いたキャンペーンを実施します。

インバウンド手法は、4つの独立したフェーズから構成されます。私たちの戦略では常に、両社が最も効果が高いと判断したフェーズに力を入れて取り組みます。



インバウンド マーケティング プログラムは、設定と管理の2つのフェーズに分けられます。

設定

設定フェーズでは、大きく分けて次のような4つのワークフローが並行して実施されます。

- ◆ **戦略** - ペルソナ、キャンペーン計画、コンテンツマップ、ワークフロー、リードスコアリングなど
- ◆ **デザイン** - ランディングページ、資料レイアウト、Eメールテンプレートなど
- ◆ **コンテンツ** - 関連資産、Eメール、ソーシャルメディアへの投稿など
- ◆ **テクニカル** - ランディングページ、リスト設定、プラットフォームの統合、サイトの統合など

Salted Stoneは、インバウンド マーケティング プログラムを通じてCOMPANY様の業績向上を後押しできるように、2か月間にわたって各種の設定作業を行います。2か月間の設定フェーズに締めくくりに、HubSpotを使用してCOMPANY様の最初のキャンペーンを実施します。

設定フェーズには以下のような活動が含まれます。

- ◆ COMPANY様と協議のうえ、SMARTの原則（Specific：具体的、Measureable：計測可能、Attainable：達成可能、Relevant：関連性がある、Time limited：期限付き）に沿って目標を定める。
- ◆ バイヤーペルソナを作成する。
- ◆ 各ペルソナのライフサイクルステージ（認知、検討、意思決定など）ごとに有効なコンテンツオファーを検討する。
- ◆ 最初のコンテンツオファーに関するキャンペーン計画を策定する。
- ◆ 最初のコンテンツオファーのドラフトとレイアウトを作成する。
- ◆ 関連するランディングページ、ブログ、CTA、画像などを設計、展開する。
- ◆ Eメールテンプレートを設計、作成する。
- ◆ 可能ならCRMと統合する。
- ◆ 最初のマーケティングセグメントを作成して、ナーチャリングを重視したEメールワークフローを作成、統合する。
- ◆ SEO（検索エンジン最適化）のためのキーワード調査を実施する。
- ◆ SEO監査を実施する（デザインおよびテクニカル）。
- ◆ オンページSEOの推奨事項を取り入れる。
- ◆ 必要に応じて現行ウェブサイトと統合する。
- ◆ 最初のキャンペーンを開始する。

インバウンド マーケティング プログラムは、設定と管理の2つのフェーズに分けられます。

継続的な管理

継続的な管理作業は、その時々ニーズに応じて柔軟に実施されますが、基本的には以下のような作業が想定されます。

- ◆ レポート作成とキャンペーン最適化を毎月実施する。
- ◆ オーガニック検索を対象に最適化されたブログ記事を毎週2件投稿する。
- ◆ キャンペーン計画に従って、ソーシャル メディア プロモーションを毎日実施する。
- ◆ プレミアム コンテンツ オファー (eBook、ケーススタディー、ホワイトペーパーなど) を四半期に1本作成する。
- ◆ 特定の目的のための一括送信Eメールを毎月1通作成する。
- ◆ 関連するCTA、ワークフロー、セグメント別リストなどによるナーチャリングキャンペーンを毎月1件実施する。

Salted Stoneは、インバウンド マーケティング プログラムを通じてCOMPANY様の業績向上を後押しできるように、2か月間にわたって各種の設定作業を行います。2か月間の設定フェーズに締めくくりに、HubSpotを使用してCOMPANY様の最初のキャンペーンを実施します。

管理フェーズに含まれる活動は、お客様のニーズの変化によって変動します。COMPANY様が目標に沿った成果を上げられているか、または何らかの追加対応が必要かを考慮しながら、2週間または1か月間のスプリントごとに活動内容が決定されます。

Salted Stoneでは、COMPANY様のご担当者様にご協力いただきながら、インバウンド マーケティング プログラムに関するモニタリング、管理、最適化、レポート作成を行います。インバウンド マーケティング プログラムは、「ポイントベース」のシステムを中心として構成され、常に変化し続けるお客様の業務環境にすばやく柔軟に対応できるようになっています。

各活動には、推定の作業時間ではなく、それによって得られる価値に応じて固定のポイントが割り当てられるので（ブログ記事なら3ポイントなど）、お客様はその月に提供されるサービス内容をしっかりと把握できます。また、作業時間に基づく料金モデルでは、代理店の効率が良くないために余計な料金が生じてしまう場合もありますが、ポイント制のシステムならそのリスクを回避できます。

個々のプロジェクトを完了するまでにどれだけの時間がかかっても、ポイントの総数は変わらないので、お客様はコストに見合ったメリットを確実に得られます。

ポイントの割り当ては、各スプリントの開始時に、合意済みの作業範囲に基づいて定義されます。これによって、より効果的かつ正確に予測や計画を立てられるようになります。

ポイントは、インバウンドマーケティングに関連するあらゆる種類の活動に対して割り当てることができます。毎月、利用可能なポイント数の割り当てを計画し、途中で追加対応が必要になった場合には、割り当てを再検討します。

以下に、代表的な活動と、それに割り当てられるポイント数を示します。すべての活動を網羅することはできませんし、ポイント数も各活動の実際の作業範囲に応じて変動するので、ここでは一般的なものをご紹介します。

種類	活動	ポイント	ポイント加算
Eメール	一括送信Eメール	2	1件ごと
	リードナーチャリングを目的とした3部構成のEメール	6	1件ごと
ソーシャル	スケジュールに基づくソーシャルメディアへの投稿（15件）	2	1件ごと
	ソーシャルモニタリングおよびエンゲージメント	4	1か月ごと
ウェブサイト	ウェブサイトの管理	内容に応じる	1件ごと
	コンテンツのアップロード	1	1件ごと
	ランディングページ	2	1件ごと
コンテンツ	プレミアムコンテンツ（eBookなど）	30	1件ごと
	ブログ記事	3	1件ごと
キャンペーン	ワークフロー	3	1件ごと
	リストの作成	4	1件ごと
	キャンペーンの作成	1	1件ごと
戦略	リードスコアリング	8	1か月ごと
	月次レポートおよび計画の策定	8	1か月ごと
	キャンペーンの管理	8	1か月ごと

1か月ごとにスプリントを設定するという私たちのアプローチでは、インバウンドマーケティングのさまざまなフェーズにおけるその時々ニーズに柔軟かつ積極的に対応していくことを重視しています。各スプリントでは、SMARTな目標の達成に向けて、両社が最も効果的だと考える活動に焦点を当てて取り組みます。

注意事項と条件

フロントエンドサイトは、HubSpot COSで開発され、メンテナンスと更新の大部分をお客様側で実施できるように構築されます。

サイトは、指定のタッチポイントに従って、マーケティングソフトウェア プラットフォームに確実に統合されます。

ウェブサイトのコピー文はすべてお客様からご支給いただけます。各ページのテンプレートを設計するには、コピー文が必要です。Salted Stoneは、この作業範囲内において限定的な編集管理を行います。

サイトは、デスクトップ、縦型タブレット、スマートフォンの3種類のデバイスを対象としたレスポンスデザインで設計されます。

IE9以上、Firefox、Chrome、Safari、Opera、iOS、Androidとのブラウザ互換性が確保されます。

Salted Stoneは、お客様と円滑かつ一元的にコミュニケーションが行えるように、プロジェクト管理インターフェイスを提供します。

お客様には、アカウントマネージャーが割り当てられます。このアカウントマネージャーはSalted Stone側の担当者との主要な連絡窓口として、特に通知のない限り（また妥当な理由によって例外が認められる場合を除き）、営業日の24時間以内あらゆるお問い合わせに対応するものとなります。

Salted Stoneは、デザイン、主要機能、操作性、メンテナンスなどの要件を明確にするため、契約期間を通して窓口となる担当者を定める必要があります。この担当者は、（妥当な理由によって例外が認められる場合を除き）プロジェクトについての疑問点に営業日の48時間以内に回答し、システムの設計や関連する意思決定を行う権限を持つものとなります。

Salted Stoneは、プロジェクト完了日より30日間の猶予期間内に報告された、この契約の範囲に含まれるバグや問題点に対して、パッチやバグ修正プログラムを提供します。プロジェクトの範囲に含まれないバグ、または猶予期間を過ぎたバグの修正は、すべてお客様の責任で実施されるものとなります。

Salted Stoneは、安全な完成品を提供するように努力しますが、技術進歩が急速に進む中で、完成品のセキュリティが侵害されないことを保証するものではありません。Salted Stoneは、強力なパスワードを利用し、標準的なセキュリティ対策を遵守することをお勧めします。お客様は、ソフトウェア更新プログラムの適用状況を追跡するすべての責任を負うものとします。

Salted Stoneは、別個のサードパーティーまたはお客様の社内チームに起因する遅延や瑕疵に関して、何らの責任も負うものではありません。

Salted Stoneは、進行中のプロジェクトのコードファイルおよびデザインファイルについて、バックアップを社内保管するものとします。このバックアップシステムは、お客様が利用することを目的としたものではなく、この契約期間中におけるコードの保存を目的としたものです。Salted Stoneのバックアップシステムでは十分な冗長性が確保されていますが、その動作を保証するものではなく、また、お客様が作成したいかなるコンテンツを保護するものでもありません。お客様は、完成品や関連する全データのバックアップと復元に関して、あらゆる責任を負うものとします。

料金は、請求書の日付より30日以内に全額をお支払いいただきます。

契約期間は12か月間です。

いずれの当事者も、契約開始より6か月以降であれば、30日以上前までに書面により通知することで、本契約を取り消すことができます。お客様が本契約を取り消す場合は、当該月の料金に加え、30日間分の料金を日割り計算でお支払いいただきます。ただし、解約料金を追加でお支払いいただく必要は一切ありません。

料金と期間

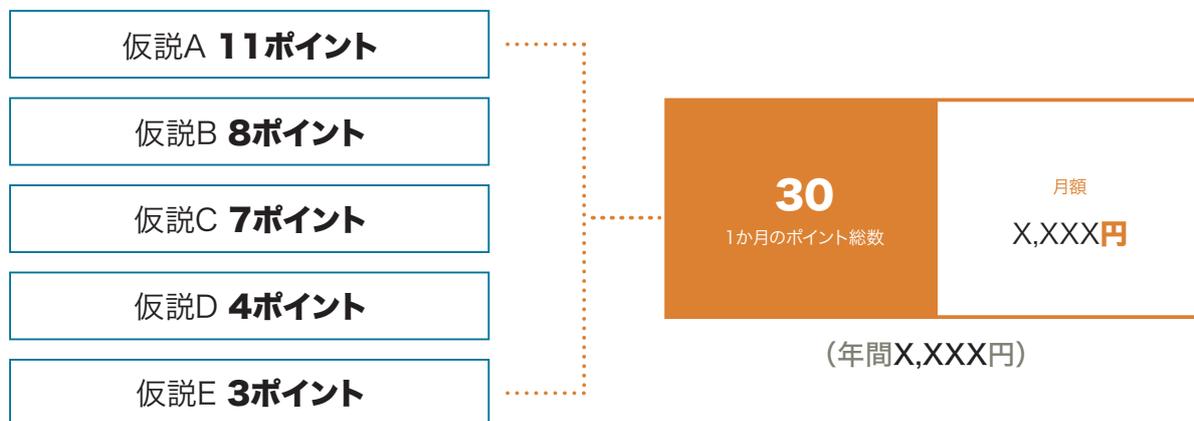
グロス ドリブン デザインの月額料金	x,xxx円 (年間xx,xxx円)
インバウンドマーケティングの月額料金	x,xxx.xx円 (年間xx,xxx円)

ローンチ パッド ウェブサイトの作成には、約45営業日が必要です。

毎月のスプリントサイクルは、ポイントベースシステムで構成されます。以下に詳しくご説明します。

- ◆ グロス ドリブン デザイン - 月額x,xxx円 = 1か月あたり30ポイント
- ◆ インバウンドマーケティング - 月額x,xxx円 = 1か月あたり40ポイント
- ◆ 仮説や活動のポイントは、それぞれに必要なリソースに応じて設定されています。
- ◆ 各スプリントの計画フェーズでは、利用可能なポイントの総数を考慮しながら、ウィッシュリストの中から実施する項目を選択します。こうして選ばれた項目が、そのスプリントで実施されることになります。

グロス ドリブン デザイン



チームのご紹介

Salted Stoneのチームは、クリエイティブ、テクノロジー、マーケティングの各分野の担当者14名で構成されます。以下に、今回のプロジェクトに携わる各部署のチームリーダーをご紹介します。

担当者の氏名

専門知識やスキルを記載

顧客事例

Salted Stoneは、テクノロジー業界の皆様にご高品質のウェブサイトをご提供しています。その大部分がB2Bのお客様です。これまで手掛けてきた事例の一部をご紹介します。



INCENTIVE

incentive-inc.com



VOREX

vorex.com



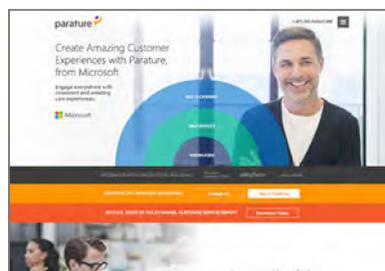
CONNOTATE

connotate.com



MAGPI

home.magpi.com



PARATURE

parature.com

当社は多岐にわたる分野で実績を重ね、
業界を問わず幅広い技術力を発揮しています。



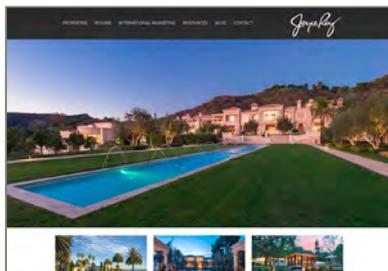
サンタアニタパーク競馬場
santaanita.com



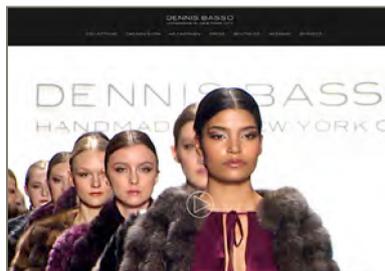
WEDGEWOOD
wedgewood-inc.com



GROSSMAN LAW
injuryrelief.com



JOYCE REY
joycery.com

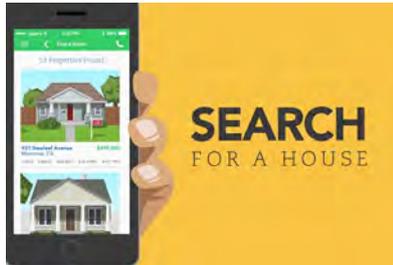


DENNIS BASSO
dennisbasso.com



GLOBECON FREIGHT
globeconfreight.com

さらに、関連事業として、製品マーケティング用の動画やデモ動画など、さまざまなタイプの動画作成も手掛けています。



NEW LEAF (0:30)



MYDIGITALSHIELD
(2:00)

ヘルメスアワード受賞



VOCUS (0:60)

テリーアワード受賞



NEEBULA (2:30)



STARVIEW (1:30)



GROSSMAN LAW
(0:30)

テレビコマーシャル



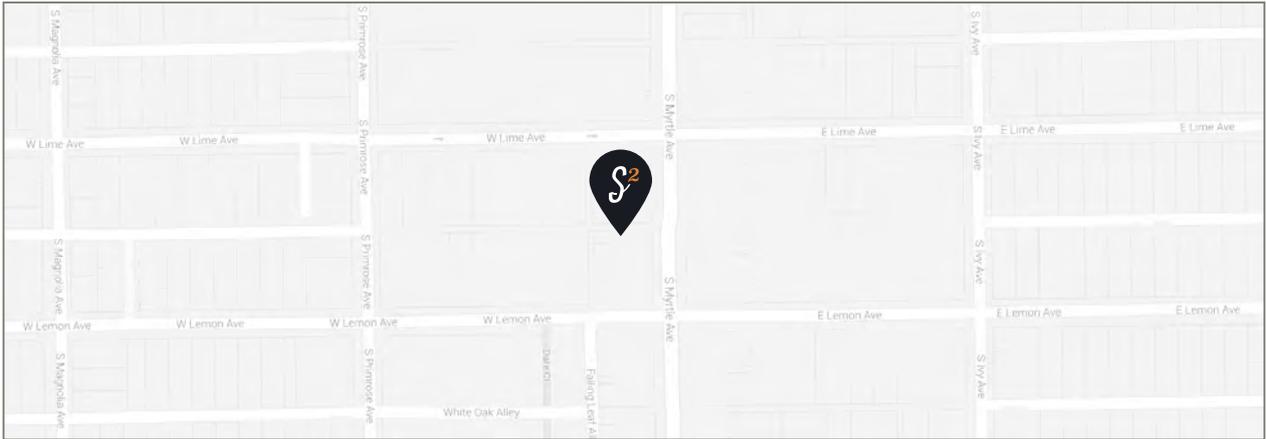
PURCHASE GREEN
(0:30)

テレビコマーシャル

オフィス所在地

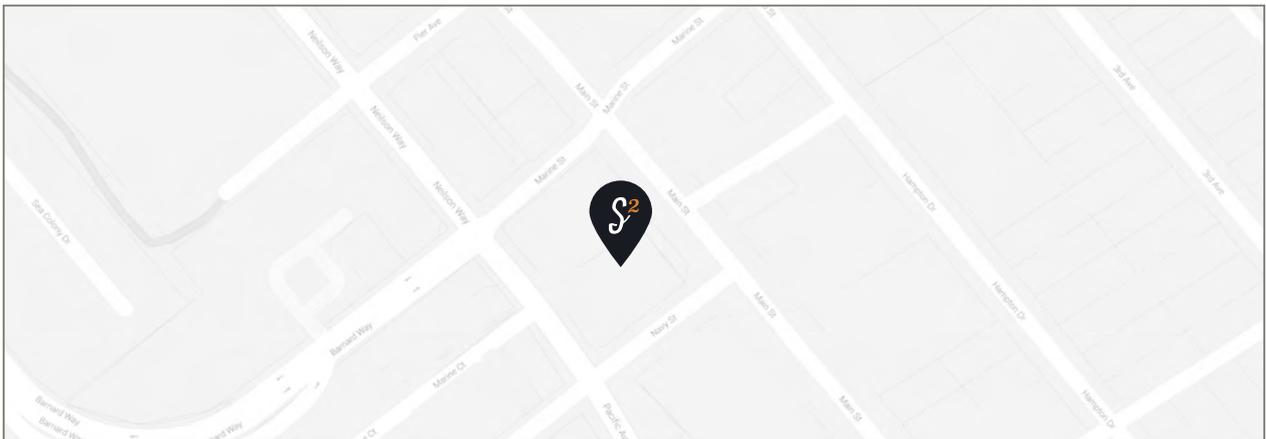
本社

419 S Myrtle Ave. | 2nd Floor | Monrovia, CA 91016



サテライトオフィス

3110 Main St. | The Annex | Santa Monica, CA 90405



会社概要

Salted Stoneは、包括的なサービスを提供し、
数々の受賞実績を誇る代理店です。

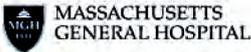
ハブスポットのプラチナパートナーとしても認定され、
地域のリーダー企業や国際的ブランドなど200社を超えるお客様に
サービスを提供しています。



受賞歴



お客様企業

お客様の声

「Salted Stoneは最高です。知識豊富なSalted Stoneのサポートがなければ、Neebulaが1億ドルで買収されることはありませんでした。ウェブはわが社の顔であり、それがバイヤーを惹き付ける力になったのです。Salted Stoneは、コンテンツ管理サービスだけでなく、インバウンド手法に基づいたウェブサイトの最適化も手掛けてくれました。最適化の効果で獲得できたMQLは、全体の36%にも上ります。いくら感謝してもしきれません。本当に最高のチームです！」

- Neebula、CMO、Bob Johnson氏（同社は、2014年7月にServiceNowにより買収）

「Salted Stoneは、短い期限の中で質の高い仕事をしてくれるので、まるでわが社が唯一の顧客であるかのような錯覚に陥ります。確実に言えるのは、同社が仕事の品質に誇りを持っていること、そしてクリスマスパーティーにかける熱意が桁外れだということです」

- サンタアニタ競馬場、ニューメディア担当ディレクター、Andrew Arthur氏

「これほどクリエイティブなチームと仕事したのは初めてです。仕事に確固たるプライドを持っており、当社の提案するアイデアを驚くほど注意深く検討してくれます。そして、アイデアを実行に移すべきタイミングをわかまえているだけでなく、アイデアを実現させる手腕にもびっくりさせられます。この会社は間違いなくお勧めです」

- Med School Tutors、クリエイティブマーケティングおよびビジネス開発担当ディレクター、David Schulman氏

「Salted Stoneには、非常に限られた時間の中で技術的に難しいカスタムブログの実装をお願いしました。マイクをはじめとする担当者たちは、こちらが示したモックアップにきわめて忠実に、しかもいずれの機能も犠牲にすることなく完成させてくれました。ぜひまた一緒に仕事をしたいと考えています」

- Mavenlink、マーケティング担当ディレクター、Keith Weissglass氏

「Salted Stoneと契約を交わした当初、当社はきわめて高度な目標を掲げていました。言ってしまうと、別のマーケティング代理店のプロジェクトが失敗に終わったせいで、ブランドの再構築を30日間で済ませなければならなかったのです。そのような状況で、Salted StoneはHubSpotとの完全な統合を実現してくれただけでなく、大規模なカンファレンスで当社が予定していたソフトウェアソリューションの発表に間に合うように、ウェブサイトやロゴ、デザイナーによるパンフレット、ブースのディスプレイなど、さまざまなものを刷新してくれました。印刷が必要なものもあったため、さまざまなことを記録的なスピードで成し遂げる一方で、時間をかけてコミュニケーションを図りながら作業を進め、ブランドの再構築を無理なく展開できるよう支援してくれました。Salted Stoneのメンバーは、だれもがすばらしいの一言に尽きません。クライアントのビジネス全体に大きな成果をもたらすために、チームが丸となって全力で取り組んでくれます」

- Vorex、ビジネスおよびチャネル開発担当SVP、Stuart Selbst氏

推薦者様のご紹介

推薦者様の氏名

役職

会社名

Eメール

電話番号

推薦者様の氏名

役職

会社名

Eメール

電話番号

推薦者様の氏名

役職

会社名

Eメール

電話番号

推薦者様の氏名

役職

会社名

Eメール

電話番号