

## 浜松市デジタル・マーケティング戦略（案）の策定について

### 1 背景・目的

- ・本市は、令和元年10月に「デジタルファースト宣言」を行い、都市づくり、市民サービス、自治体運営の3分野を中心にデジタルの力を最大限に活かし、持続可能な都市づくりを推進している。
- ・また、インターネットやスマートフォンの爆発的普及により、情報を収集する媒体が紙からデジタルに変化しており、プロモーションや地域住民に対する広報等について、ターゲットに応じ、デジタルと非デジタル（紙や対面等）を組み合わせ効果的に推進することが求められている。
- ・今後、プロモーションのデジタルファーストとして、伝える戦略「3（制作）：6（伝達）：1（検証）」等を全庁的に取り組むための指針として、「デジタル・マーケティング戦略」を策定するもの。

### 2 デジタル・マーケティング戦略の概要

《戦略の構成》

#### I 戦略の背景、位置づけ

#### II 戦略の5つの柱

II-1 ターゲットに合わせたデジタルの活用【デジタル比率】

II-2 作る(3)：届ける(6)：分析する(1)【サーロインの法則】

II-3 事業の組立とターゲット等の設定【6W2H／ターゲット設定】

II-4 データに基づいた計画・実行・検証・改善【PDCAサイクル】

II-5 データ共有による効果的なプロモーション【データ共有】

#### III 体制の構築と人材育成

### 3 戦略策定スケジュール

- ・令和3年3月 策定