

【日経BP社媒体横断特別企画】

<オフライン>日経ビジネス・日経デジタルマーケティング・日経ビッグデータ

<オンライン>日経ビジネスオンライン・日経デジタルマーケティング



# “勝ち組”企業の施策。

## マーケティング&セールス Special Report

日経BP社メディアリソースを活用した  
貴社サービスのプレゼンス向上及びリード獲得施策のご提案

他社先行特別ご提案資料

ターゲットメディア株式会社

# 企画の概要

国内トップクラスの認知度を誇るビジネス誌の信用力を活用し、**貴社サービスの認知向上と同時にリード獲得に結びつく特別マーケティング施策をご提案いたします。**



## <想定効果>

### ①プレゼンスの向上

国内の中堅・大手企業の**経営層、およびマーケティングまたは営業を管轄するマネジメント層**に対して**読者視点の記事\***を通じてリーチできます。

※日経BP社スタッフが貴社サービス取材・記事制作を行い、同梱メディアに掲載いたします。

### ②リード(見込客)獲得

取材を通じて製作して記事データとホワイトペーパー、日経BP社のオンラインサイト、マーケティングメディアに転載し、**貴社サービスに対して関心を持つ対象者のリード獲得を保証**いたします。

### ③ホワイトペーパーの制作・提供

掲載記事とは別に取材を通じて、貴社のターゲットリードを惹きつけるホワイトペーパーを制作し、ご提供いたします。制作したホワイトペーパーは、**自社サイトにおいてもリード獲得やハウズリストに対する配信**することでリード獲得に結びつけることが可能です。

### ④信頼性の高いセールスツールを入手

掲載見本誌を500部献本致します。本誌を**営業ツール**または**自社セミナーにおける配布**などセールスシーンにおいてもご活用いただけます。

# 本企画の展開スキーム

日経デジタルマーケティング、日経ビッグデータ、日経ビジネスの定期読者 約58,000名へ同封する「マーケティング」と「セールス」の実践活用をコンセプトにした特別マガジン。同マガジンの広告記事コンテンツはオンライン上でも展開し、WPダウンロードを通じたリード獲得につなげます。

## OFFLINE (定期購読者への同封)

### 日経 Digital Marketing マーケティング

同封部数約:4,000部

SNS、O2O、ビッグデータなど、現在のマーケティングにおいて欠かすことのできないデジタル活用の企業の取り組み、業界動向、成功・失敗事例をお伝えしています。

### データ活用で成長戦略を描く 日経 BigData ビッグデータ

同封部数約:4,500部

国内外のビッグデータ成功事例や失敗事例、示唆に富むケーススタディ、データの特性や価格・取引条件、第一線の専門家の視点など、ビッグデータ活用情報をお届けします。

### 日経ビジネス

同封部数約:50,000部 (セグメント)

主要ビジネス誌で「23年連続 読者数No.1」を実現し多くの経営者・役員・会社幹部から支持を得ている国内最大級ビジネス誌。

## 特別マガジン Marketing & Sales Special Report

Marketing & Sales  
Special Report  
2015

## ONLINE (コンテンツ転載&リード獲得)



- 記事コンテンツ転載
- 企画ページ誘導

各誌Webサイトでのメルマガや  
ターゲティングメールなどの誘導を実施

### マーケティングメディア

- 記事コンテンツ転載
  - 企画ページ誘導
- オプトインメール:2回  
run of networkバナー:1ヶ月  
完了画面スクリーン:1ヶ月

# 同梱マガジン概要

## 『マーケティング&セールス Special Report』

～競争時代を生き抜くためのマーケティングとセールスの施策を公開～

「実践活用」をコンセプトに、過去に掲載されたマーケティングまたは営業活動において注目先進企業の事例記事や、最新のキーワード解説を紹介。マーケティング及び営業を管轄するマネジメント層の読者に対して届けます。

### <媒体概要>

『日経デジタルマーケティング』 『日経ビッグデータ』

『日経ビジネス』（経営者・営業・マーケティング部門×企業規模×役職セグメント送付）の定期購読者に同梱。

- 発行元 : 日経BP社
- 企画協力・広告営業 : ターゲットメディア株式会社
- 判型・頁数: A4変型版 / ページ数: 56ページ(予定)
- 誌面構成  
【編集記事ページ】 26P程度  
【TU広告記事ページ数】 22P(総論ページ2P含む)

### <配布の内訳>

- ・『日経デジタルマーケティング』 定期購読者 約4,000部
- ・『日経ビッグデータ』 定期購読者 約4,500部
- ・『日経ビジネス』 定期購読者 約50,000部

※各誌実名送付

マーケティング部門・営業部門の意思決定層の読者が多い3媒体に同梱されます。





# 編集タイアップ広告記事概要

広告主サイドからの一方方向の情報発信ではなく、読者の立場にたったコンテンツページを日経BP社の企画編集チームが作成いたします。



## ■読者に深い洞察と理解を提供します

本企画では、貴社のサービス・ソリューション、事例を委嘱ライターが取材し、第三者的な視点による記事スタイルで紹介することによって、読者の理解と共感を引き起こします。貴社のプレゼンス向上や、事業・サービスの営業活動・PR活動にもご活用いただけます。

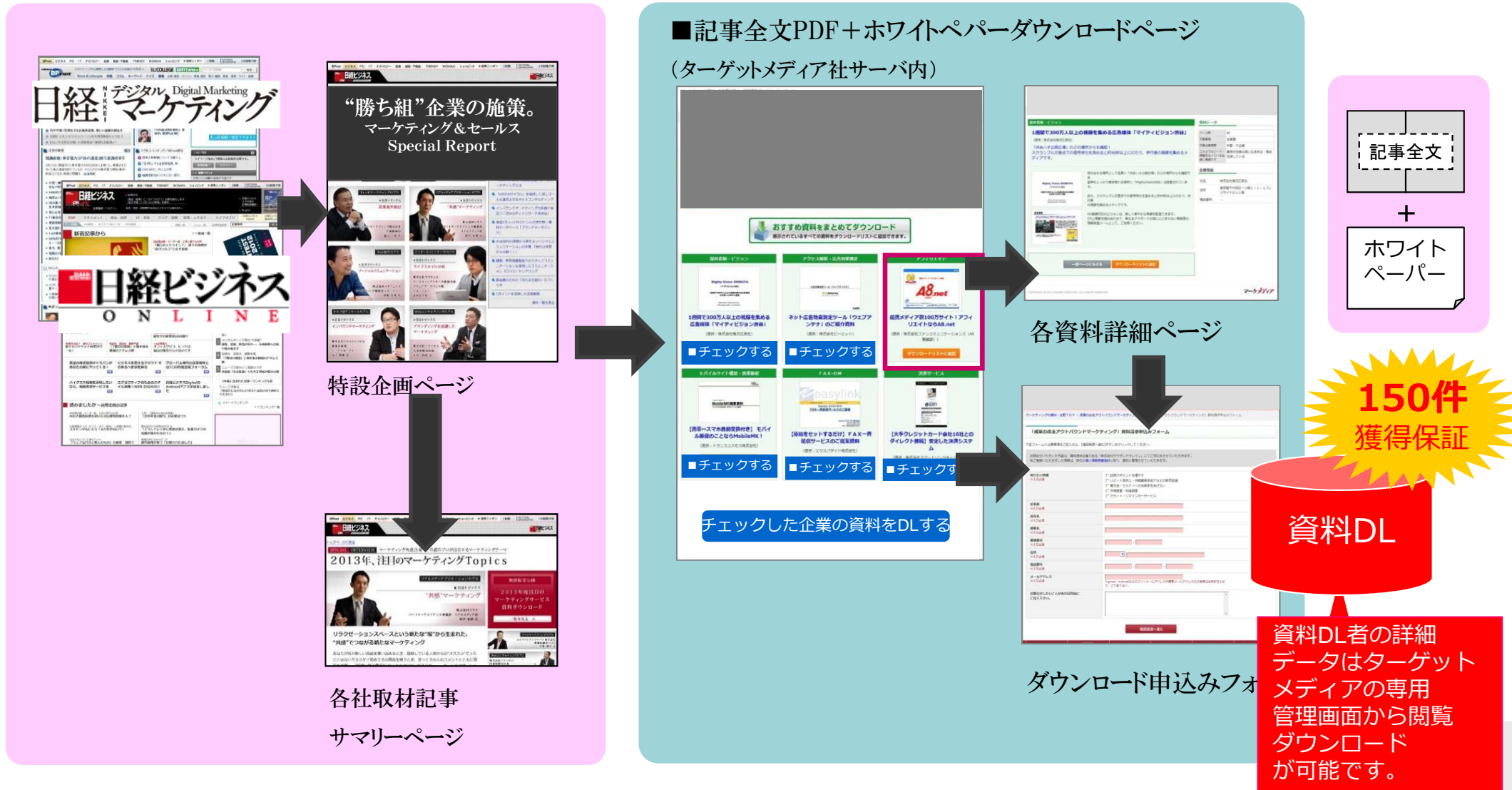
## ■二次利用も可能です

営業活動や展示会での配布、リクルート用など様々なシーンで二次利用が可能です。

構成：テキスト2,000～2,500字程度、写真・図版3～4点程度  
※上記誌面はイメージです。実際の制作仕上がりとは異なりますので予めご了承下さい。

## ②オンラインの展開イメージ

取材記事サマリーをオンライン上でも展開し、  
ホワイトペーパーダウンロードによるリード獲得もサポートします(150件の獲得保証付き)。



# オンラインリード取得項目

- 会社名(\*必須)
- 部署名(\*必須)
- お名前(\*必須)
- 電話番号(\*必須)
- メールアドレス(\*必須)
- 役職(\*必須)※プルダウン選択(\*必須)
- 業種(\*必須)※プルダウン選択(\*必須)
- 従業員数(\*必須)※プルダウン選択(\*必須)
- 導入に関してどのような役割を担いますか? ※プルダウン選択(\*必須)
- ダウンロードする資料はどのような目的で読まれますか? ※プルダウン選択(\*必須)
- 製品・サービスの導入時期(予定)についてお選び下さい。 ※プルダウン選択(\*必須)

+

- オリジナルアンケート
- ※(単一選択形式 or 複数選択形式)
- ※オリジナルアンケートは「自由記述形式」は不可となります。
- ※オリジナルアンケートは1つまでとなります。

# オンラインの誘導枠について

「日経デジタルマーケティング」「日経ビジネスオンライン」の誘導枠から告知していきます。

※告知枠・スケジュールは予告なく変更になる場合がございますので、予めご了承下さい。

## 【告知予定枠】

### ■日経デジタルマーケティングオンライン

### ■日経ビジネスオンライン

メニュー	表示形式	掲載期間/配信回数	掲載量
ビジネストレンド	ローテーション	2ヶ月	20,000,000imp想定
注目のビジネストレンド	ローテーション	2ヶ月	6,000,000imp想定
スーパーバナー	ローテーション	2ヶ月	1,000,000imp保証
日経ビジネスオンラインメール 2行お知らせ	メルマガ	8回	780,000通/1回
日経デジタルマーケティング 2行お知らせ	メルマガ	8回	4,000通/1回
アクティブ・ターゲティングメール 【抽出条件】日経デジタルマーケティングWEB サイト登録者	ターゲティングメール	4回	10,000通/1回
アクティブ・ターゲティングメール 【抽出条件】日経ビジネスオンラインWEBサイ ト登録者	ターゲティングメール	2回	50,000通/1回
<b>期間合計</b>			<b>89,572,000</b>



# 貴社特別料金(先行ご提案企業様10社限定価格)

## 250万円(税抜き)

<上記に含まれるもの>

- 編集記事広告掲載(見開き2P・取材・制作費含む)
- 編集TU記事の抜き刷りPDFデータの提供(各誌ロゴ入り)

※使用期間:無制限 / 使用範囲:広告主HP (他メディアでの掲載は不可)

- オンライン企画サイトへの記事広告掲載+リード獲得(150件保証)

※日経ビジネスオンライン×日経デジタルマーケティングオンライン、マーケティングメディア同時掲載

※ホワイトペーパーダウンロードによるリード獲得

- オンラインレポート提供

広告主様のオンラインタイアップのPV、UU、滞在時間などのレポートに加え、特設サイト全体のアクセス情報ならびにコンテンツ閲覧者(ログインユーザー)の属性レポートの提出

- 掲載誌提供(500部) ※純広告枠掲載のみの企業様は10部となります。

- ホワイトペーパー制作×1種

## 純広告枠

■表2ページ：130万円（税抜き）

■表3ページ：120万円（税抜き）

■表4ページ：150万円（税抜き）

# スケジュール

<発行日(同梱発送日)> 2015年6下旬~7中旬発送

■日経デジタルマーケティング:6月25日号(6月22日)

■日経ビッグデータ:7月10日号(7月7日)

■日経ビジネス:6月29日号~7月20日号(6月26日~7月17日)

<各種締切>

**申込締切** … **2015年5月9日(金)**

タイアップ記事の取材 … 2015年4月中旬~5月25日に取材完了

純広告の入稿 … 2015年6月12日(金)

<企画協力・広告枠(独占)販売>

ターゲットメディア株式会社

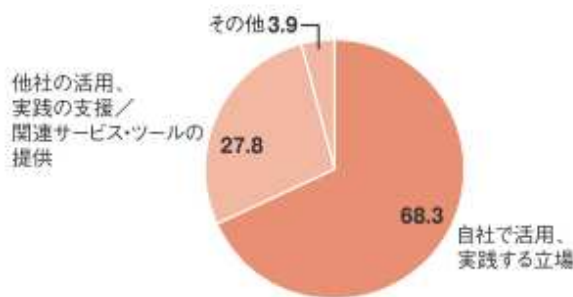
〒160-0004 東京都新宿区四谷4-1 細井ビル2F TEL:03-5312-6833 FAX:03-5312-6834

# 【参考】メディア概要

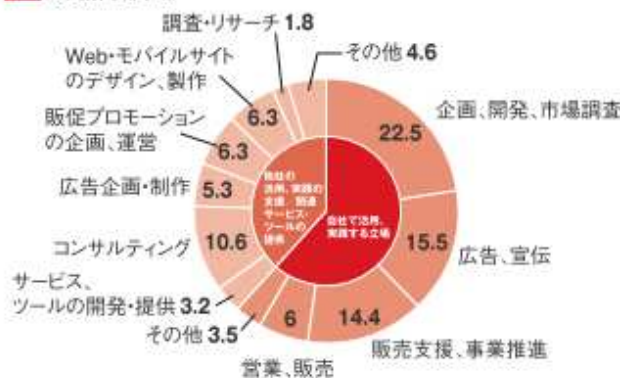
※今回は特別に日経デジタルマーケティングメールマガジンからも誘導

雑誌『日経デジタルマーケティング』の中核読者は、デジタル技術を使ったマーケティング戦略を立案する責任者と実務担当者。モノが売れない時代に、最先端のマーケティング手法を経営戦略にどう活かすべきかを、具体的な先進事例を基に解き明かす新メディア。Web、雑誌、セミナーという3つのアプローチで、より速く、より深く、より分かりやすく、気になる情報を提供する。

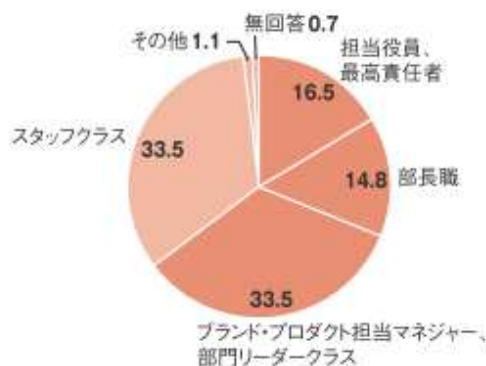
## 1 ユーザー企業がほぼ7割 マーケティングに対する立場



## 2 デジタル技術を使ったマーケティングに関するあらゆる業務をカバー 業務内容 (%)



## 3 役職者が約2/3 役職 (%)



## 4 読者は導入決定に深く関与 ネットマーケティング関連製品・サービスの選択や導入への関与 (MA)



- ① ユーザー企業7割
- ② デジタルマーケティングに関するあらゆる業務をカバー
- ③ 役職者2/3
- ④ 読者は導入決定に深く関与

# 【参考】メディア概要



日経ビジネス オンライン ~Web時代のビジネスリーダーのための、  
日経ビジネスのWebサイト~



パワーリーダーのためのビジネスコミュニティ

<http://business.nikkeibp.co.jp/>

雑誌『日経ビジネス』のDNAを継承し、経営・経済に関わるニュースや解説に加え、金融サービス、技術・IT、国際分野、さらにソーシャル分野にも重点を置き、ネットのスピード感で深い解説記事を提供。  
登録会員数約170万人の属性を把握。企業の意思決定者であり高い購買力を持つパワーリーダーです。サイト滞在時間は約9分、コンテンツ満足度は85.4%。

月間ページビュー数	31,026,965
月間ユニークユーザー数 ※	2,928,277

## ■内訳

トップページ	ページビュー数
1,740,436	
分野	ページビュー数
経営・マネジメント	9,115,023
政治・経済	1,099,108
IT・革新	1,038,388
アジア・国際	3,563,048
ライフサプリ	3,926,731
環境・エネルギー	244,795
分野合計	18,987,093

※ユニークブラウザ数をカウントした数字です。

◆2014年11月実績(サイトカタリスト調べ)



# 会社概要



ターゲットメディアは、広告・マーケティング・IT業界の新規見込み客の開拓を支援する、マーケティングパートナーです。

## 会社概要

代表取締役 佐竹 正臣  
資本金 1,000万円  
役員 取締役 内藤 真一郎  
株主 (株)ファインドスター 代表取締役社長  
佐竹 正臣  
本社所在地 株式会社ファインドスター  
〒160-0004  
東京都新宿区四谷4-1 細井ビル2F  
TEL : 03-5312-6833  
FAX : 03-5312-6834

## 事業領域

BtoBに特化した見込み客リストの獲得支援事業

- ① プラットフォームサイトを活用した新規顧客獲得支援  
・広告・マーケティング資料のデータベースサイト  
「マーケメディア」の企画・開発・運営  
・経営蘭略ITソリューション分野に特化したデータベースサイト「ビジネスアナリティクスメディア」の企画・開発・運営
- ② イベント・セミナーを活用した新規顧客獲得支援  
・広告・マーケティング業界の商談会の主催・運営  
・専門セミナーの企画・開催

◎ 広告に関するお問合せ・ご相談はこちら ◎

**TEL : 03-5312-6833 9:30~19:00**