



編集部がポイントを解説！ TechTargetジャパン ホワイトペーパーレビュー X リーグル

分析を始めるその前に—— 成果を生み出すためのデータ活用基盤構築術 (仮)

実施期間：2015年6月22日（月）～8月21日（金） お申込み締切：2015年5月28日（木）

分析を始めるその前に—— 成果を生み出すためのデータ活用基盤 構築術を知る

日々生成されてくる様々なデータを活用することは以前から行われていることですが、近年その機運が高まり、いかにビジネスにデータ分析結果を生かすかということが、今まで以上に求められています。BIやBAツールへの関心が高まっていることもこの裏付けと言えるでしょう。

しかし、現場の課題はデータ分析以前の段階にあるのではないのでしょうか。量を問わず、社内各所に点在するデータを利用した業務を行っている担当者であれば、その大半の方が、データの統合、連携、品質、精度などの問題に一度は直面していると思われます。

これら「データそのものの質」が低ければ、データ分析に掛かる時間や労力も大きく、場合によっては間違った結論を導く可能性も否定できません。

本企画では、データ分析の前工程に効果を発揮するIT製品／サービスに関するホワイトペーパーを集め、TechTargetジャパン読者に編集部の視点を交えながらわかりやすく紹介していきます。



Point 1

ホワイトペーパーで情報収集をしている関心が高い読者に対して、最適な方法で本特集を告知

Point 2

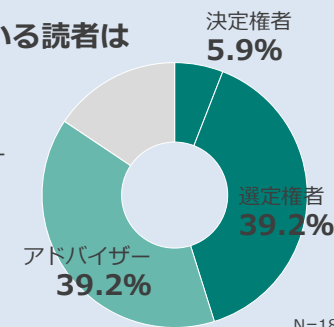
貴社ホワイトペーパーのポイントをTechTargetジャパン編集部がわかりやすくレビュー

Point 3

特集のターゲット読者に対して本特集と貴社ホワイトペーパーをメールで案内し、優先的にプロファイル化

ホワイトペーパーを利用している読者は 製品選定のキーマン

TechTargetジャパンが2014年7月に実施した読者調査では、ホワイトペーパーダウンロードサービスを利用しているユーザー企業に勤める読者の84.4%が、製品導入に関わっていると回答。45.2%は決定権、選定権を持つキーマンであり、ホワイトペーパーで情報収集をしている読者への訴求は重要と言えます。

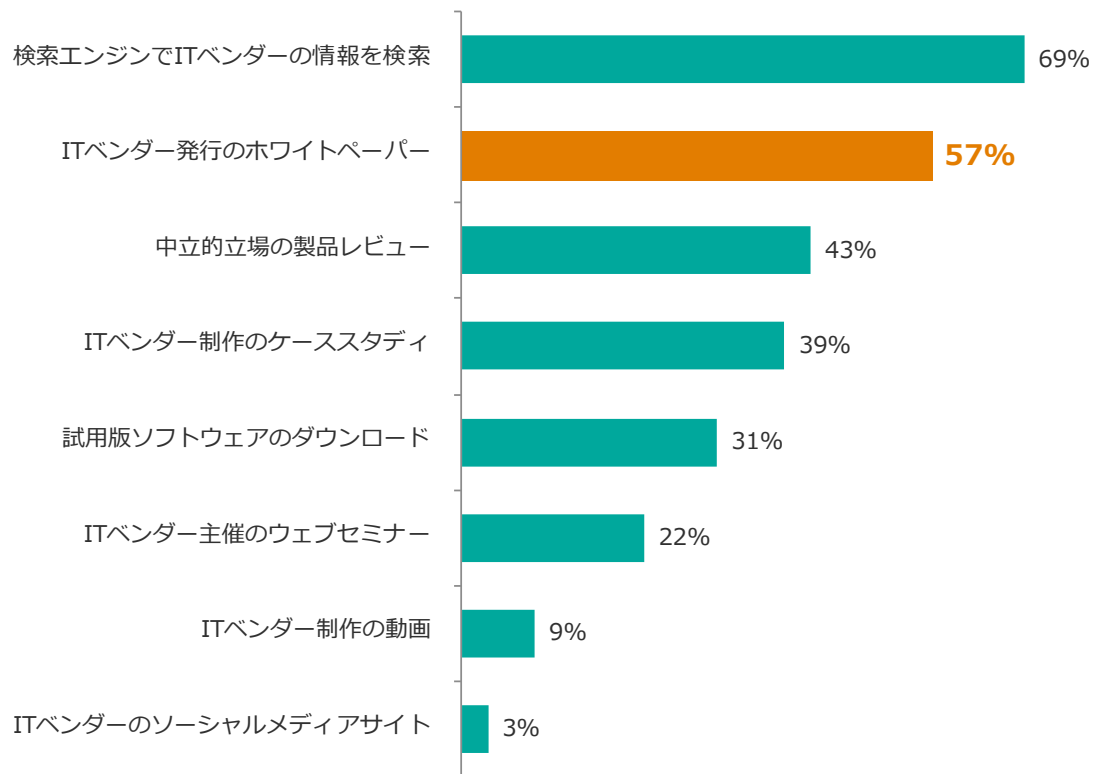


ホワイトペーパーがIT製品導入に果たす役割

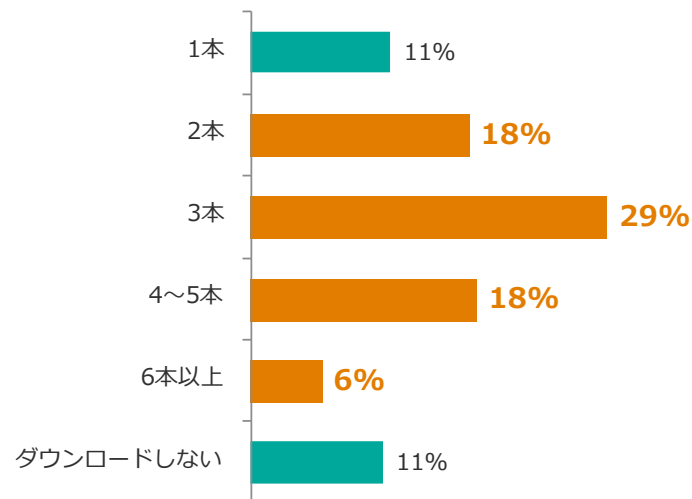
製品導入を考えている読者にとって、ホワイトペーパーは重要な参考情報源です

ITベンダーが発行するホワイトペーパーは、ショートリスト/ロングリスト作成時において、検索に次ぐ情報収集手段として活用されています。またその際、約70%の読者は2本以上のコンテンツを閲覧しています。本企画では、編集部による解説を加えて複数のコンテンツをオファーします（一部プランを除く）ので、製品導入を検討している読者に対して、効果的に貴社のホワイトペーパーを訴求することができます。

ITベンダーと直接コミュニケーションする前に行うオンラインでの情報収集手段



ITベンダーと直接コミュニケーションする前に閲覧するオンラインコンテンツの本数



出典：IT Buyer's Research 2014

IT Buyer's Researchは、TechTarget Inc.が主導して、グローバルで実施している、IT購買担当者を対象にした調査です。上記結果は、その中で日本の担当者の回答のみを抽出したものです。（N=157）

企画展開イメージ

ホワイトペーパー・ダウンロードセンターの特設枠から読者を誘導

ホワイトペーパーの一覧ページとダウンロード後に表示されるレコメンドページに本企画への誘導枠を設置し、積極的に情報収集を行っている読者を誘導してきます。



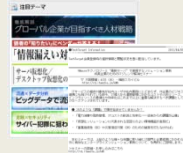
ターゲティングメールで、対象読者層にピンポイント訴求

本企画のターゲットとなる読者に対し、ターゲティングメールを配信。企画の内容と貴社のコンテンツを訴求し、プロフィール獲得に繋がります。



TechTargetジャパンのサイトやメールマガジンでも訴求

TechTargetジャパンの特集誘導枠や、メールマガジンなどを利用して、本企画と貴社のコンテンツを紹介し、読者を誘導します。



ホワイトペーパーレビュー特集インデックス（イメージ）



① ホワイトペーパーレビュー

TechTargetジャパン編集部が、貴社ホワイトペーパーのポイントをもとめたレビューを作成し、読者にわかりやすく紹介します。

② 関連ホワイトペーパー

複数本掲載する場合、メインコンテンツ以外はこちらで紹介します。



貴社コンテンツ



貴社コンテンツ閲覧者プロフィールを獲得

※ メール等でホワイトペーパーへの直接の誘導も行います

TechTarget×リーグル 特別スポンサープラン

メニュー		プラチナ	ゴールド	シルバー	備考
プロフィール 獲得	件数保証型リードジェン	230件保証	150件保証	70件保証	属性保証ではございません
	掲載ホワイトペーパー数	3本	2本	1本	可能であれば、メディア業界での活用事例を最低1本ご手配下さい。 左記本数のご手配が難しい場合はご相談下さい
テレマ	フォローコールマン	フォローコール 200件	フォローコール 100件	フォローコール 50件	10件のアポイントメント獲得保証 ※万が一10件を満たさない場合は、リーグル独自のDBより補填いたします。
企画特典	ホワイトペーパーレビュー掲載	○	○	○	複数のコンテンツを掲載される場合、レビューを制作させていただくのは1点とさせていただきます。その他のコンテンツにつきましては、「関連ホワイトペーパー紹介」のカコミから誘導します 文字数は350~400文字程度になります 掲載位置はスポンサーランク順、お申込順です
	ターゲティングメール	データ活用に関心のあるユーザー企業のTechTargetジャパン会員に貴社コンテンツを紹介			1通独占メール 配信対象（抜粋）は次ページを参照下さい
	プロフィール保証件数増量	通常200件 → 230件	通常125件 → 150件	通常50件 → 70件	
スポンサー料金		¥ 2,200,000	¥ 1,400,000	¥ 850,000	税別、グロス料金

プロフィールの獲得について

本企画でご提供させていただくプロフィールは、属性保証ではございません。貴社のコンテンツへの誘導は下記1~3の順番で行うことで、メインターゲットとなる読者を優先的にプロフィール化を促進していきます。

- 掲載開始と同時にレビュー記事からの誘導も開始し、ターゲットを誘導
- 開始日に近いタイミングで、ターゲティングメールを利用したピンポイント訴求
- その他、サイトやメールマガジンからの誘導で、保証件数に到達

備考

- ※ 3社様以上のご決定を実施条件とさせていただきます。
- ※ プランのカスタマイズも可能です。担当営業までご相談下さい。
- ※ 企画の開始日は変更になる場合もございますので、あらかじめご了承下さい。
- ※ 保証プロフィール件数への到達は、約2ヶ月を想定しています。
キャンペーンの進捗により、達成日が前後する可能性や、追加コンテンツ掲載のご相談をさせていただく場合がございます。

お申込み締切：2015年5月28日（木）

スケジュール

		ホワイトペーパー	ホワイトペーパーレビュー
5月28日	木	申込締切	
5月29日	金		
5月30日	土		
5月31日	日		
6月1日	月	掲載PDF、ヒアリングシートご提出締切（貴社→ITM）	
6月2日	火		
6月3日	水		
6月4日	木		
6月5日	金		
6月6日	土		
6月7日	日		
6月8日	月		
6月9日	火	タイトル、アブス、概要文ご提出（ITM→貴社）	レビュー文 初校ご提出（ITM→貴社）
6月10日	水		
6月11日	木		
6月12日	金	タイトル、アブス、概要文お戻し（貴社→ITM）	レビュー文 初校お戻し（貴社→ITM）
6月13日	土		
6月14日	日		
6月15日	月	校了	
6月16日	火		レビュー文 念校ご提出（ITM→貴社）
6月17日	水		レビュー文 念校お戻し（貴社→ITM）／校了
6月18日	木	公開設定	公開設定
6月19日	金	公開設定	公開設定
6月20日	土		
6月21日	日		
6月22日	月	掲載・プロフィール収集開始	
～		プロフィール収集期間（保証件数に達し次第終了）	
8月21日	金	企画終了	

※ スケジュールは現時点の予定です。変更になる場合もございますので、あらかじめご了承下さい。