

宣伝会議 広告企画

4月号

2018年3月1日発売

特集

熱量の高い、ファンが集う！

「コミュニティ」としてのメディア活用

広く浅いマスコミュニケーションでは顧客はもう動かない！
消費者属性に合わせたアプローチでハートをつかむ
コミュニティマーケティングの事例を多数紹介！



123RF

ブランドに適したコミュニティへのアプローチの重要性を啓蒙すると同時に、貴社のメディア・サービスをコミュニティ攻略の糸口としてアピールすることができる広告企画です

打ち手に困るマーケターの課題を解決するソリューションとして見せることが可能

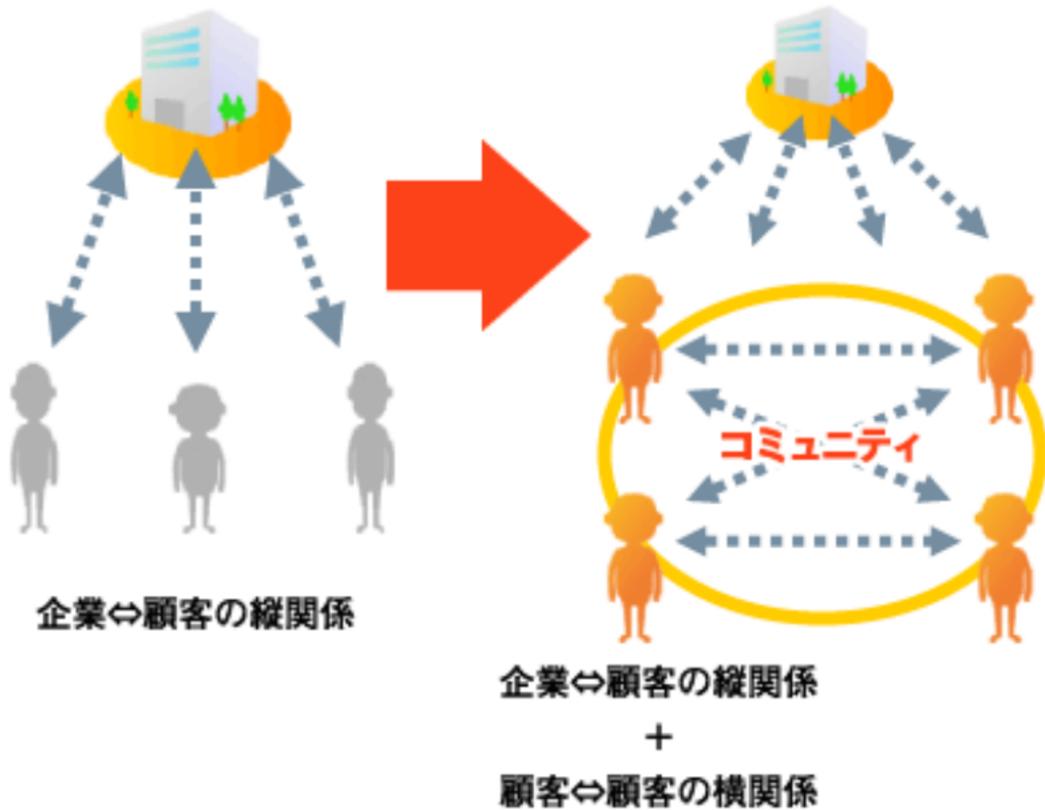
注目のテーマ、かつ予算が大きい市場の中で、注目企業としてのイメージを醸成できる

読者だけでなくブランド戦略の先進企業である取材先の方々にもリーチが可能

株式会社宣伝会議

広告申し込み締め切り2018年1月31日

企画趣旨



- 嗜好が多様化した今、全方位的なマスマーケティングでは消費者は動かない！
——興味・関心が可視化され、ニーズが顕在化しているコミュニティへの
個客に寄り添ったアプローチでブランドとの強い繋がりを創り出す！

嗜好が多様化してきている今、画一的なマスコミュニケーションは消費者に響かなくなってきました。同時に、この価値観の多様化を受け、近年では自分と近い価値観を持つ人たちとのゆるやかな繋がり=コミュニティが各所で生まれてきています。そこで本特集では、コミュニティを活用して、消費者との強い繋がりをつくりあげた事例を発見し、取り上げていきます。

●キーワード

コミュニティ
マーケティング

リアル
イベント

Web
メディア

トライブ
マーケティング

インフル
エンサー

アンバサダー

本特集のポイント

メディアの価値は「リーチ(認知)」から「コミュニティ(繋がり)」へ
ブランドの予算が大きく動くメディアプランニングを担当する
悩めるマーケターに対してアプローチをすることが可能です！

「コミュニティ」としてのメディア活用 誌面企画 伝え方の4パターン

(貴社に合わせた伝え方をご提案させていただきます)

[サービス紹介]

宣伝会議の編集部が取材をして、
貴社サービスを広く広告界に伝えます。
貴社ならではの強みを見つけ、
誌面で紹介。

見せる+見られる 2つのアプローチで動画の効果を最大化

「見せる+見られる」2つのアプローチで動画の効果を最大化。SHARPとYAHOO! JAPANの協働による動画配信戦略について詳しく解説。



SHARPとYAHOO! JAPANの協働による動画配信戦略について詳しく解説。SHARPの「SHARP TV」シリーズとYAHOO! JAPANの「YAHOO! TV」シリーズの連携による効果的な動画配信方法を紹介。



[クライアント取材]

貴社のクライアントに登場いただき、
貴社サービス、商材のポイントを紹介。
クライアントのプレゼンスを高めながら、
貴社の訴求をしていく事が可能です。

拡大する事業領域に対応 さらなるユーザー満足を目指し デジタルマーケティング分析を強化

拡大する事業領域に対応。さらなるユーザー満足を目指し、デジタルマーケティング分析を強化。Allaboutの事例を紹介。



Allaboutの事例を紹介。デジタルマーケティング分析の強化によるユーザー満足度の向上と事業領域の拡大について詳しく解説。

デジタルマーケティング分析の強化。Allaboutの事例を紹介。データ分析によるマーケティング戦略の最適化について詳しく解説。



データ分析によるマーケティング戦略の最適化について詳しく解説。Allaboutの事例を通じて、デジタルマーケティング分析の重要性を説明。

[トップインタビュー]

トップインタビューを通して、貴社の強み、
PRポイントを訴求していきます。
トップが誌面に出ていく事で、
貴社のブランディングを確立していきます。

検索される「SEO」を軸に 発想する「コンテンツ」

検索される「SEO」を軸に発想する「コンテンツ」。コンテンツマーケティングの重要性について詳しく解説。



コンテンツマーケティングの重要性について詳しく解説。SEOを軸としたコンテンツ戦略の構築方法を紹介。

コンテンツマーケティングの重要性について詳しく解説。SEOを軸としたコンテンツ戦略の構築方法を紹介。



SEOを軸としたコンテンツ戦略の構築方法を紹介。コンテンツマーケティングの重要性を説明。

[タイアップリサーチ]※1社限定

特集にあわせて、記者と共にカスタムで
共同リサーチを展開します。
リサーチ結果をもとに記事コンテンツを作成。
客観視したデータをもとに、御社の提供する
商品・サービス・手法自体の認知促進、
理解度の確認に活用。

コンテンツを拡散し、 「ネット話題」を戦略的に創出

コンテンツを拡散し、「ネット話題」を戦略的に創出。SNSを活用したコンテンツ拡散戦略について詳しく解説。



SNSを活用したコンテンツ拡散戦略について詳しく解説。ネット話題の創出方法を紹介。

ネット話題の創出方法を紹介。SNSを活用したコンテンツ拡散戦略について詳しく解説。



SNSを活用したコンテンツ拡散戦略について詳しく解説。ネット話題の創出方法を説明。

- 過去実績
- ・ メディアの投資効果測定に対する意識
- ・ マーケティングPRに対する意識

特別誌面企画① ※3社限定 「編集部注目のデジタルコミュニティ」

雑誌広告への出稿を減らしWebメディアへの出稿額を増やす企業があるように、デジタルへのブランド予算は年々増加傾向にあります。しかしWebメディアやデジタルサービスは非常に幅広く、発注担当者が各サービスの特徴を詳細に認識できていない実情があります。そこで今回『宣伝会議』では、編集部が注目をし、企業の発注担当者・プランナーに推薦する特別企画、「編集部注目のデジタルコミュニティ」を実施いたします。一覧性のある誌面企画の中で貴社のメディアをコミュニティとして紹介することにより、認知拡大と競合他社の中での差別化を獲得することにつながる機会を提供します。



(過去のピックアップ事例)

想定出稿企業

- ・ 特定のコミュニティを持つ Webメディアを運営している企業
- ・ SNSコミュニティを活用したソリューションを持っている企業
- ・ インフルエンサー・アンバサダーサービスを持つ企業 など

費用 ￥：2,000,000-

特別誌面企画② ※3社限定 「編集部注目のリアルコミュニティ」

デジタル上でのコミュニケーションが増えてきた一方で、「体験」というキーワードを中心にリアルの方への関心は高まってきています。しかし企業の発注担当者は、数多くあるリアルの方を活かしたメディア情報のキャッチアップに苦心をしています。そこで今回『宣伝会議』では、編集部が注目をし、企業の発注担当者・プランナーに推薦する特別企画、「編集部注目のリアルコミュニティ」を実施いたします。一覧性のある誌面企画の中で貴社のサービス、事例を紹介することにより、認知拡大と競合他社の中での差別化を獲得することにつながる機会を提供します。



(過去のピックアップ事例)

想定出稿企業

- ・ リアルイベントを開催するメディアを持つ企業
- ・ ポップアップストアなどを企画するイベント会社
- ・ リアルの方を活かしたプランニングをする広告会社 など

費用 ￥：2,000,000-

出稿のポイント

01

メディアバイイングなど、次なる打ち手を検討するキーマンに対して、効果的に貴社のPRを実施します。

02

取材企業全社に対して献本していきます。
取材先企業に対して情報伝達するための取り組みです。

03

アドバタイムズ (Web) に記事転載することで
Web上での拡散を生みます。

月間PV：100万超、Facebookいいね数：5万いいね
マーケターにとって欠かせないニュースメディアになっている
アドタイにて記事を転載していくことでバズを生み出します。



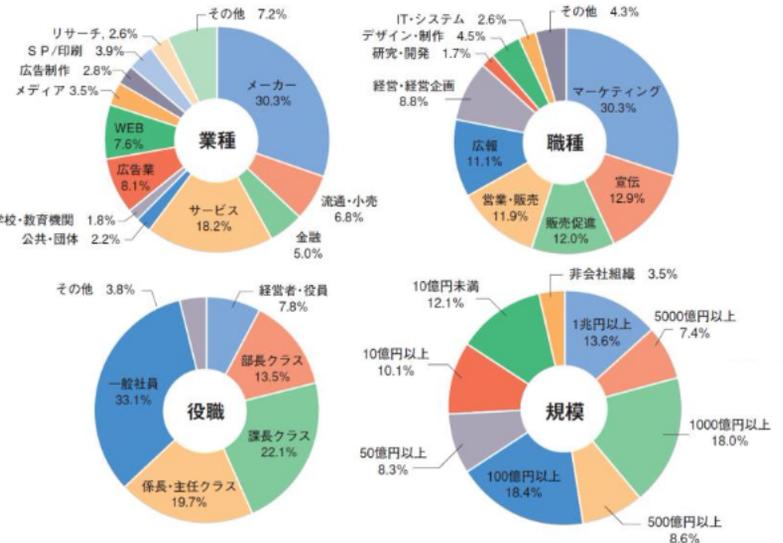
PV:1,070,942 Facebook:50,574いいね



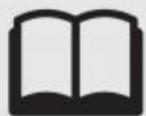
記事転載イメージ



創刊：1954年
発売日：毎月1日発売
発行部数：5万5000部
定価：1300円



広告料金



編集タイアップ 2ページ (デジタル版+アドタイ。記事転載)
200万円 (税抜) ※記事制作費込み



編集タイアップ 1ページ (デジタル版+アドタイ。記事転載)
120万円 (税抜) ※記事制作費込み



編集部注目のリアルコミュニティ・デジタルコミュニティ
2ページ (デジタル版+アドタイ。記事転載)
200万円 (税抜) ※記事制作費込み ※各企画3社限定



タイアップリサーチ企画 (共同リサーチ+タイアップ記事2ページ)
350万円 (税抜) ※本特集限り・1社限定の特別企画です。

「編集企画と連動したアンケート調査という性格上、特定の商品・サービスの名前を出しての認知度や導入意向を聞く調査項目はお控えください。内容は、誌面で実施するアンケート内容と連動した形になるよう、事前に編集部と相談の上、発注をいただきます。

※上記以外の特殊面などへの出稿については営業担当にお問い合わせください。



抜き刷り作成
参考価格 30万円 (4C4P・3000部)
※頁数、部数で価格は変動しますのでお問い合わせください。

「宣伝会議広告掲載審査基準」

- 1 他を誹謗、中傷したり、差別するなどの個人の尊厳を損なうおそれのあるもの。
- 2 健全な社会秩序の形成を損なうおそれのあるもの。
- 3 各種業界が自主的に明示している規約や規則に反するもの。
- 4 肖像権や知的財産権を侵害するおそれのあるもの。
- 5 事実と反する誇大表現や、不明確な広告表現、読者に誤認を与えるような表現などで、読者に不利益を与えるおそれのあるもの。
- 6 広告の責任の所在が曖昧で広告表現上の明瞭性や相当性を欠くもの。
- 7 広告の内容について、広告主が責任をもちえないもの。
- 8 根拠なく商品・サービスの効果、性能の著しい優良性を示す表示。
ただし、当該表示内容を裏付ける合理的根拠をあらかじめ有している場合はその限りではない。
- 9 編集記事面をも含めた誌紙面、WEBサイト全体の品位、調和を損なう表現のもの。
事実と反して、弊社が広告主を支持し、その商品、役務、意見などを推薦、または保証しているかのような表現のもの。
- 10 読者が不快感をもつもの、またはそのおそれのあるもの。
- 11 本誌紙、WEBサイトの編集記事を訂正または否定する表現のもの。
ただし、弊社が事実を確認し、妥当と判断したものはこの限りではない。
- 12 弊社の事業分野と照合する、またはそのおそれのある企業・商品・サービスの広告。
ただし、弊社が妥当と判断したものはこの限りではない。

- ・弊社広告掲載審査基準に基づき、掲載をお受けできない場合があります。
- ・表紙2、3、4、目次対向以外の本文中の掲載ページのご指定はできません。
- ・タイアップ広告制作に際し、遠方取材、著名人出演など、そのほかの経費がかかる場合には別途ご請求申し上げます。
- ・弊社が定める最低出稿企業数に満たない場合は、広告特集を中止する場合がございます。あらかじめご了承ください。

スケジュール

申し込み〆切

2018年1月31日

取材期間

2018年1月26日～2月9日

校了予定日

2018年2月15日

お問い合わせ

宣伝会議 営業支援室

TEL : 03-3475-7666

MAIL : info-koukoku@sendenkaigi.co.jp