

販促会議 12月号（11/1発売） 特別企画

紙メディアでレスポンスを高める！

ダイレクトメール・チラシの 効果的な活用術



企画概要

ダイレクトメールやチラシなどの紙メディアの価値が見直されています。その理由として、下記が挙げられます。

- ① デジタルメディアのように多くの情報に埋もれることが少なく、実際に生活者の手に渡るため、アプローチしづらい層にもリーチできます。
- ② マーケティングに対する投資対効果が重視されている中で、細かいターゲット設定ができ、顧客のアクションにつながりやすく、PDCAをしっかりとまわすことができます。
- ③ データベースやプリンティングに関するテクノロジーが進化したことで、より精緻なターゲットングやパーソナライズが可能になりました。

そこで、本特集では、こうしたダイレクトメールやチラシの最新活用法と事例を紹介し、紙メディアの価値を伝えていきます。

構成案

1. デジタル化の中でも高まる紙メディアの価値
2. 行動を科学的に分析し成果を上げるDM手法
3. 高いレスポンスを得た企業事例紹介
4. コラム O2OとDM、チラシ
5. 編集タイアップ広告

ご出稿のポイント

- **ダイレクトメールやチラシに強いイメージを訴求できます。**

ダイレクトメールやチラシに強い代表企業としてご紹介します。

- **販促・集客のキーパーソンやプランナーに向けて訴求します。**

読者には通販企業やダイレクトマーケティング会社のプロモーション、マーケティング、ブランド担当者、販促担当・責任者、営業企画・推進部門等、また、それらの企業に提案する広告会社、SP会社のプランナーです。彼らに対する、情報発信が可能です。

- **問い合わせの増加や営業マンの営業支援・強化につながります。**

問い合わせの増加や、営業支援ツールとして誌面を利用いただけます。



例：サイバーエージェント



例：NTTドコモ

誌面の2次活用

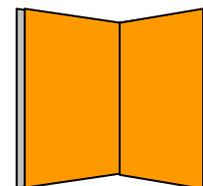


① 広告界のWebメディア
「アドバタイムズ」へ転載

② 抜き刷り（小冊子化）し、
営業ツールとして活用



45万円～

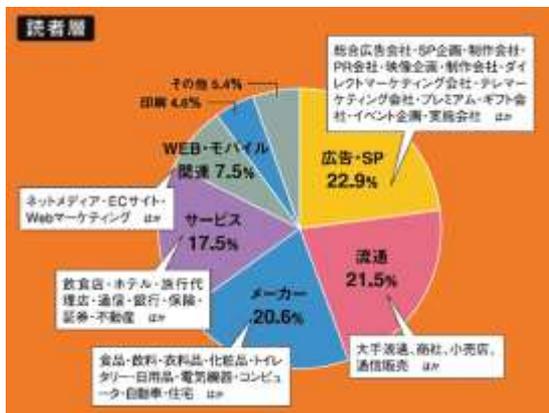


23万円～

媒体概要（販促会議）



創刊：1997年
 発行：月刊（毎月1日発行）
 定価：1,200円（税込）
 発行部数：50,000部



Point 1

大手メーカー、流通・小売 広告会社必見の内容

話題のプロモーション事例を中心に取材し、企画から実施までのケーススタディを紹介。社会で話題となっているプロモーションやキャンペーンなどを中心に、全体像や人をクローズアップ。流通小売からメーカーまで毎号必見の特集です。



Point 2

店頭、デジタル、ショッパーなどを 切り口に最先端の情報を提供

販促の実務に参考になる最先端の情報を提供しています。デジタルプロモーションやソーシャルメディア活用、携帯・スマホ、EC、位置情報、AR活用、デジタルサイネージなど、新しいテクノロジーを中心に、成果を上げた事例などを多数紹介しています。



Point 3

流通小売のトップ、メーカーの ブランドマネージャーなどが登場

- ・流通小売のトップが登場する「トップの現場力」
- ・メーカーのプロダクトマネージャーが成功の裏側を紹介する「ヒットの仕掛け人」
- ・ひとめぼれプロモーションをビジュアルで紹介「クローズ・ビュー」



料金/スケジュール

● 広告料金 ※表示はすべて税別価格となります

メニュー	スペース	料金
編集タイアップ	4色2ページ	¥1,600,000-
編集タイアップ	4色1ページ	¥800,000-
純広告	表4	¥900,000-
純広告	表3	¥700,000-
純広告	表2見開き	¥1,450,000-
純広告	4色1ページ	¥600,000-

● スケジュール

9/26	お申込締切	10/17	校了	11/1	発売
------	-------	-------	----	------	----

● お問い合わせ

宣伝会議 第1事業部

TEL:03-6418-3331