

ゼロから始めるデジタルマーケティング OMAKASE

デジタルマーケティングをこれから始める
ゼロからお任せいただけるパッケージの紹介

[株式会社 読売エージェンシー]

YOMIURI AGENCY



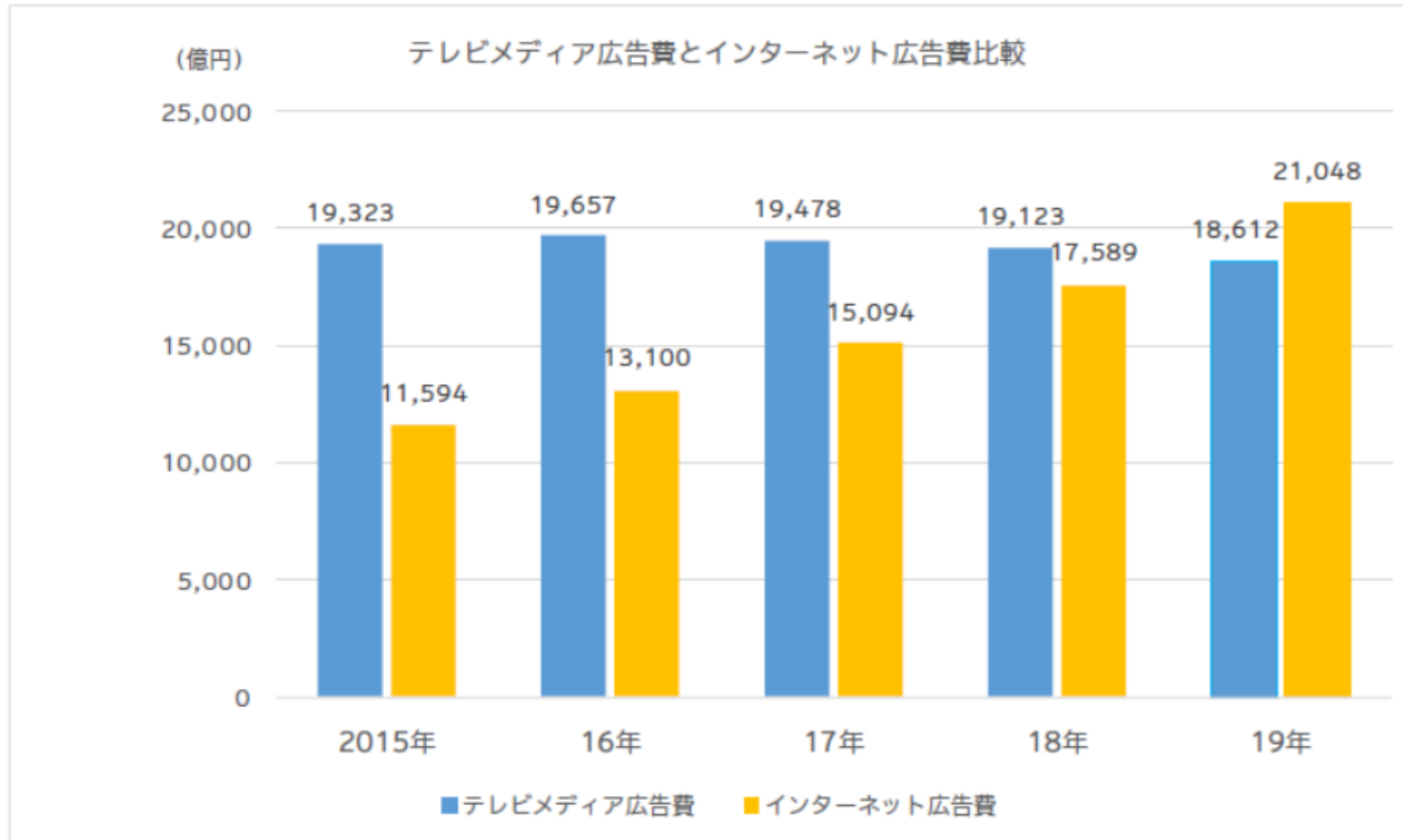
- デジタルマーケティングの重要性
- 読売エージェンシーの考え方
- 必須になる 3つの要素
- ターゲットに届ける広告戦略
- パッケージの紹介

デジタルマーケティングの重要性

OMAKASE - Chapter 1

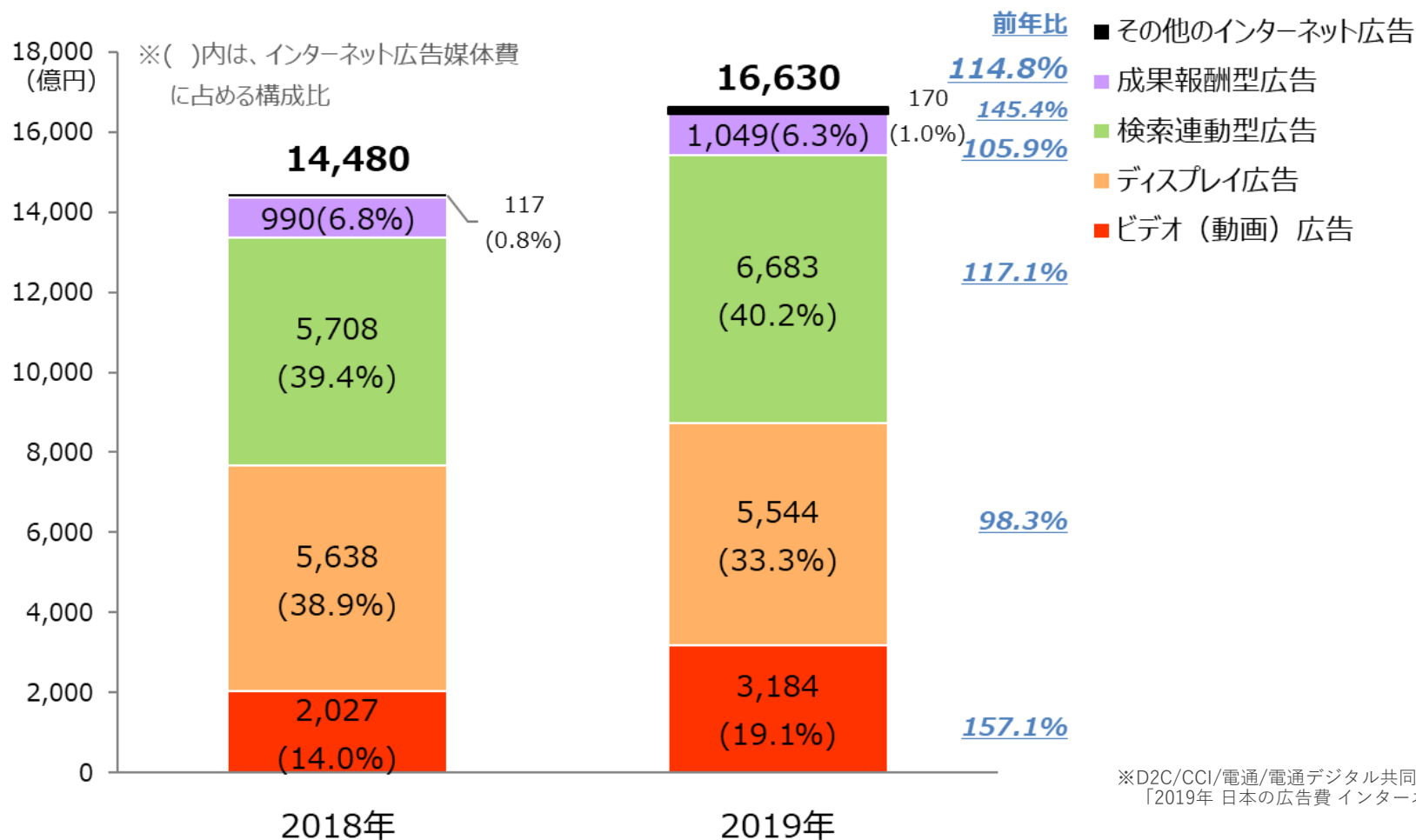


2019年にテレビメディア広告費をインターネット広告費が抜きました。
インターネット使用が世代を問わず定着し、インフラ化した影響が反映されています。



(注) 2019年インターネット広告費には今回追加推定の「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」1,064億円も含む。

インターネット広告費のなかでもそのほとんどを運用型広告が占めており、
検索連動型・ディスプレイ・動画の順で利用されています。



読売エージェンシーの考え方

OMAKASE - Chapter 2



ゼロからだが高そう

広告の種類が多い

サイトがない

作業が煩雑そう

やって終わりにしたくない

デジタルマーケティング

なにからはじめたらいいかわからない

発注先の選定がむずかしい

領域が広すぎて発注先の管理が大変

読売エージェンシーの考え方

デジタルマーケティングを始める際に、

よく、長期戦略が大事という話が出ます。

でも、それは長期戦略が取れる資本とリソースがある場合です。

立ち上げに費やす時間と費用が大きければ大きいほど、

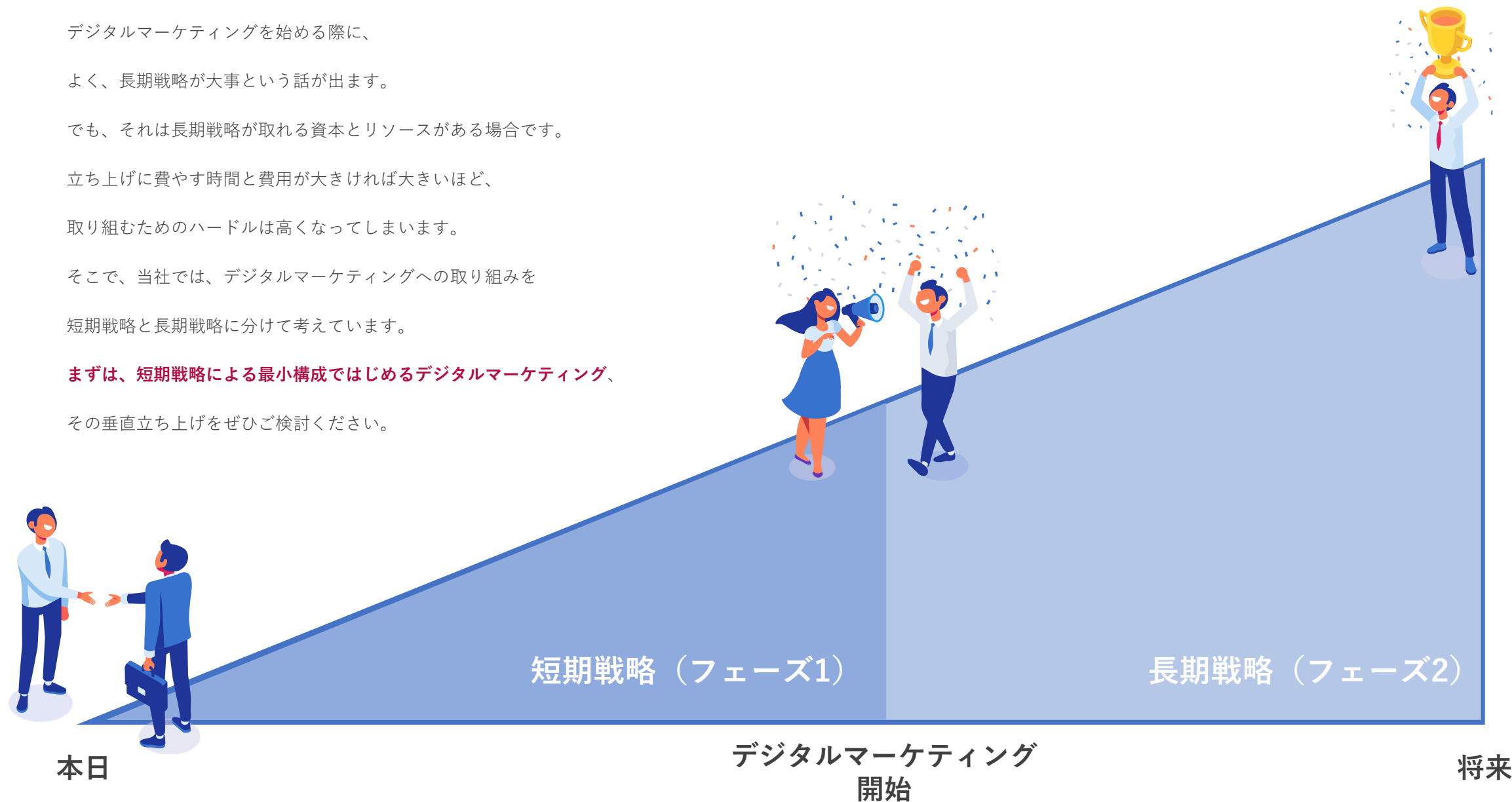
取り組むためのハードルは高くなってしまいます。

そこで、当社では、デジタルマーケティングへの取り組みを

短期戦略と長期戦略に分けて考えています。

まずは、短期戦略による最小構成ではじめるデジタルマーケティング、

その垂直立ち上げをぜひご検討ください。



必須になる 3つの要素

OMAKASE - Chapter 3



デジタルマーケティングを始めるために必要な3つのモノ

マーケティング戦略

どんなターゲットに
なにを伝えて
どうなってほしいか

リンク先

マーケティング戦略を伝えるための広
告ランディングページ (LP)

計測環境

始動したマーケティング活動を評価す
るための計測環境 (GoogleAnalytics)



上記準備ができれば、広告でターゲットに届ける

ターゲットに届ける広告戦略

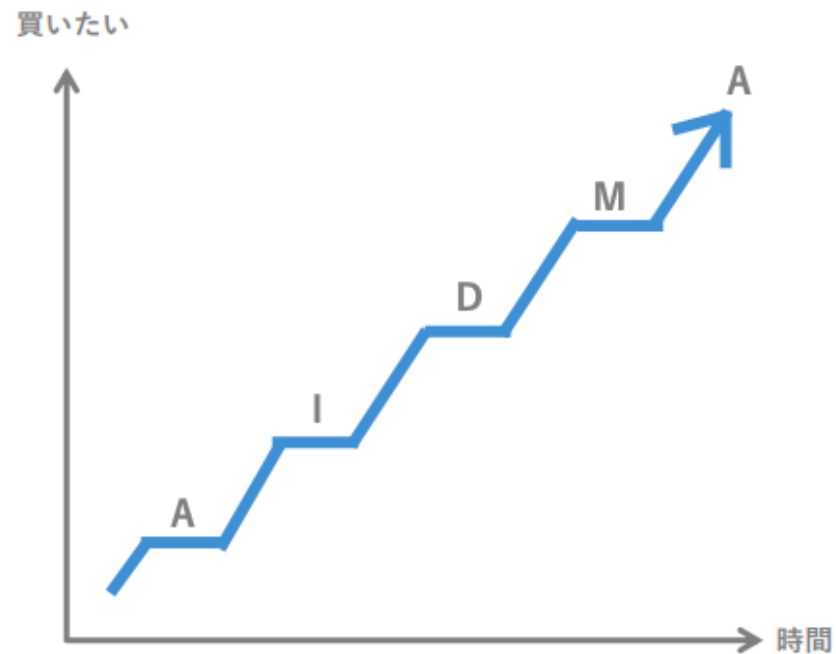
OMAKASE - Chapter 4



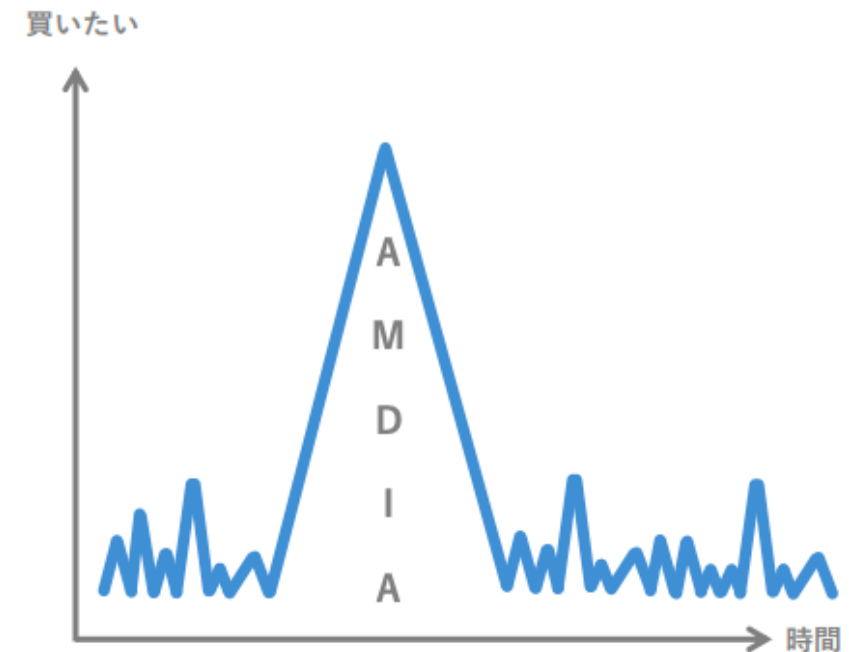
消費者の買いたい気持ちは瞬間で起きる

スマートフォンの普及にともなって、さまざまな情報を何となく探すうちに購買意識を誘発
購買動機におけるボーダーラインを越えた瞬間、商品を購入するという最新の行動モデル「パルス型消費行動」

従来のジャーニー型消費行動



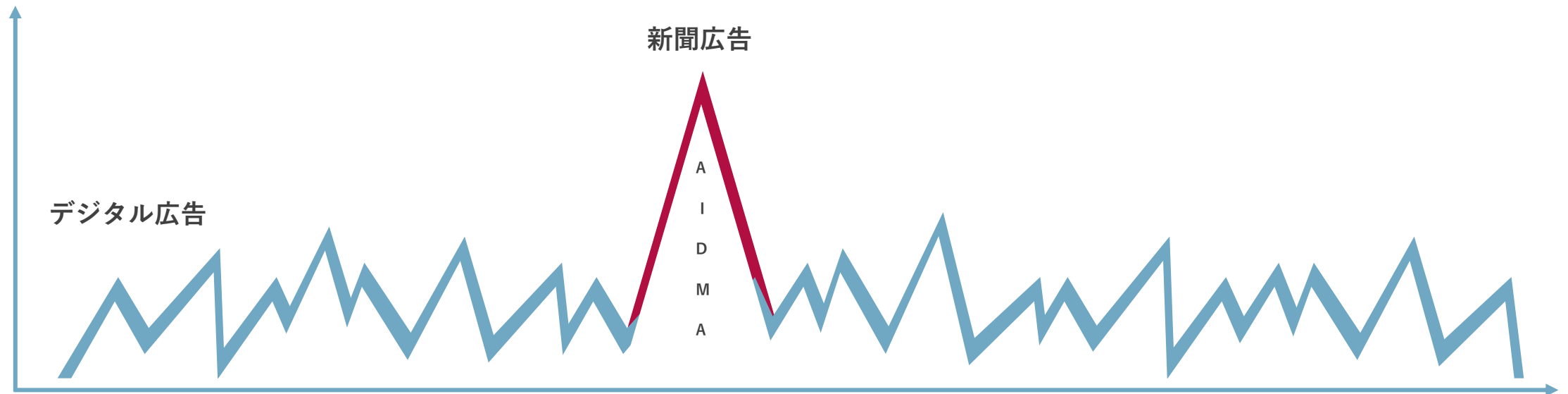
Googleが提唱するパルス型消費行動



パルスの起点と終点になりうる新聞広告との相乗効果

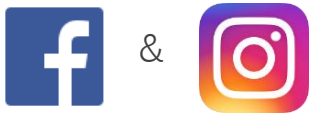
新聞広告の強みは、約700万世帯に一気にアプローチできるそのリーチ力

デジタルの広告で、継続的にパルス型消費を起こす種をまき、新聞広告でそのパルスの起点（終点）を発生させる



つまり、1つのプラットフォームに偏らず、横断的な広告施策が重要

「パルス型消費」を捉えるためには、新聞はもちろん、Google・Yahoo!の検索行動、WEBサイトの閲覧行動、Facebook・InstagramのSNS回遊といったあらゆるタッチポイントでユーザーが反応する導線を用意することが重要

配信媒体	素材	掲載枠	配信手法	ターゲティング
	テキスト	検索結果	検索連動型	社名KW キャンペーンKW サービスKW
	画像 画像+テキスト	YDA、GDA	ターゲティング	年齢 エリア 興味関心
	画像+テキスト	タイムライン上 インフィード配信	ターゲティング	年齢 エリア 興味関心

パッケージの紹介

OMAKASE - Chapter 5



すべて読売エージェンシーにお任せください

マーケティング戦略

どんなターゲットに
なにを伝えて
どうなってほしいか

戦略立案

リンク先

マーケティング戦略を伝えるための広
告ランディングページ（LP）

サブスクリプション型LP

計測環境

始動したマーケティング活動を評価す
るための計測環境（GoogleAnalytics）

レポートニング



Google・Yahoo!・Facebook&Instagramのすべてに広告配信

サイト分析による戦略立案

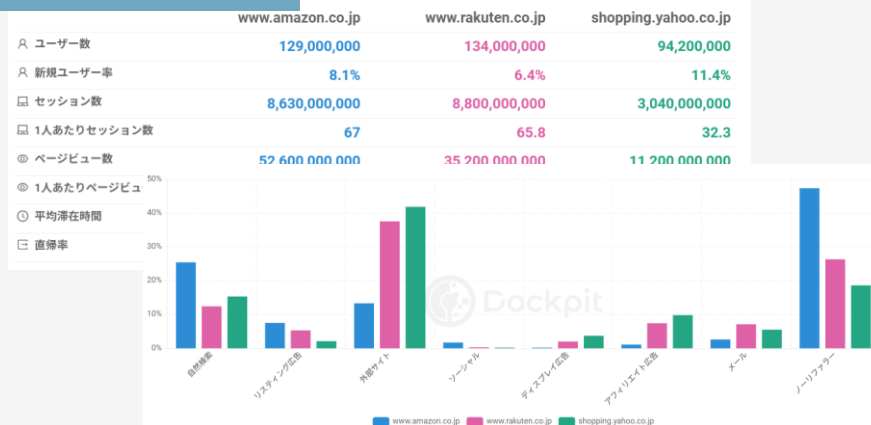
施策詳細

- 競合動向や市場環境の把握につながるデータ分析
- 分析結果をもとにマーケティング戦略を提案
- 他社動向を元にスタートダッシュを図る**
- 「Dockpit」という分析ツールを利用

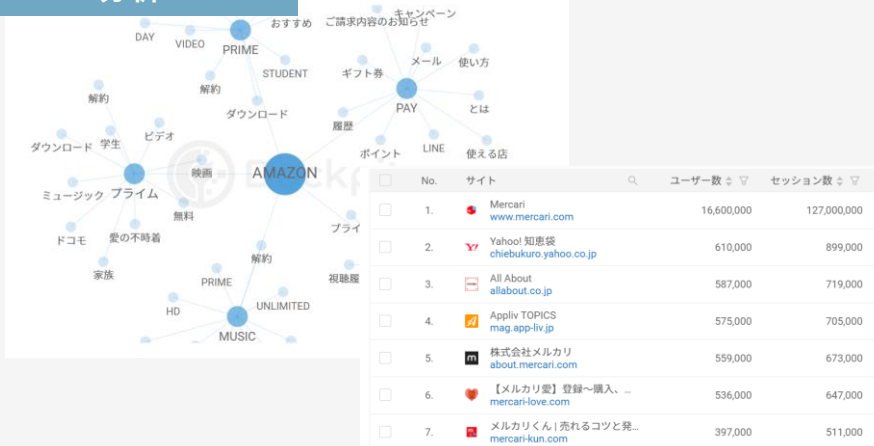
※Dockpitはセゾンカード会員のWEB行動履歴など約250万人分の許諾データを取得しているツールです。



競合サイト分析



KW分析

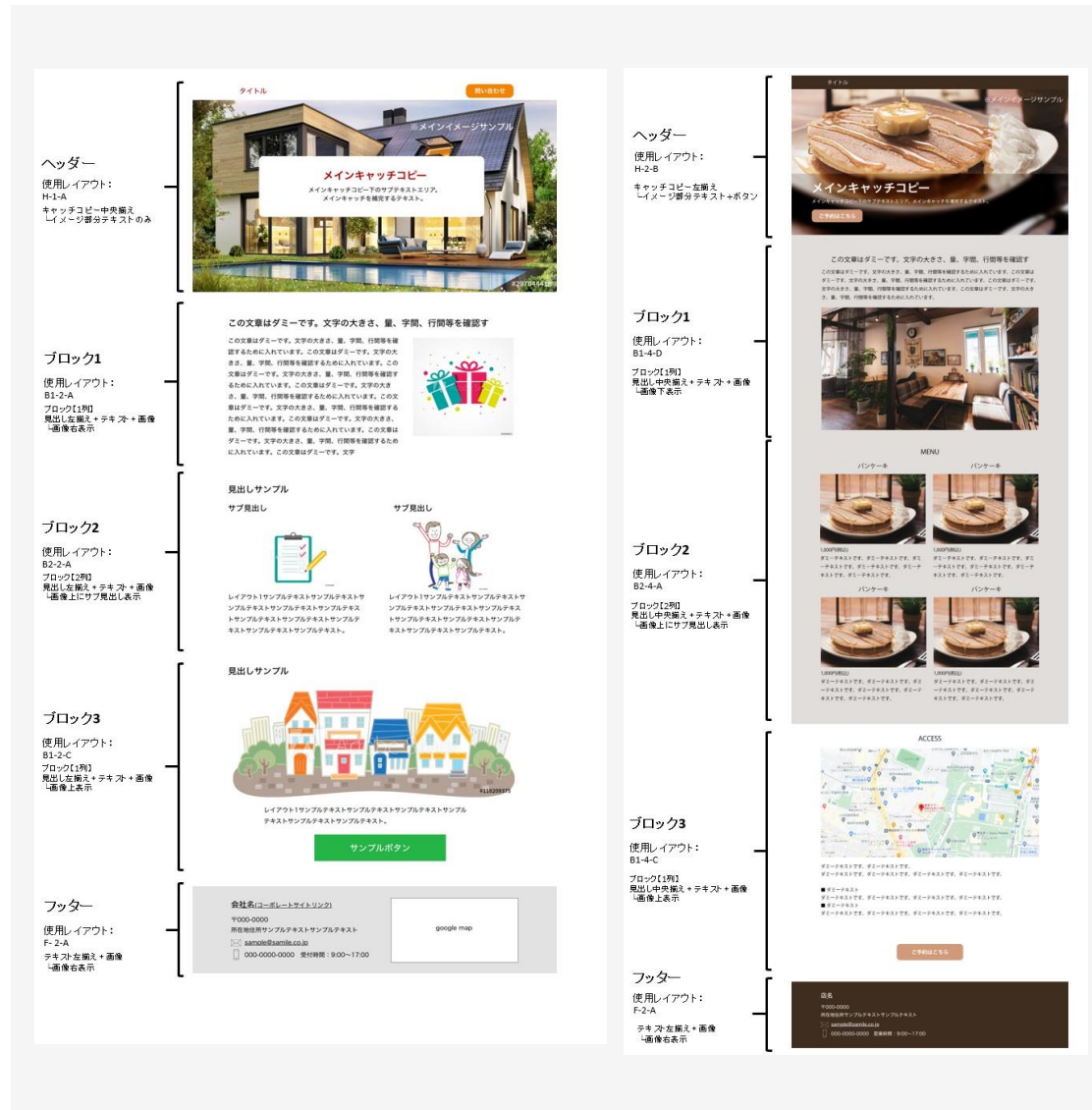


初期費用なしで広告リンク先を制作

施策詳細

- サブスクリプション型なので初期費用なし
- **フォーマットの記入とレイアウト選択するだけ**
- ページデザインはテンプレートから選択可能

※LPは読売エージェンシー保有のサーバで管理します。
 ※LPは読売エージェンシーが提供する広告サービスのリンク先としてのみご利用可能です。

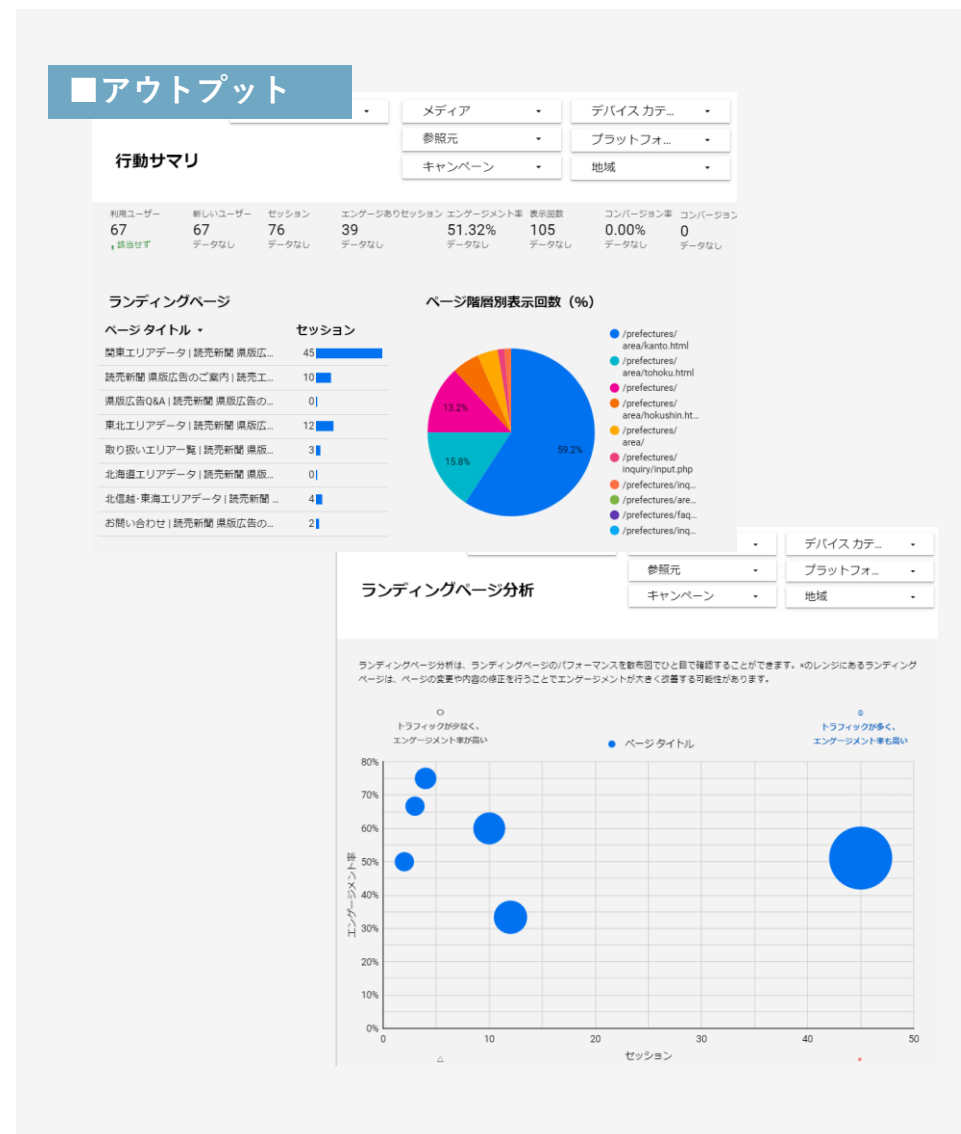


Googleの分析ツールでレポーティング

施策詳細

- 広告経由の来訪者のアクセス数を分析可能
- パラメータで広告効果の計測に活用
- **媒体ごとの数値をGoogleAnalyticsで集約**
- PDFをスケジュールに合わせて自動送付可能

※検索流入KWを確認するためには別途SearchConsoleアカウント開設と連携が必要です
※LP以外の分析には貴社サイトに発行するタグを設置をお願いします



初期費用：0円

月額費：539,800円～

※税抜金額

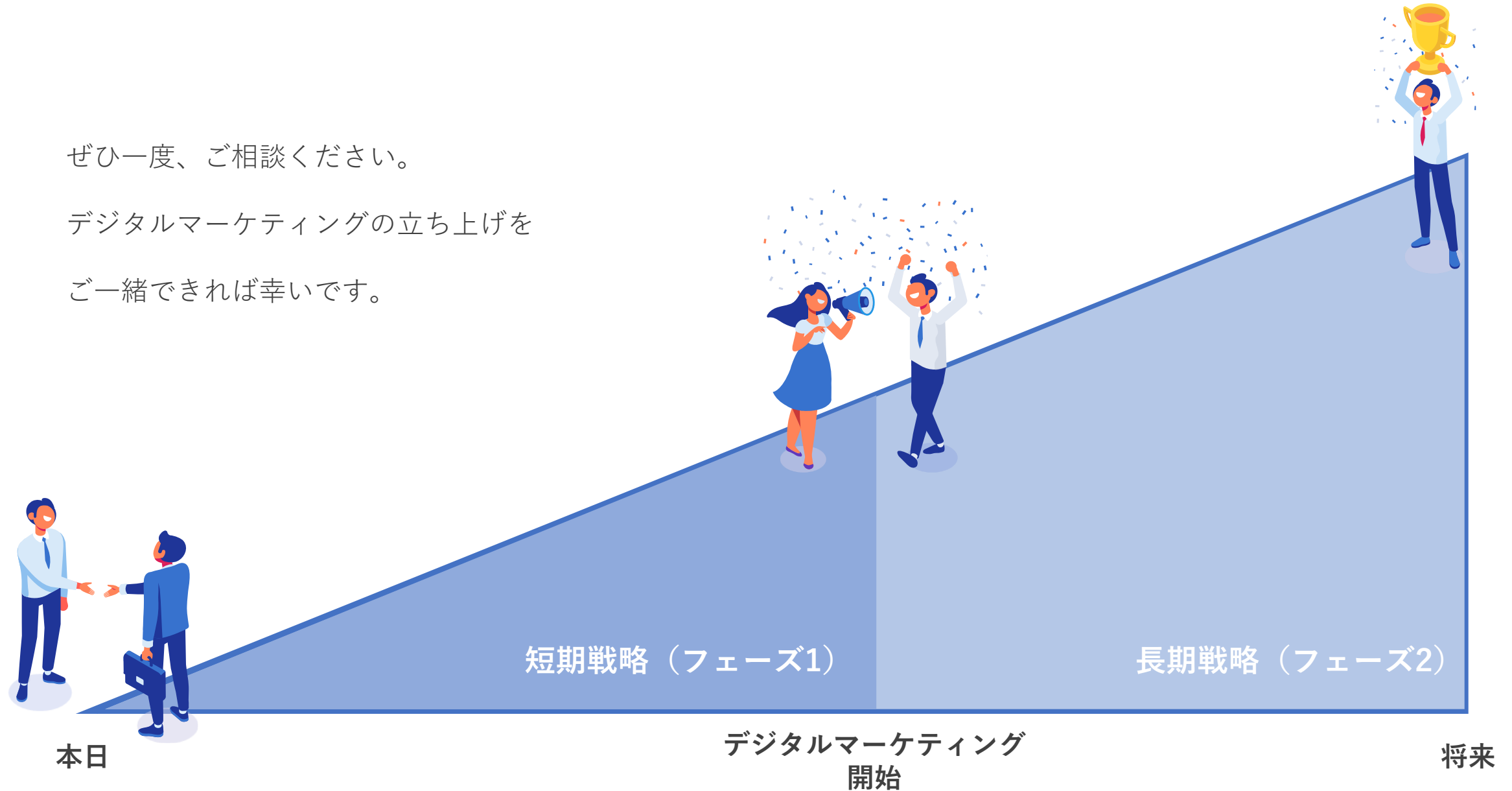
内容	費用	必要なもの
マーケティング戦略	無料	ヒアリングの機会
サブスクリプション型LP 「UKEZARA」	初期：無料／月額：19,800円 ※フォーム費別途 ※6カ月～契約	記入済み原稿フォーマット お持ちの画像素材
LPのGAレポートニング	初期：無料／月額：10,000円 ※通常は初期3万円	特になし
広告 (Google・Yahoo!・Facebook&Instagram)	初期：無料／月額：500,000円 ※ 広告原稿制作費は別途	お持ちの画像素材

※各管理画面は公開していません。掲載報告はレポートにて報告いたします。
※SNS広告の配信アカウントは専用の既存アカウントを使用します。

ぜひ一度、ご相談ください。

デジタルマーケティングの立ち上げを

一緒にできれば幸いです。



当社のケイパビリティ

OMAKASE - Chapter 6



読売グループへのマーケティング支援をもとにした実績と信頼

各グループ企業をクライアントとして、スポーツ・小売り・旅行・メディア・レジャー・学校・文化・イベントなどさまざまなマーケティング支援の実績があります。

また、グループ企業の持つ資産をマーケティングリソースとして活用する読売グループならではのご提案も可能ですので、お気軽にご相談ください。

主な読売グループ

読売新聞社

GIANTS

中央公論新社

よみうりランド
遊びを、まん中に。

0テレ

福島民友新聞
みんゆうNet

スポーツ報知
SPORTS HOCHI

学校法人 読売理工学院

よみうりカルチャー

MARRONNIER GATE GINZA
マロニエゲート銀座

読売IS

読売旅行

旅行読売
オトナの旅の通しるべ

読響
Yomiuri Nippon Symphony Orchestra

YOMIREN

株式会社 読売広告西部

ご発注から掲載開始まで、おおよそ1ヶ月～1ヶ月半を想定しています

	1週目	2週目	3週目	4週目	5週目
マーケティング戦略	●				
サブスクリプション型LP「UKEZARA」		●	●	●	
LPのGAレポートニング				●	●
広告 (Google・Yahoo!・Facebook&Instagram)				●	●

業種・サービス内容・クリエイティブ・時期などで数値は大きく変動します

媒体	表示回数	クリック数	クリック率	クリック単価	利用額
Yahoo!検索	45,455	455	1.00%	¥220	¥100,000
YDA	2,222,222	1,111	0.05%	¥90	¥100,000
Google検索	15,152	455	3.00%	¥220	¥100,000
GDN	427,350	1,282	0.30%	¥78	¥100,000
Facebook/Instagram	71,429	500	0.70%	¥200	¥100,000

※上記金額には、バナーなどの制作費は含まれておりません。
※上記数値はあくまでシミュレーションです。実際の配信数値を保証するものではありません。
※掲載される期間、タイミング、内容によって数値は大きく変動します。また状況によって希望期間内に全額使用できないケースもございます。
※全施策ともご発注後、もしくはクリエイティブ入稿後に広告審査が開始されます。ご希望のクリエイティブが審査落ちする場合もございます。
※申込後のキャンセルは対応できない場合がございます。
※掲載は終了後のレポートをもって報告とします。掲載キャプチャの送付は対応できません。
※掲載終了後の報告は数値レポートの提出のみとなります。考察が必要な場合は別途ご相談ください。