

ITmedia ビジネスオンライン特集

ファンを育て、利益を生む カスタマーサクセスの始め方

特集実施期間 2022年5月9日～12月31日

更新日 2022年8月18日

カスタマーサクセス特集はじめました

マーケティング・シンカ論

ITmediaビジネス
ONLINE

ITmedia ビジネスオンライン > マーケティング・シンカ論



全社カスタマーサクセス体制を採用：
急成長サブスク企業、カスタマーサクセス職採用
を断念した3つの“誤算” 応募は180人もいたの
に、なぜ？



【特集】カスタマーサクセスの始め方：
カスタマーサクセスは「顧客の御
用聞き」？ 顧客との関係構築で
陥りがちな“誤解”を解説（前編）



【特集】カスタマーサクセスの始め方：
売り切り型ビジネスに、カスタマ
ーサクセス部は必要か？ 顧客と
の関係構築で陥りがちな“誤解”を
解説（後編）



右肩上がり：
3年間で求人数が“12倍” なぜ今
「インサイドセールス・カスタマ
ーサクセス」が人気なのか

編集部おすすめ記事



異色の元ビジュアル系社員が、
たった1人でインサイドセール
スを立ち上げるまで ～メール
配信での大失敗、社内のすれ違
いを乗り越えて～



初週売り上げ、過去最高！ 異
例のロングスカートが生まれた
ワケ ヤフーと三越伊勢丹が見
抜いた「隠れた欲求」



「売れなかった」ハムサンド、
カメラ50台で真相解明 高輪
GW駅「無人決済コンビニ」の
実力

注目のテーマ



これからの人事のあるべき姿とは
戦略人事の時代



仕事の当たり前を「シフトする」
#SHIFT



【特集】
日本を変える「テレワー
ク」



特集概要

「顧客を成功体験へと導くための取り組み」を意味するカスタマーサクセスという職種の重要性が広がっている。顧客の満足度向上を目指しながら、自社に利益をもたらすのがカスタマーサクセスの役割。一方、ただの御用聞きとして見られたり、逆にコストセンターとしてお荷物扱いされたりすることも……。カスタマーサクセスが「利益を生む部隊」として活躍するにはどうすべきか？各社の成功・失敗事例から紐解いていく。



特集概要



「顧客を成功体験へと導くための取り組み」を意味するカスタマーサクセスという職種的重要性が広がっている。顧客の満足度向上を目指しながら、自社に利益をもたらすのがカスタマーサクセスの役割だ。一方、ただの御用聞きとして見られたり、コストセンターとしてお荷物扱いされたりすることも……。カスタマーサクセスが「利益を生む部隊」として活躍するにはどうすべき？各社の成功・失敗事例から紐解いていく。

Pick UPI



【特集】カスタマーサクセス体制を断念！急成長サブスク企業、カスタマーサクセス職採用を断念した3つの“誤算” 応募は180人もいたのに、なぜ？

サブスクはコロナ禍で大きく業績を伸ばしたサービスの一つだ。おやつや定期便サービスを展開するサブスクミーも会員数を大きく伸ばしたものの、新規会員を定数させる施策を講じるのが急務となった。そこでカスタマーサクセス職の採用に乗り出したが、結果は失敗に終わることに。採用を断念することになってしまった3つの“誤算”とは？

(2022年5月12日)



【特集】カスタマーサクセスの始め方：売り切り型ビジネスに、カスタマーサクセス部は必要か？ 顧客との関係構築で陥りがちな“誤解”を解説（後編）

サブスクリプションモデルやSaaSビジネスの広がりに伴い、「顧客の成功」を意味するカスタマーサクセスの重要性が高まり始めている。花王やキュービーなど大手企業も部署開設に動き出し、盛り上がりを見せる。しかし、そもそも「売り切り型ビジネス」にカスタマーサクセスは必要なのか？ 顧客との大事な関係構築となるカスタマーサクセスで陥りがちな誤解を解説していく。

(2022年5月11日)



【特集】カスタマーサクセスの始め方：カスタマーサクセスは「顧客の御用聞き」？ 顧客との関係構築で陥りがちな“誤解”を解説（前編）

サブスクリプションモデルの広がりに伴い、「顧客の成功」を意味するカスタマーサクセスの重要性が高まり始めている。花王やキュービーなど大手企業も部署開設に動き出し、盛り上がりを見せる。しかし、顧客の御用聞きやコストセンターといった偏った印象を持つ人もいるようだ。顧客との大事な関係構築となるカスタマーサクセスで陥りがちな誤解を解説していく。

(2022年5月9日)

» ページトップへ



“顧客との付き合い方”のデザイン法 (2) : カスタマーサクセス立ち上げ、どうしてつまづいた？ “3つの失敗”から学ぶ心得



右肩上がり：3年間で求人数が“12倍” なぜ今「インサイドセールス・カスタマーサクセス」が人気なのか

●ノウハウから事例まで幅広く

「カスタマーサクセスってそもそもどうやって始めるの？」「部署新設時に気を付けるべきことは？」などの基本情報や、事業を進めていくにあたって陥りやすいミスや誤解を解説。そのほか、カスタマーサクセスの成功・失敗企業を事例として紹介。

事例記事としては、カスタマーサクセス×サブスクリプションが多いですが、今後はメーカーや百貨店などへの取材を通して幅広い読者を集めていきます。

掲載済みの記事：

- ・カスタマーサクセスは「顧客の御用聞き」？ 顧客との関係で陥りがちな“誤解”を解説（前編）
- ・売り切り型ビジネスに、カスタマーサクセス部は必要か・ 顧客との関係構築で陥りがちな“誤解”を解説（後編）
- ・3年間で求人数が“12倍” なぜ今「インサイドセールス・カスタマーサクセス」が人気なのか
- ・急成長サブスク企業、カスタマーサクセス職採用を断念した3つの“誤算” 応募は180人もいたのに、なぜ？ etc

掲載予定の記事：

- ・「なぜ当社のサービスは解約されてしまうのでしょうか？」を解明
- ・百貨店ビジネスが落ち込む丸井、どうやって稼いでいるの？
- ・花王のカスタマーサクセス戦略、大解剖 etc

特集概要

ターゲット層

- サブスクビジネスを展開する企業のマーケ・CS担当者
- 今後、サブスクビジネスを始めようと思っている企業の経営層
- 売り切り型ビジネスを展開しているが、顧客のファン化を推進したいと考えているマーケ担当者
- CS部署の立ち上げを進めているが、どこから手をつければいいのか悩んでいる経営層やマーケ担当者
- CS部署の存在をアピールすることで競合との差別化を図っていききたい経営者・マーケ担当者
- CSに関するサービスを展開しているベンダーやコンサル

ファンを育て
利益を生む

カスタマー
サクセスの
始め方
特集

ITmedia ビジネスオンライン 概要



ITmedia ビジネスオンラインは、ビジネスパーソンがキャッチすべき企業・業界動向、彼らが抱える業務上の課題を解決するヒントを提示。戦略立案、働き方改革につながるアクションを促します。

- ① 経営・総務・人事・財務・経理・営業・マーケターなど「職種」
- ② 金融・小売など「業種」

職種・業種別のコーナーも運営し、各領域でのデジタル活用の可能性も探ります。

媒体
スペック

月間約4740万PV／約1145万UB (2022年7月実績)
メルマガ購読数約14万件 (2022年2月時点)

主要読者

経営層、経営企画、人事・総務、財務、営業、
事業企画、商品企画・開発、マーケティング など

コンテンツ

企業・業界ニュース
職種別コーナー
業種別コーナー
課題別コーナー

ビジネスのデジタル化や働き方改革、人材育成などの 業務課題の解決を担うアクションリーダー



ユーザー企業勤務

約**81%**

業務関連職 (LOB)

約**73%**

新規プロジェクト
関与

約**70%**

製品導入関与

約**70%**

課長以上
役職者

約**70%**

勤務先の課題

- ・ビジネスのデジタル化
- ・データ分析・活用
- ・新規事業の立ち上げ
- ・情報セキュリティ対策
- ・人材育成／人材マネジメント

関心事項

- ・DX事例
- ・データ活用
- ・ロボティクス・人工知能
- ・業種別動向、ビジネス事例
- ・セキュリティ

職種・業種別に“ターゲット読者”の業務改善・デジタル活用を推進

職種	
総務	46万UB (*) 
人事	32万UB (*) 
マーケター	41万UB (*) 
財務・経理	25万UB (*) 
経営	116万UB (*) 

業種	
金融	15万UB (*) 
小売	45万UB (*) 

(*) ITmedia ビジネスオンラインの総UBおよび「ITmedia ビジネスオンライン 読者プロフィール調査 2022」を参考にした想定値

特集連動 タイアップ記事広告のご案内

「カスタマーサクセス」タイアップ実績

顧客接点の獲得とCX向上に効く！ LINEミニアプリが「デジタル化特効薬」な理由

ITmediaビジネス
ONLINE
Special

ITmedia ビジネスオンライン > 顧客接点の獲得とCX向上に効く！ LINEミニアプリが「デジタル化特効薬」

LINE公式アカウント・LINE広告との連携も盛り

顧客接点の獲得とCX向上に効く！ LINEミニアプリが「デジタル化特効薬」な理由

顧客体験を向上させることの重要性が高まる中、コロナ禍を受けてさらなるデジタル化を踏まえた顧客接点の設計が求められている。中でも、顧客と直接的な接点を持ち、デジタル化が他業界と比較すると遅れているとされる飲食や小売などの業界では対応に悩む企業も多いのではないかと。そこで「デジタル化特効薬」として活用したいのが、LINEミニアプリだ。

© 2022年10月13日 10時00分 公開

[PR/ITmedia] [公式] LINEミニアプリ サービス | LINE for Business



CX（顧客体験）を向上させるためには顧客との接点を改善することが求められる。ただし、顧客接点の改善といっても、従来のように店舗でプラスチックの会員カードを発行したり、Webサイトやメールマガジンからの流入だけに頼ってやりくりしては思うような結果に繋がりにくい。

もし、店舗側もユーザーも気軽に使えるツールで顧客接点を持つことができ、そこで得られたデータを基に、シームレスなコミュニケーションをとれる手段があれば、CXの向上だけでなく、ビジネスの強化につながる。これを実現できるのが、**LINEミニアプリ**であり、**LINE公式アカウント**だ。

今回は、主にLINEミニアプリについて、LINEの武蔵野ウォーレン道夫氏（ミニアプリ事業企画室 Growth企画チーム マネージャー）に話を聞き、いかに同社のソリューションがデジタル化、そして顧客接点・CXの向上に関する「特効薬」となるかを解説していく。

コロナ禍をきっかけに重要性を増す「デジタルの顧客接点」

コロナ禍において、飲食店や小売店、その他サービス業など顧客と直接関わるような業界では、顧客接点のデジタル化や業務効率化がこれまでに以上に急務となった。これまででは少子高齢化による労働人口の減少などが課題だったが、そこに加えて感染防止の観点から非接触のニーズなども高まっている。

「コロナ禍の影響はありましたが、こうした変革におけるCXの課題自体は変化しただけではありません。以前から注目されていた、『O2O（Online to Offline）』や『OMO（Online Merges with Offline）』などのキーワードが代表するように、オンラインをうまく組み合わせ、店舗というオフラインを内包する形など新たな顧客接点を構築する必要があるといるでしょう」と武蔵氏は解説する。



(LINE株式会社)

顧客満足度は調査は「1問」で十分 売上に直結するCXの改善方法とは

マーケティング・シンカ論

ITmediaビジネス
ONLINE
Special

ITmedia ビジネスオンライン > 顧客満足度は「1問」で十分 売りに直結するCXの改善方法とは

「満足」だけでは不十分？

顧客満足度調査は「1問」で十分 売りに直結するCXの改善方法とは

多くの企業が顧客満足度に関連するCX（顧客体験）の重要性に気づき、調査などを導入している。一方で、調査が満足しているという結果が出ているにもかかわらず解約をしたりリピートしてくれなかったり、「満足が売りに直結していない」「高い解約率がある」といった顧客のCX向上に対する課題を解決する糸口になる。たった「1問」で抽出できる指標がNPSだ。

© 2022年10月13日 10時00分 公開

[PR/ITmedia]



CS（顧客満足度）の調査を行っている企業は多いが、定性的なことから売り上げなどの結果になかなか結びつかず、悩んでいるケースも多い。例えば、アンケートでは多くの顧客が「満足している」と回答したのに、翌月の解約率が高くなることもある。「満足している顧客」が必ずしも「リピートする顧客」とは限らないのだ。

顧客の中にはリピート購入だけでなく、よく口コミを広げたり、競合を選ぶ行動を取ったりする人がいる。こうしたロイヤリティが高い顧客を増やすことが業績を向上させることにつながる。このロイヤリティの高い顧客を見つけるために使われる指標が「Net Promoter Score (NPS) ①」だ。

①Net Promoter ScoreとはNPSは、ペイン・ポイント・ファンに分類、プロモーター・ダイナモ、ナイス・スラックス、目立たないスラックス、スラックスの分類標準です。

NPSは顧客ロイヤリティの底合いを測る指標で、今まで計測するのが難しかった企業やブランドへのロイヤリティを定量化・数値化できる。これまでのCSと違い、業績との連動性が高いのが特徴だという。

例えば、あるネット銀行企業はNPSをコアのKPIとして設定して、NPSをベースに改善施策を打っている。その結果、NPSが高くなるごとに企業利益や口座数も連動して伸び、業績に大きな貢献を果たしている。また、ある生命保険企業でも、NPSの改善・向上に伴い、保有契約年換算保険料が大幅に向上している。

このような事例を基に考えると、NPSは単なる「顧客ロイヤリティ指標」ではなく、「KPIとして製品・サービスおよびコミュニケーション改善のPDCAサイクルを回していく経営改革手法」として捉えることができる。

こうした従来のCSとは大きく異なる効果を生み出すNPSとは、具体的にどういうものなのか。NPSを活用して顧客のロイヤリティを向上させるにはどうしたらいいのかが、本記事では、NTTコムオンライン・マーケティング・ソリューション株式会社の代表取締役社長、

関連リンク



NTTコム オンライン NPSトータルソリューション



NPS関連資料ダウンロード



NPS導入・活用コンサルティング

(NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社)

特集連動プロモーションプラン

行動履歴ターゲティングタイアップ	読者の行動データをもとに興味・関心の高い人だけを誘導するタイアップ記事広告	1,900,000円 10,000PV保証	特集連動 特典付
PV保証タイアップ	特定ターゲティングは行わず幅広い認知を行うタイアップ記事広告	1,900,000円 10,000PV保証	特集連動 特典付
リード提供型タイアップ	タイアップ掲載期間中に、オリジナルのアンケートもあわせて実施。閲覧者のリード/アンケート情報の獲得が可能	2,000,000円 1か月掲載保証/リード50件	
メール版タイアップ	HTMLメールによる配信型タイアップ記事広告	900,000円	
オーディエンスターゲティングバナー	読者の行動データと属性データを元に配信するバナー広告	imp単価3.0円～	
特集連動再誘導	特集にマッチしたタイアップ記事広告を出稿の方に限り、特集TOPへの貴社ロゴ掲載を含めた再誘導を実施	1,600,000円 10,000PV保証	特集連動 ディスカウント

行動履歴ターゲティングタイアップ

特集運動特典：
ITmedia ビジネスオンライン Special版メール（定価50万円）
無料セット

読者の行動データ（記事閲覧履歴）を元に「興味・関心」を特定「興味・関心」の高い人だけをタイアップへ誘導します

「興味・関心の高い人」を中心に認知度を向上

興味・関心の高い人のみに誘導広告を表示するため、興味・関心を持つ人を中心に認知度を向上させる効果が期待できます。

アイティメディアへ訪れたことがない人へもアプローチ

読者の行動データを外部サービスへ連携。拡張配信を行うことで、アイティメディアに訪れたことのない、同じ「興味・関心を持つ人」を外部メディアで捕まえる事が可能に。読者のリーチが広がります。



誘導広告



通常タイアップとの
効果比較

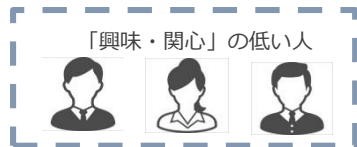
記事滞在時間

約1.8倍

最後まで記事を読んだ読者数

約1.5倍

2019年4月～9月に実施した案件の平均値で比較



実施料金

¥1,900,000（税別、Gross）

広告仕様

保証形態 PV保証

保証PV 10,000PV

掲載期間 最短1週間～想定2ヶ月（保証PV達成次第終了）

仕様
タイアップ記事 1本制作
約3000～4000字、図版2,3点（取材あり）
コンテンツ掲載費含む
閲覧レポート（PV,UB,閲覧企業等）

特典
特集TOPリンク
ロゴ掲載（最大10枠／先着順）

- ・ キーワードは自由に選定可能ですが、弊社内でのUB数が10万UBを下回る場合、調整をお願いする場合がございます。
- ・ 本サービスは、オーディエンスの拡張配信及び、外部メディアを利用したプランとなります。
- ・ 外部メディアの利用先はアイティメディアが内容に応じて、最適な配信先を選択します（指定出来ません）
- ・ 誘導原稿はアイティメディアが準備いたします（事前の確認・指定はできません）
- ・ 誘導広告は保証PV達成次第、掲載を停止いたしますが、最低1週間は掲載を保証いたします。

行動履歴ターゲティングタイアップ：ターゲット&オーディエンス

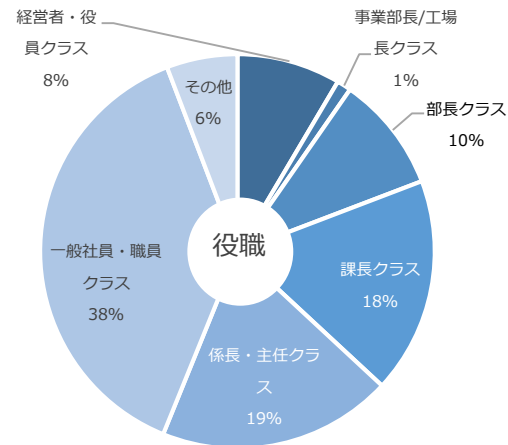
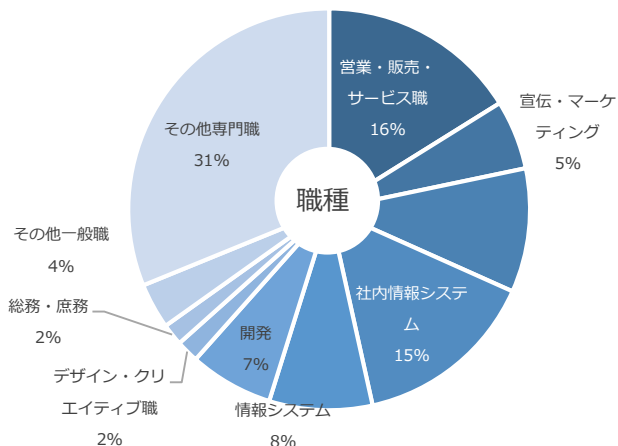
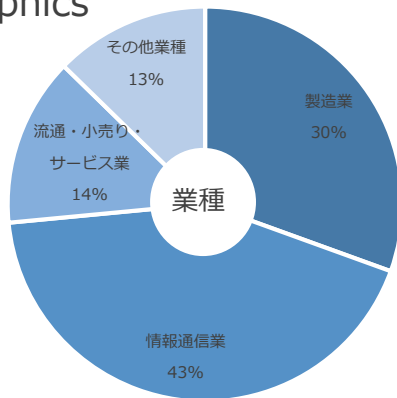


「カスタマーサクセス」
「営業支援」「顧客管理」「CRM」
に関心がある読者

よく読まれている記事

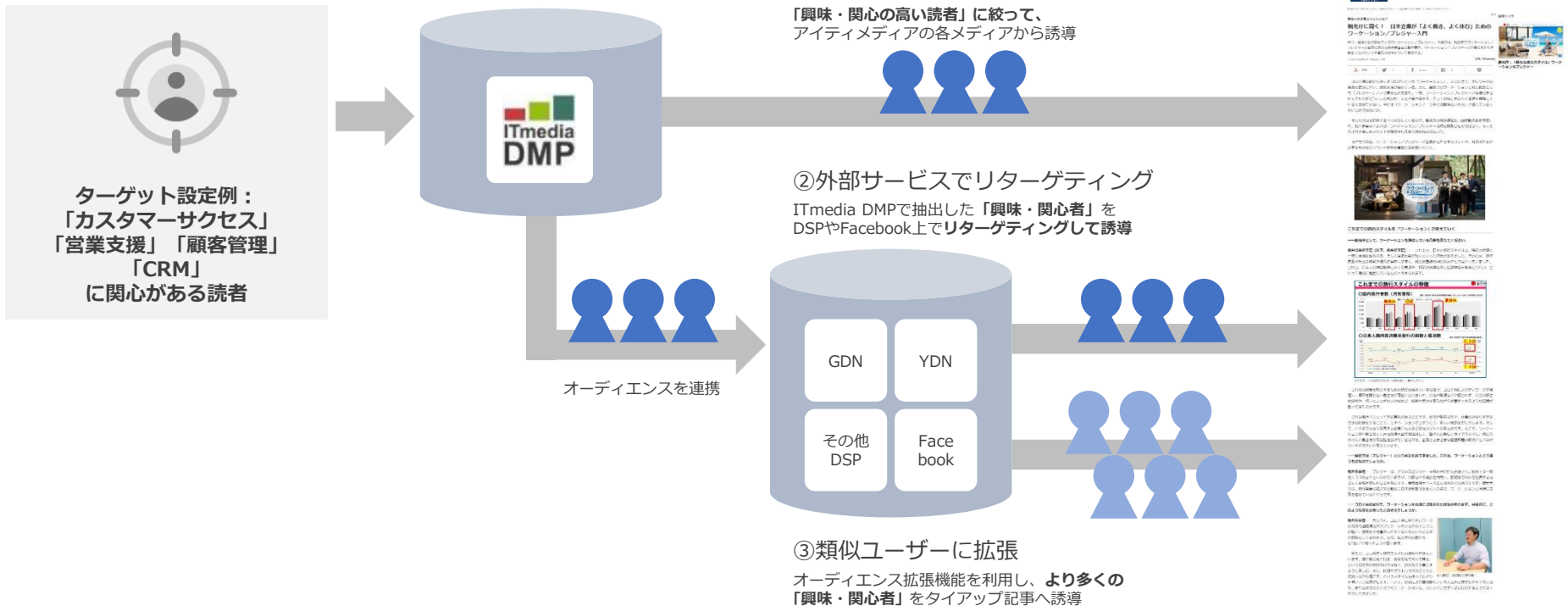
- ・ [「対面重視」の美容業界に訪れた“DXの波” コーサーの「触れない接客」に高評価が付く理由](#)
- ・ [3年間で求人数が“12倍” なぜ今「インサイドセールス・カスタマーサクセス」が人気なのか](#)
- ・ [「成果が見えづらい……」 カスタマーサクセス管理の失敗から学ぶ“キャリアパス”の設計法](#)
- ・ [カスタマーサクセス立ち上げ、どうしてつまづいた？ “3つの失敗”から学ぶ心得](#)

Demographics



行動履歴ターゲティングタイアップ：誘導イメージ

ターゲット・オーディエンス+類似ユーザー誘導することで掲載効果UP



PV保証タイアップ記事

特定対象にターゲティングはせず、
より幅広い認知拡大に重きをおいたPV保証型のタイアップ記事

特集TOP
タイアップ記事専用誘導枠



媒体TOP/記事面など
タイアップ記事専用誘導枠



タイアップ記事



特集運動特典：
ITmedia ビジネスオンライン Special版メール（定価50万円）
無料セット

実施料金

¥ 1,900,000 (税別、Gross)

広告仕様

保証形態	PV保証
保証PV	10,000PV
掲載期間	最短1週間～想定2ヶ月 (保証PVを達成次第終了)
メニュー	タイアップ記事 1本制作 約3000～4000字、図版2,3点' (取材あり) コンテンツ掲載費含む 閲覧レポート (PV,UB,閲覧企業等)
特典	・ 特集TOPリンク ・ ログ掲載 (最大10枠/先着順) ・ 誘導原稿はアイティメディアが準備いたします (事前の確認・指定はできません) ・ 誘導広告は保証PV達成次第、掲載を停止いたしますが、 最低1週間は掲載を保証いたします。 ・ 期間保証型のタイアップ商品もございます。詳細はお問い合わせください。

リード提供型タイアップ記事

タイアップ掲載期間中に、貴社オリジナルのアンケートもあわせて実施、
閲覧者のアンケート回答/リード情報の獲得が可能

ITmediaビジネス
コロナ禍で注目される研修などの動画配信 Web会議ツールでは不十分な理由とは？

ITmedia
アンケート

アンケートを送信しました。
ご協力ありがとうございました。

アンケート

アンケート回答後
次ページへ

回答および
回答者個人情報
想定50件

実施料金

¥ 2,000,000 (税別、Gross)

広告仕様

保証形態	期間保証
掲載期間	1カ月間
メニュー	タイアップ記事 1本制作 約2000~3000字、図版1,2点 (取材あり) アンケートフォーム制作 プロフィール獲得 (想定50件) 閲覧レポート (PV,UB,閲覧企業等)
誘導枠	ITmedia ビジネスオンライン トップリンク (1カ月間) サイドリンク (1カ月間) 記事下リンク (2週間) スマホリンク (2週間) ITmedia ビジネスオンライン通信 Special版 1回 ※アンケート誘導用
特典	・特集TOPリンク ・ロゴ掲載 (最大10枠/先着順)

※アンケートの特典付与を実施の条件とさせていただきます。読者用特典は弊社側で用意致します。
※獲得したリードは管理サイトからダウンロードすることができます。(日次更新)
※アンケートの設問は貴社にてご用意下さい。設問10問以内。
※ Special (記事部分) のレポート内容はPV、UB、滞在時間、記事を読んだ企業の属性、企業名 (一部抜粋)
※ 回答後ページについてのレポートは致しません。
※ アンケート回答者個人情報の件数および属性を保証するものではありません。

タイアップ記事制作スケジュール

特集期間：2022年7月～12月31日（予定） 申込締切：2022年11月18日（金）

想定スケジュール

掲載までのスケジュールはお申込み後別途ご案内いたします。詳細については各営業担当にお問い合わせください。



※「制作～校正」の期間中には初校・再校・念校が含まれます。念校では“再校時にご依頼いただいた修正内容が反映されているかどうか”の最終確認を行っていただきます。

ご注意事項

- ・制作した記事広告の著作権は、当社および制作スタッフ（ライター、カメラマンなど）に帰属します。
- ・印刷物でのご利用は二次利用費が発生いたしますので、利用をご希望される場合は、担当営業までお問い合わせ下さい。
- ・著名人のアサインや、遠方への取材などが必要な場合は、別途料金を頂戴いたします。
- ・お申し込み後、広告主様の都合で合意いただいた内容から大きく変更を行う場合、以下の追加費用が発生する場合がございますのでご了承ください。

- ・初校の出し直し：¥300,000
- ・念校以降の修正：¥100,000
- ・再取材のご要望についてはご相談下さい。 ※全て税別・グロス

メール版 タイアアップ

貴社の製品・サービス情報を、HTMLメール形式のコンテンツで読者に配信

メール版タイアアップ記事広告は、貴社の製品・サービス情報を解説するコンテンツを、1通独占のメール広告に載せて読者に届けるタイアアップ記事広告商品です。メールで届いても、読みやすいようにメールに適した文字量（約700字程度）で記事をまとめます。また、Webページへの掲載も行いますので、メールを配信したら終わりではなく、残るコンテンツとしてご活用頂くことが可能です。

特徴

編集部が貴社の新製品・新サービスに関する情報を独自の視点を交えてわかりやすく解説するタイアアップ記事広告を制作し、その内容をHTMLメールに載せて配信します。

このようなクライアント様におすすめです

- 認知されていない製品・サービスの訴求を効果的に行いたい
- 記事タイアアップなどでデジタルプロモーションを行いたいが、予算がかけられないので、まずはトライアルで実施してみたい
- タイアアップを実施してみたいけど、忙しくてあまり手間をかけたくない
- メルマガで情報を提供するだけでなく、Webページにも記事を残したい

メール版 タイアップ 配信イメージ/料金

リリース要点まとめ


通常のニュース記事の形で製品・サービス紹介をプレスリリースや商品資料をもとに掲載

文字数：500文字程度
図版：1点まで

編集部視点

読者にとってポイントとなる部分を編集部視点を加えてまとめます。

文字数：200字程度



2020/07/04

営業生産性をアップする「セールス・イネーブルメント」とは？

働き方改革を推し進める上で、業務効率化と生産性の向上の同時実現は企業にとって重要課題の1つだろう。だが、具体的にどうすればいいのかわからないと頭を悩ます企業も多いのではないかと。

いま、「SalesTech」（セールステック）という言葉がクローズアップされつつある。ITと融合した新しい金融サービスを生み出す「FinTech」などと同様、テクノロジーを営業アップにつなげる新しいトレンドがSalesTechだ。

「Handbook」はビジネスシーンで必要なプレゼンテーション資料や提案書、勉強資料などのコンテンツをクラウド上で管理し、タブレットやスマートフォン、Windows 10搭載PCといったモバイルデバイスで共有・活用できる管理システムだ。

直感的に操作でき、専門知識がなくても簡単にコンテンツ作成や配信が可能なお点も特長。対応するコンテンツは、オフィスソフトやPDFを始め、動画、360度ビュー、VRコンテンツ、HTML5を利用したリッチコンテンツ——など多岐にわたる。

これまで営業先に出向く際にはたくさんの資料やカタログを印刷して持ち帰らなければいけなかった場合でも、「Handbook」掲載デバイスが1台あればその煩わしさから解放されるというわけだ。

コンテンツにはフィードバック機能やアンケート機能を設定でき、情報収集機能も持つ。管理者側は営業担当者のコンテンツ利用状況なども確認できるため、営業活動を正面的に把握することも可能だ。集積した貴重なデータはセールスツールの最適化などさまざまな用途に生かせるだろう。



ITmedia ビジネスオンライン編集部の「ここがポイント」

営業にITなどのテクノロジーを適用し、営業生産性向上を支援する仕組みを目指す「SalesTech」が急速に注目を集めているように、営業部門でのIT活用の必要性が見込まれている。今回ご紹介した「Handbook」は営業コンテンツの作成から活用、情報収集・分析に至るまで、多方面から営業担当者をサポート。これからの時代のニーズを捉えたツールの1つといえるでしょう。

[サービス詳細、お問い合わせはこちら](#)

[提供：〇〇株式会社]

配信メールイメージ
※実際の配信はデザインが異なる場合がございます。

会員向けメールマガジンを配信

メルマガ対象メルマガ
ITmedia NEWS アンカーデスクマガジン
Special版

配信数：約26,000通
配信日：月～金

メディア上にも掲載



※掲載のみで誘導は別費用となります

実施料金

¥ 900,000 (税別、Gross)

広告仕様

提供内容

- ・簡易タイアップ記事 1本制作 (700字程度)
- ・HTMLメールでのコンテンツ配信
- ・制作メディアでのコンテンツ掲載

レポート

- ・配信数
- ・開封率
- ・クリック数
- ・CTR

- ・取材無しが前提の簡易タイアップです。掲載を希望する商材の他、製品情報などで強調したいポイントがある場合は予めお知らせください
- ・資料ご提供後、約5営業日で掲載内容をご確認いただくテキストファイルをお送りいたします
- ・配信日は他社様案件の状況により、ご要望に沿えない場合がございます。あらかじめご了承下さい。
- ・アーカイブ掲載ページへの誘導もオプションで承ります。担当営業までご相談下さい。

スケジュールイメージ

情報ご提供からメール配信までは約3〜5週間かかります

お申し込み

コンテンツ、HTMLメール制作に必要な以下の情報をご提供下さい。（取材なしのプランです）

- ・ 製品・サービス情報（製品資料、プレスリリースなど）
- ・ 画像（1点）
- ・ リンク先URL、リンクテキスト（3点以内、うち1点はリンクボタンとして設置）

製品・サービス情報などで強調したいポイントがある場合はあらかじめお知らせください。
要点まとめは500字程度 + 編集部の視点は200文字程度となります。

校正作業

校正のスケジュール及び内容は以下の通りとさせていただきます

5営業日後：初稿 → 3営業日後：戻し

3営業日後：念校 → 2営業日後：戻し

なお、校正は2回まで。校正回数が規定を超える場合は10万円（ネット）／回の費用が発生します。また、校正回数が増えた場合は公開・メール配信までのスケジュールも再度調整させていただきます。

HTMLメール配信準備

校了原稿をもとに、HTMLメールを作成します。

※ メーラーの設定でHTML形式メールを受信していない読者にはテキスト形式メールが表示されます

配信・アーカイブ掲載

配信後、レポート（配信数、開封率、クリック数、CTR）とアーカイブ掲載のURLをご連絡させていただきます。

ITmedia NEWS/ITmedia ビジネスオンライン特集連動 タイアップ記事広告再誘導 (PV保証)

特集連動特典：
特別ご提供価格「160万円」 (定価190万円)

ITmedia NEWSおよびITmediaビジネスオンラインでの特集にマッチした
タイアップ記事広告を既出稿の方に限り、特集TOPへの貴社ロゴ掲載を含めた再誘導を実施
新規制作の手間なく、テーマとあわせた露出が可能です



特集TOP
タイアップ記事専用誘導枠



媒体TOP/記事面など
タイアップ記事専用誘導枠



タイアップ記事

実施料金







1,600,000円/10,000PV
@160円 (税別、Gross)

広告仕様

保証形態	PV保証
保証PV	10000PV
掲載期間	最短1週間～想定2ヶ月 (保証PVを達成次第終了)
メニュー	特集TOPおよび記事面からの誘導 コンテンツ掲載費含む 閲覧レポート (PV,UB,閲覧企業等)
特典	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特集TOPリンク ・ ロゴ掲載 (最大10枠/先着順)
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 10000PV以外の保証数についてはご相談ください ・ タイアップ記事の修正については別途費用を頂戴します ・ ロゴ掲載について同時に複数社様からの協賛を頂いている場合、ローテーション表示となります。 ・ 誘導原稿はアイディメディアが準備いたします (事前の確認・指定はできません) ・ 誘導広告は保証PV達成次第、掲載を停止いたしますが、最低1週間(は)掲載を保証いたします

特集趣旨に沿わないタイアップ記事広告の再誘導はお断りすることがございます。
可否については担当営業までお問い合わせください

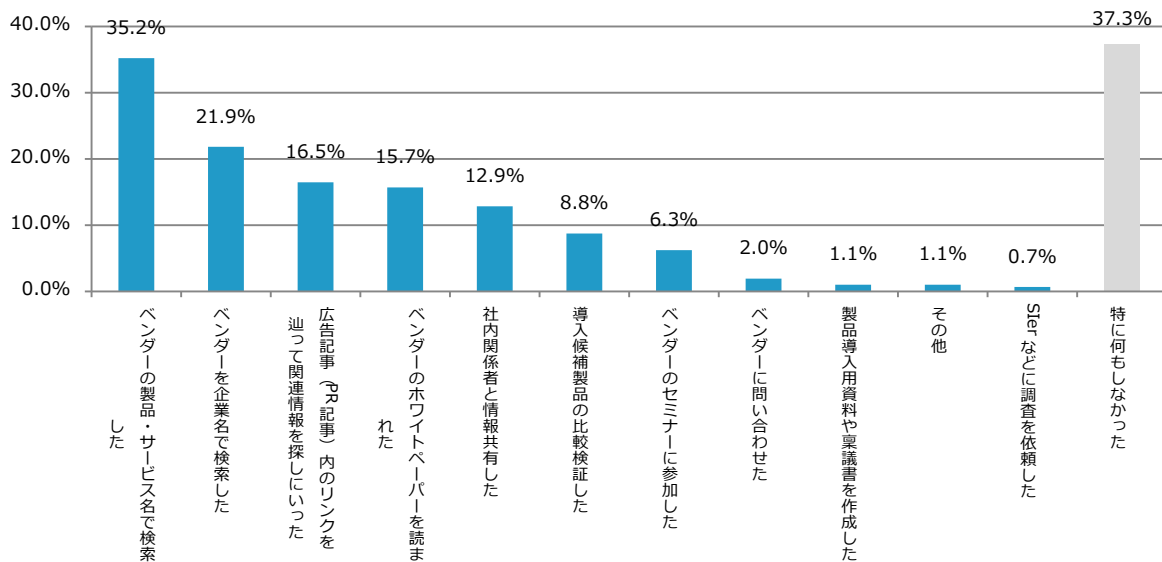
ITmedia NEWS/ITmedia ビジネスオンライン特集連動 タイアップ記事広告再誘導 (PV保証)

協賛可能「常設特集」 (2022年8月現在)	キーワード	メディア
SaaSビジネス研究所 	SaaSビジネス	ITmedia NEWS
Cloud User 	クラウドコンピューティング	
しごと発掘ラボ 	キャリア、仕事	
SaaS セレクト with ITreview 	SaaS選定	
AI+ 	AI	
セキュリティ・ホットトピックス 	セキュリティ	ITmedia ビジネスオンライン
攻める総務 	総務	
変革の財務経理 	財務経理	
戦略人事の時代 	人事	
マーケティング・シンカ論 	マーケティング	
日本を変えるテレワーク 	テレワーク	
#SHIFT 仕事の当たり前を「シフト」する 	働き方	
トップインタビュー 会社を強くする 	経営層	
リテール大革命 	店舗、小売り	

広告記事の効果的な利用方法

アイティメディアの実施した調査によると、広告記事閲覧者の62.7%が閲覧後に何らかの行動を起こしており、最も多い行動は「ベンダーの製品・サービス名を検索する」でした。この「閲覧」→「検索」へ読者を誘導するためには、記事広告を継続的に露出させる手法が効果的です。制作の手間なく露出を継続できる「タイアップ記事広告再誘導」をあわせてご検討下さい。

広告記事（PR記事）を読まれた後にとったことがある行動を、いくつでもお選びください。（複数回答可）



タイアップ記事広告 オプション

オプシオン：オーディエンスタージェティングバナー



専門性の高いコンテンツの閲覧履歴から特定される読者の関心事項と、アイティメディアIDの登録情報やIPアドレスに紐付く企業情報を掛け合わせたターゲティングバナー



配信セグメント例

「地方移住」「ワーケーション」「サテライトオフィス」「企業誘致」「地域活性化」「地方創生」関連記事を読覧した人 など

※在庫はお問合せください

オーディエンスタージェティングレクタングル

- 各メディアのファーストビューにレクタングルバナーを配信
- 最低実施10,000imp ~ /imp単価3.0円 / 実施価格 ¥ 300,000 ~
imp消化期間目安 1か月間 ~
- 入稿サイズ：左右 300pixel x 天地 250pixel (または天地 300pixel) 150KB 未満

オーディエンスタージェティングビルボード

- グローバルナビゲーション直下に大型サイズのバナーを表示
- 最低実施50,000imp ~ /imp単価6.0円 / 実施価格 ¥ 300,000 ~
imp消化期間目安 2週間 ~
- 入稿サイズ：左右 970pixel x 天地 250pixel 150KB 未満

オーディエンスタージェティングインリード

- 記事読了後の読者が自然な流れで違和感なく広告を表示させることが可能
- 最低実施50,000imp ~ /imp単価6.0円 / 実施価格 ¥ 300,000 ~
imp消化期間目安 2週間 ~
- 入稿サイズ：左右 640pixel x 天地 300pixel 150KB 未満

※ご指定の条件で最低実施impに満たない場合は、条件面や掲載期間についてご相談させていただきます。

オプション：オーディエンスターゲティングバナー

掲載面

ITmedia TOP、ITmedia NEWS、ITmedia ビジネスオンライン、ITmedia エンタープライズ、ITmedia エグゼクティブ、ITmedia マーケティング、@IT、TechTarget、キーマンズネット、MONOist、EE Times Japan、EDN Japan、スマートジャパン、BUILT

ターゲティング条件

行動ターゲティング

特定のキーワードを含むコンテンツに接触
特定のURLに接触
特定のキーワードが付与されたコンテンツに接触 など

属性ターゲティング

業種 職種(会員のみ) 役職(会員のみ) 従業員規模
売上規模 アクセスデバイス 都道府県 ブラウザ OS

原稿仕様

ファイル容量150KB 未満 入稿締切：3 営業前 差し替え回数：期間中 1 回

キャンセル規定

広告商品の発注書受領後、広告主様のご都合でキャンセルを行う場合は、下記の料率でキャンセル料を申し受けます。

商品		キャンセル料金	主な対象商品（下記以外の商品はお問合せ下さい）	
ディスプレイ広告、メール広告		入稿締切期日まで：50% 入稿締切期日以降：100%	各種ディスプレイ広告、メール広告	
記事企画 Special（タイアップ記事広告）		初校提出前まで：広告料金（制作費、掲載費、誘導費を含む一式）の50% 初校提出以降：広告料金（制作費、掲載費、誘導費を含む一式）の100%	期間保証型タイアップ PV保証型タイアップ	
リードジェン	件数保証型	リード獲得	キャンペーン開始前まで：広告料金（基本料金+リード料金）の50% キャンペーン開始後：広告料金（基本料金+リード料金）の100%	LeadGen. Basic / Segment ITmedia リサーチ
		制作オプション	初校提出前まで：広告料金（制作料金）の50% 初校提出以降：広告料金（制作料金）の100%	LG. Segment オプション 編集タイアップ制作 LG. Segment オプション ホワイトペーパー制作
		その他オプション	キャンペーン開始前まで：広告料金（オプション料金）の50% キャンペーン開始後：広告料金（オプション料金）の100%	LG. Segment オプション アンケートカスタマイズ LG. Segment オプション テレマーケティング
	期間保証型	ホワイトペーパー	キャンペーン開始前まで：広告料金の50% キャンペーン開始後：広告料金の100%	TechFactory 期間保証型LGサービス
		タイアップ	初校提出前まで：広告料金の50% 初校提出以降：広告料金の100%	TechFactory 期間保証型LGサービス
	長期リード獲得サービス		申込み金額の半額費消まで：広告料金（リード料金）の50% 申込み金額の半額費消以降：なし	LeadGen. Segment 長期利用プラン

媒体規定

広告の掲載につきまして

- ・ 広告の掲載可否（掲載中の掲載停止の可否を含みます）につきましては、アイティメディア株式会社が広告掲載基準に基づき判断し決定いたします。
- ・ 掲載された広告およびリンク先の内容についての一切の責任は、広告主が負うものとします。
- ・ 同ページに複数の広告が掲載される場合、同業種競合調整はいたしません。ご了承ください。

広告掲載基準

1. 掲載に関する基本基準

- (1) 弊社及び弊社の運営するサイトの信頼と品位を損なう表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (2) 法令、政令、省令、条例、条約、業界規制等に違反する表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (3) 虚偽、誇大、もしくは誤認、錯誤される恐れのある表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (4) 以下の類を含む、公序良俗に反する表現・内容を含む広告は掲載しません。
 - ・ 人権を侵害する恐れのある表現・内容
 - ・ 名誉毀損、プライバシーの侵害、信用毀損、誹謗中傷、その他不当な業務妨害となる恐れのある表現・内容
 - ・ 非科学的、迷信に類するもので、消費者を惑わせたり不安を与える恐れのある表現・内容
 - ・ 宗教信仰による布教活動を目的としている表現・内容
 - ・ 暴力、賭博、麻薬、売春などの犯罪行為を肯定、美化した表現・内容
 - ・ 醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与える表現・内容
 - ・ 性的に露骨、わいせつ、セクハラに該当するおそれのある表現・内容
 - ・ 風紀を乱し、犯罪を誘発するおそれのある表現・内容
 - ・ 賭博行為および投機等、射幸心を著しく煽る恐れのある表現・内容
- (5) 消費者を混乱させる恐れのある表現・内容を含む広告は掲載しない。
- (6) 団体・個人の氏名、肖像、写真、談話、商標、著作物などを無断で使用している恐れ、または権利侵害のある恐れのある表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (7) 広告内容及びリンク先に関し運営者が不明、または責任所在が明らかでない広告は掲載しません。
- (8) その他、弊社が不適当と判断した表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (9) 個人サイトの広告は掲載しません。

2. 掲載の停止

- (1) 掲載開始後に以下の事由が生じた場合、アイティメディアは広告掲載を停止することがあります。なお、アイティメディアは、本項目に基づく掲載停止に関し、広告主に対し何らの責めを負うものではありません。
 - ① 広告に含まれるリンク先サイトが、アイティメディアの責によらない理由によりデッドリンクとなっているとき
 - ② 広告に含まれるリンク先サイトがウイルスに侵された等、何らかの不具合が発生した場合
 - ③ 掲載を継続することにより第三者もしくはアイティメディアに損害が生じる恐れがある、または第三者もしくはアイティメディアの信用を損なう恐れがあるとアイティメディアが判断したとき
 - ④ 法令・業界規制等の改定、その他の掲載後に生じた事情の変更に伴い、広告の内容が広告掲載基準に違反することとなったとアイティメディアが判断したとき
 - ⑤ 広告掲載基準に違反すると、アイティメディアが判断したとき
- (2) 前項目（1）に基づき掲載停止した期間における広告主の広告掲載料の支払い義務は、免除されないものとします。

3. 掲載の中断

- (1) 掲載開始後に以下の事由が生じた場合、アイティメディアは広告掲載を中断します。
 - ① 火災、停電、天災地変、戦乱等の非常事態、インターネットトラフィックの過大等の不可抗力により広告配信サーバ又は広告配信システムが故障し、または機能不能となった場合
 - ② 広告配信サーバ又は広告配信システムの定期または緊急の保守・点検を行う場合
 - ③ 第三者によるハッキングやクラッキング、不正アクセス等、アイティメディアの責に帰すことのできない事由により広告配信サーバ又は広告配信システムに障害が生じた場合
 - ④ その他アイティメディアが広告配信サーバまたは広告配信システムの一時的な中断が必要と判断した場合
- (2) 前項目に基づく中断により、広告主の申込条件通りに広告掲載が不可能になった場合、または掲載された広告からリンク先への接続ができない場合等、広告掲載契約における当社の義務を履行できない事象が生じた場合におけるアイティメディアの義務は、可能な限り、当該事象を治癒することに限定されるものとします。また、当該事象がアイティメディアの故意または重大な過失によることが明らかである場合を除き、アイティメディアは当該事象に起因する広告主の損害について一切責任を負わないものとします。

アイティメディア株式会社

営業本部

- E-Mail : sales@ml.itmedia.co.jp
- Tel : 03-6893-2246/2247/2248
- Office : 〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町3-12
紀尾井町ビル 12F/13F (受付 : 13F)
- Web : <https://corp.itmedia.co.jp>

※本資料内の料金は全て税別・グロス表記です。
※ページデザインは変更になる場合がございます。