

2020年9月18日

報道関係者 各位

電通ダイレクトマーケティング、  
「CMに向いている会社とは？」効果的なテレビCMの活用方法  
に関するオンラインセミナーを開催

株式会社電通ダイレクトマーケティング（本社：東京都港区 代表取締役社長 近藤 一成）は、10月1日（木）に、オンラインセミナー「CMの効果がある会社とない会社とは!? 事業視点で考えるCM活用セミナー」を開催いたします。

近年デジタル化が進み、ますますネット広告へシフトしているなか、新型コロナウイルスによる在宅需要の影響で、テレビCMの存在感や影響力が増えています。

本セミナーでは、デジタル広告のみの施策で伸び悩んでいる、テレビCMを含めたオフライン広告で反応が鈍化している、などのお悩みの方に向けて、電通ダイレクトマーケティングによる独自調査をもとに、テレビCMによる広告効果改善の秘訣などをお伝えします。

記

【実施概要】

セミナータイトル：「CMの効果がある会社とない会社とは!? 事業視点で考えるCM活用セミナー」

日時：2020年10月1日（木）13:00~14:00

講師：電通ダイレクトマーケティング 統合コンサルティング部 部長 小林 裕宗

対象：事業会社のマーケティング・広告部門ご担当者様

※広告主様を対象としておりますので、同業他社・サービス事業者様・個人事業主・学生の方のご参加はお断りさせていただいております。

定員：100名様（抽選） 参加費：無料

申込締切：9月29日（火）

申込方法：下記URLにお申込みください。メールにて抽選結果をお知らせいたします。

申込URL：<https://www.ddm-dentsu.co.jp/seminar/>

<こんな課題をお持ちの方におススメです>

- デジタル広告メインで成長してきたが、デジタルだけだと厳しくなってきた
  - 過去に効果のあった媒体のCPAが鈍化してきた。
  - 新たな媒体・クリエイティブを試しても、以前より反応が鈍い、改善しない。
  - デジタルを使った認知施策を拡大してみたが、CPAがまったく合わない。
  - 過去にテレビCMを含めたオフライン広告をやってみたが、うまくいかなかった
- その他、現在の広告施策の課題にお悩みの方は、ぜひご参加ください。

【当日のプログラム】

- なぜCMが有効か ニューノーマル時代の行動喚起型CMとは
- CMをやるべき？ やめるべき？ 電通ダイレクトマーケティング独自調査より
- CMを成功させる2つのポテンシャルとは
- CMで獲得した購買意向の向上をCVにつなげるには
- 質疑応答

※プログラムは予告なく変更になる可能性があります。

【講師紹介】

**電通ダイレクトマーケティング 統合コンサルティング部 部長 小林 裕宗**

通販事業主に常駐し、新規顧客獲得からCRMまでプロジェクトマネジメント、短期で数十億を超える成長をともにする経験を持つ。

現在では事業戦略コンサルタントとして、ECからリアル店舗、オンオフ統合した戦略と「ブレイクスルーする施策」を実行・改善し続けている。

以上

■株式会社電通ダイレクトマーケティング

電通ダイレクトマーケティングは、ダイレクト領域における独自のノウハウに、デジタル領域の専門知識・新技術を組合せることで、商品開発／事業計画／販売戦略から顧客管理まで、オンオフ統合したソリューションをワンストップで提供。お客様の事業の立ち上げから拡大までをサポートしています。

社名：株式会社電通ダイレクトマーケティング

設立：2007年6月11日

資本金：3億100万円（2018年7月1日現在）

株主：株式会社電通グループ（100%出資）

社員数：163名（2020年1月1日現在）

URL: <https://www.ddm-dentsu.co.jp/>

■本件に関するお問い合わせ

株式会社電通ダイレクトマーケティング カンパニー・デザイン2部

担当：足立・佐藤 TEL：03-6858-9510（代表）

E-mail：ddmkouhou@group.dentsu.co.jp

※テレワーク推奨中のため、メールにてお問合せください。