

「モバイル・マーケティング業界の常識を打ち破る
高い反応・効果を叩き出す
ケイマガの中味と戦略とは？」

- 一般サイトで「広告モデル～キャリア課金モデルまで」
数々のモバイル・マーケティング事例をご紹介
日本初モバイル専用アドサーバーを実演！ -

代表取締役社長 小野達人



- 出版社が持つ雑誌ブランド

- 雑誌社が持つ独自のブランド力を活かしてユーザにアプローチすることが可能。立ち上げから信頼性のあるモバイルサイト

- 470誌以上と提携済みという事実(2008年1月現在)

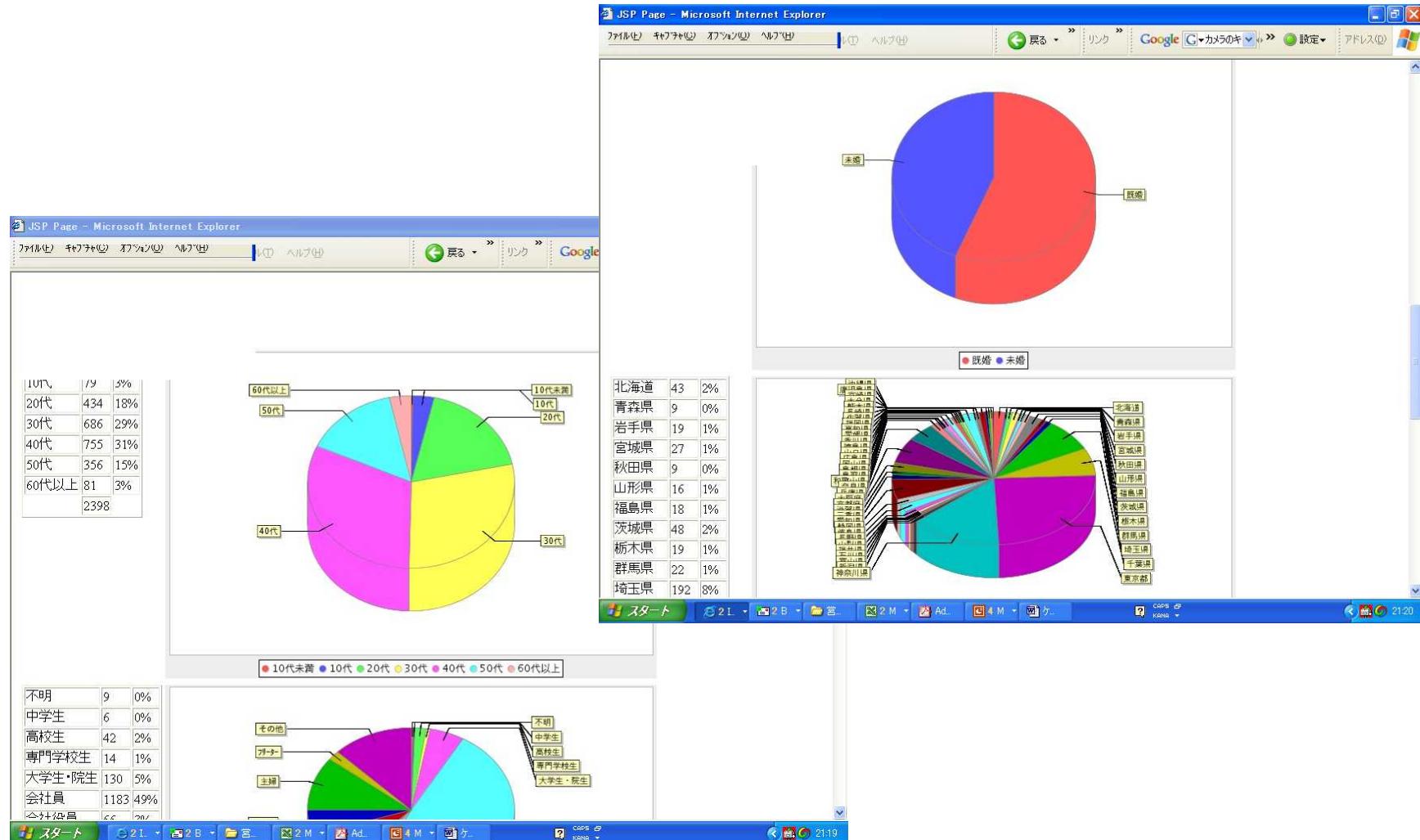
- 既に470誌以上の雑誌とアライアンス提携済み。
近月に500誌の参画を目標。読者のサイト会員登録も35万人を突破し、今年度100万人の会員数を目指す。

- 質の高いユーザー層

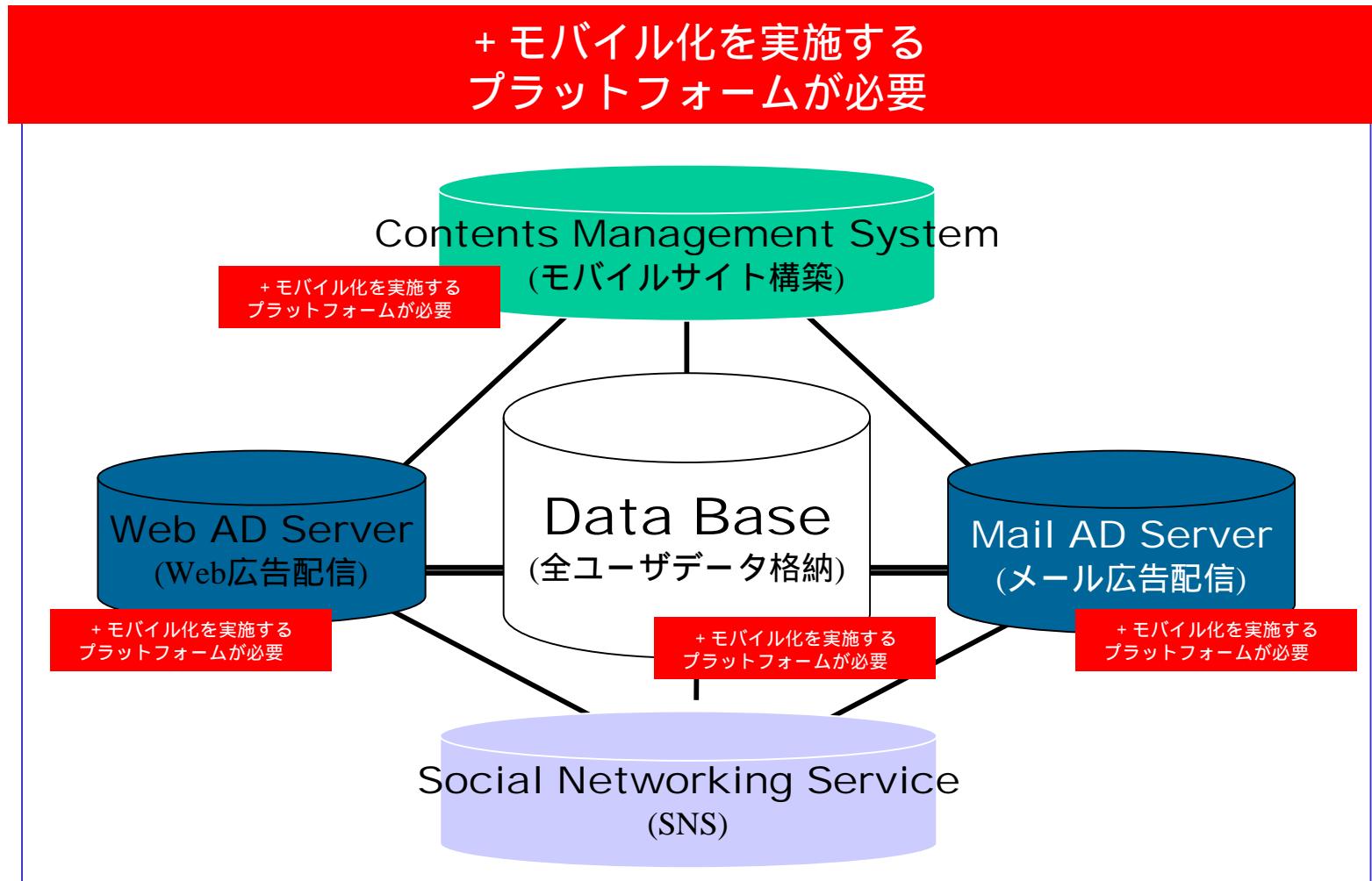
- 趣味嗜好の強い雑誌、専門誌を揃えたことにより、ユニークユーザー9割。メール開封率はほぼ100%、CTRも通常のモバイルサイトに比べて3~5倍と高い。



(属性分析)



プラットフォームについて



プラットフォーム内 各システム関係図

【メディア化】へのプロセスと構造

「場」
開発前
(CS・CVSなど)

マーケティング力・マネタイズ力の無い
単なる「小媒体」「店舗・場所」

媒体開発
(メディア化)

【モバイル販促媒体】化
マネタイズ力・マーケティング力の付加価値がつく

広告枠管理
(広告レップ)

【広告媒体枠の進行管理】
入稿作業・掲載確認作業・集計レポート作業

【申し込み】
立ち上げ



【管理】
運用・継続

広告販売
(エージェンシー)

【広告媒体枠のソリューション企画・提案・販売】
広告コンサル・分析・ソリューション企画提案・販売・フォロー