

## 新刊書籍のご案内

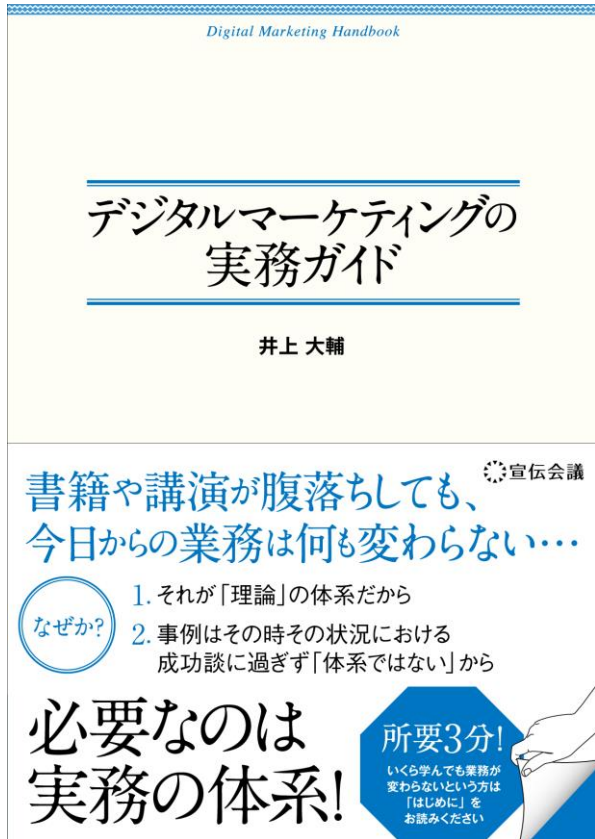
「実務」を体系化できればデジタルマーケティングは推進できる！  
『デジタルマーケティングの実務ガイド』

株式会社宣伝会議(本社:東京都港区 代表取締役社長:東彦弥)は、新刊書籍『デジタルマーケティングの実務ガイド』を2018年4月21日より、全国書店、インターネットにて順次発売いたします。

本書は、デジタルマーケティングの理論や概念は知っているけれど、それをどのように実践すればよいのか分からない、明日からの自分の仕事は変わらないという方々に向けて、「実務の体系化」を目的にまとめています。

著者は、これまでヤフーやニュージーランド航空、ユニリーバ、アウディジャパン(現職)などでデジタルマーケティングを実践・牽引してきた井上大輔氏。「DMPとは何か」「CRMで何ができるか」ではとどまらず、それを実現するための手段・ステップを細部まで説明した、これまでにないデジタルマーケティングの実務本です。

◆献本希望、著者への取材・講演、書籍のプレゼントキャンペーンなどのご相談も承っております。



## ■本書の内容

「4P」や「STP」を理解しても、明日からの実務が変わるわけではありません。なぜなら、それらは「理論」だからです。本書では、どのようにデジタルマーケティングの業務を設計し進めていけばよいのか、手引きとしてまとめました。

## ■主な読者層

- ・デジタルマーケティング部門に属する方
- ・デジタルマーケティング部門のリーダー・責任者
- ・デジタル専任ではないがデジタルに関わる方
- ・広告会社でクライアントにデジタル施策を提案している方
- ・デジタルエージェンシーの方

など

井上大輔 [著]

2018年4月21日より順次発売 定価 本体2,000円(+税)/A5判/232ページ/ISBN 978-4-88335-438-2

## ◆著者プロフィール

井上大輔

アウディジャパン株式会社 マーケティング本部 デジタル&CRM マネージャー

ヤフーにてプロデューサー、ニュージーランド航空にてオンラインセールス部長、ユニリーバにてデジタルマーケティング&eコマースマネージャーを歴任し現職。広告主としては、ブランディングからダイレクトレスポンスまでを業種をまたいで幅広く経験し、メディア企業でのサービス企画、広告商品企画の経験も持つ。AdverTimesにてコラム「マーケティングを別名保存する」を執筆中。ツイッター @pianonoki

## ◆本書の構成・目次

### 1章 はじめに

- 1.1 なぜ「実務ガイド」なのか
- 1.2 本書の使い方
- 1.3 デジタルマーケティングを定義する

### 2章 デジタルマーケティングのSOWを定義する

- 2.1 スコープの定義は、デジタルマーケティング業務設計のはじめの一歩
  - 2.2 SOWを定義する
- 章末コラム:  
マーケティングはもはや組織の一機能ではなく、一つの思想である

### 3章 年間計画を策定する

- 3.1 戦略の定義
  - 3.2 チームを編成する・エージェンシーを選定する
  - 3.3 マーケティングツール投資の計画を立てる
  - 3.4 オウンドメディアの企画・運用
- 章末コラム:  
あらゆる「メディア」が終焉を迎えるとき、企業コミュニケーションの形が変わる

### 4章 キャンペーン(プロジェクト)を企画・実行・レビューする

- 4.1 カスタマージャーニーの位置づけ
- 4.2 カスタマージャーニーを作成する

- 4.3 キャンペーンのKPI設定・予算配分
  - 4.4 プリーフィング資料を作成する
  - 4.5 メディアプランの策定
    - 4.5.1 なぜ広告主にメディアの知識が必要か?
    - 4.5.2 デジタル広告の分類に共通認識を持つ
    - 4.5.3 ブランドセーフティーについて共通認識を持つ
    - 4.5.4 ビークル選定・運用方針
  - 4.6 クリエイティブプランの作成
    - 4.6.1 コンテキストの管理
    - 4.6.2 クオリティーの管理
    - 4.6.3 プロジェクトマネージメント
  - 4.7 キャンペーンの効果測定
    - 4.7.1 効果測定総論
    - 4.7.2 効果測定各論
- 章末コラム:  
カスタマージャーニーよさらば

### 5章 人材管理・社内調整

- 5.1 採用・教育
  - 5.2 社内調整
- 章末コラム:  
生産性が低い現場のミーティングで起きていること

おわりに

## ◆編集担当より

デジタルマーケティングに関する書籍は数多く存在しますが、その多くは新しい理論・概念・手法について解説したものです。一生懸命理論を勉強したとしても、いざ実践しようとしたときに何から手をつけてよいのかわからない…そんな課題をよく耳にしていました。企業の中でもまだまだ孤独な立場と言えるデジタルマーケティングの担当者は、何を頼りに自分の仕事でパフォーマンスを上げていけばよいのか。そこに寄り添える書籍をつくりたいという著者・編集担当の強い共感から執筆がスタートしました。実際には、いわゆる広告主企業としてデジタルマーケティングを行う方のみならず、提案・支援サイドにいる広告会社やデジタルエージェンシーの方も、クライアントの業務がわからなければ、無駄な作業が多発してしまいます。それが、昨今広告業界に起こっている問題にも繋がってくると言えます。様々な問題を解決できるのは「実務の体系化」です。企業のデジタルマーケティング担当者・責任者に確実にお役に立てる1冊ができました。

\*まとめてご購入の場合、著者による出張セミナーのご相談もお受けいたします。  
デジタルマーケティングを運用できる人材が欠かせない今、人材育成にも最適な1冊です。  
出張セミナーについての詳細は、担当(二島)までお問い合わせください。

## ◆献本希望、著者への取材、講演のご相談はこちら

### 担当者連絡先

株式会社宣伝会議 書籍企画部 担当：二島美沙樹（ふたじま・みさき）  
E-mail : msk07-futajima@sendenkaigi.co.jp TEL : 03-3475-3030  
〒107-8550 東京都港区南青山 3-11-13 <http://www.sendenkaigi.com>