

30社限定／6月28日(金)申込締切

宣伝会議

リードジェネレーションパートナー企画

- ・宣伝会議のネットワークとリードジェネレーション事業概要 : P.2-4
- ・イベント開催レポートと市場概況 : P.5-12
- ・リードジェネレーションパートナー企画 概要 : P.13-21
- ・自社イベント集客支援パートナー企画 概要 : P.22-25
- ・アポ獲得支援パック(オプション) : P.26-38
- ・宣伝会議 2024年 月刊誌特集予定 : P.39-40

宣伝会議 事業領域とネットワーク

マーケティング/宣伝/広報部門に所属するビジネスパーソンに向け、

1.メディアを通じたコンテンツ発信、2.教育講座提供、3.大型イベントを展開している出版社です

1. 月刊『宣伝会議』『広報会議』『販促会議』『ブレーション』年間発行

年間 48冊発刊48特集



宣伝会議 販促会議 広報会議 ブレーション

2. 業界キーパーソンへの月刊誌メディア取材

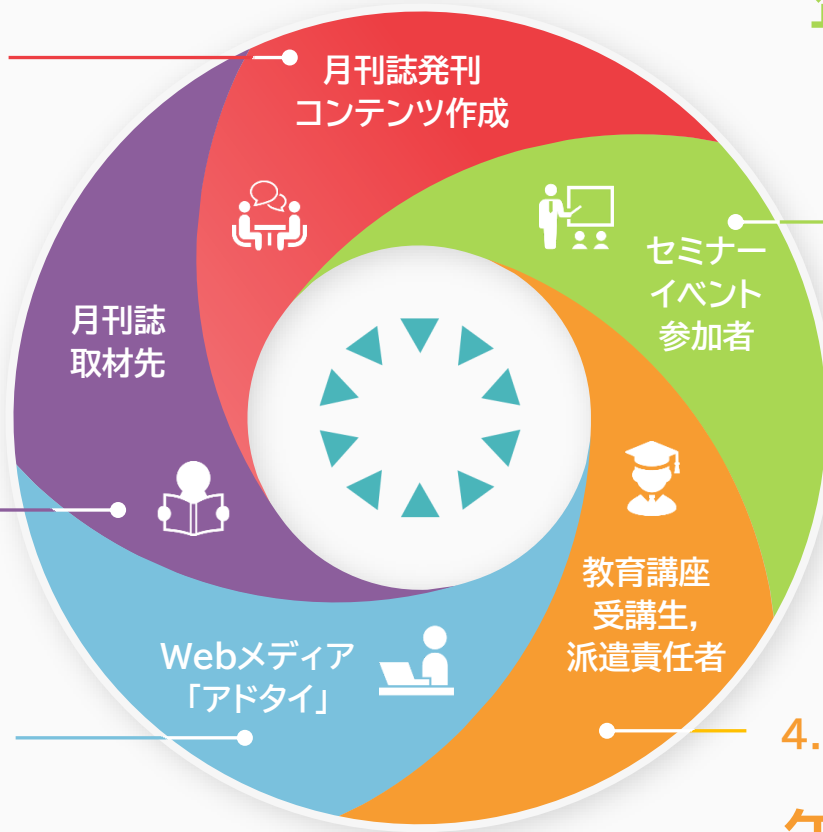
年間 1,000名以上

AduerTimes アドタイ



3. Webメディア「アドタイ」

月間 1,034,930PV



5. 無料ウェビナー/リアルイベント参加者

年間 30,000名以上

Aduer Times. Days SUMMIT

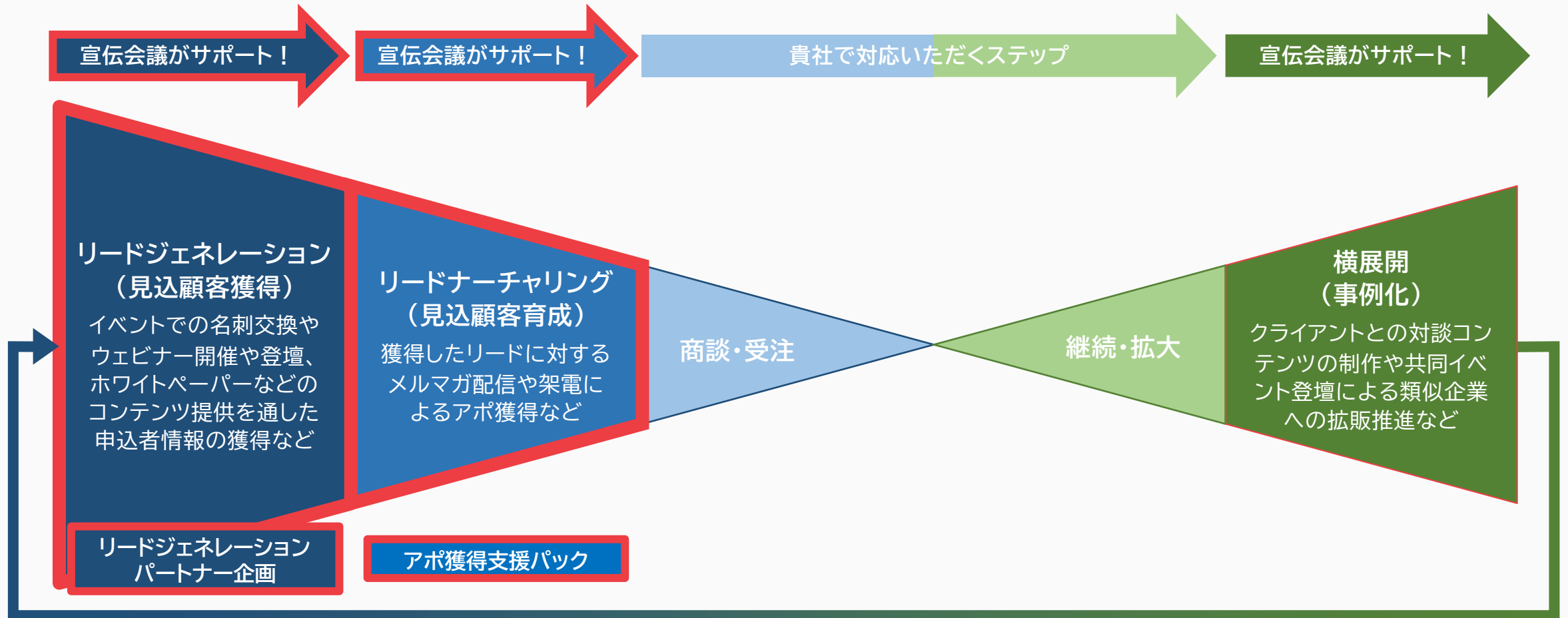


4. 有料の教育講座受講生

年間 100,000名以上

宣伝会議 リードジェネレーションパートナー企画の支援範囲

マーケティング関連会社の「**リードジェネレーション(見込顧客獲得)**」に加えて、「**リードナーチャリング(見込顧客育成)**」に、「**横展開(事例化)**」を含めたコンテンツ制作まで幅広い支援が可能です



宣伝会議 2024年 イベントと月刊誌特集予定

人気施策

施策	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
リード獲得ができる 大型イベント施策 リアル講演 ウェビナー ブース出展 ネットワーキングイベント	リードジェネレーションパートナー企画 (2024年のイベント出展し放題+2000件のリード獲得をサポート)									
			宣伝会議 マーケティング サミット 2024(夏) リアル&オンライン			アドタイ・デイズ 2024(秋) リアル&オンライン		宣伝会議 マーケティング サミット 2024(冬) リアル&オンライン		
月刊誌 メディア 施策 広告特集予定	宣伝会議	70周年記念 特別企画 & OOH特集	SNS広告 & SNSマーケティング	コマースマーケティング & リテールメディア	宣伝部長アンケート & 運用型テレビCM特集	マーケティング PR	ブランドマネージャー アンケート & ファンマーケティング特集	ブランディング エージェンシー & 求人企画	マルチデバイス 時代の 「動画広告」活用	新春特別広告企画 & データマーケティング特集
	販促会議	韓流ブーム ×プロモーション	リテール メディア	縦型動画 (TikTok/YouTube /インスタグラム等)	-	EC担当者 アンケート	キャンペーン (プロモーションアイデア)	インフルエンサー	-	ポップアップストア & リアルイベント
	広報会議	メディア リレーション	オウンド メディア活用	社内 コミュニケーション	広報における SNS活用	スタートアップ 広報担当者 アンケート	-	-	コーポレートサイト リニューアル	危機管理広報
	ブレーン	-	U35 CREATOR 特集	-	-	-	仕事に頼める クリエイター特集	-	-	宣伝部長アンケート & 注目のチーム特集
	Webメディア 「アドタイ」									

施策	任意のタイミングで実施可能
イベント施策	カスタムリアルセミナーorカスタムウェビナー(1社単独開催) 研究会/ラウンドテーブル(少人数交流)
メディア施策	「アドタイ」 編集タイアップ記事、メルマガ、バナー広告 集客サポートプラン、流入サポートプラン、ホワイトペーパー等々

イベント開催レポートと市場概況

「宣伝会議マーケティングウェビナー2023」オンライン開催レポート

6日間にわたって実施されたオンラインイベントでは、各テーマごと基調講演に連なる形で2～3社が協賛枠を展開。各講演全て400名以上の申込があり、**人気テーマ枠では951名のユニークユーザーに申込をいただくほど盛況に**

総申込 **1,414社、2,285名**

協賛社数 **25社**

セミナー数 **50講演**

名称：宣伝会議マーケティングウェビナー2023 produced by 宣伝会議サミット
 会期：2023年11月20日(月)～22日(水)、24日(金)、27日(月)～28日(火)
 形式：オンライン開催／ウェビナー配信
 申込：予約無料(事前登録制)
 主催：株式会社宣伝会議
 対象：企業の宣伝、販促、マーケティング、広報、デジタル部門の責任者・企画担当者、
 広告会社、制作会社、マーケティング関連会社

	Day1	Day2	Day3	Day4	Day5	Day6
第1部 10:00 ～ 11:40	顧客理解 (株)Mizkan マーケティング本部 コミュニケーション戦略部 主任 小玉理代氏	コミュニティ マーケティング 森永製菓(株) 広告部 松野真人氏	ブランド コミュニケーション カンロ株式会社 マーケティング本部 マーケティング統括部 部長 齊藤勉氏	インターナル コミュニケーション TOPPANホールディングス株式会社 広報本部 宣伝部長 佐藤圭一氏	SNS活用 Part.1 株式会社バル 常務執行役員 プロモーション推進部 部長 堀田覚氏	顧客理解 ハウス食品グループ本社株式会社 DX推進部 部長 西岡徹夫氏
第2部 12:15 ～ 14:30	データ利活用 東日本旅客鉄道株式会社 マーケティング本部 戦略・プラットフォーム部門 データマーケティングユニット 担当部長 渋谷直正氏	リテールメディア 株式会社ファイントゥデイ 日本事業本部 ブランドマーケティング部 ヴァイスプレジデント 益川竜介氏	顧客理解 株式会社ロッテ マーケティング本部ブランド戦略部 部長 古市丈二氏	ファーストパーティ データ 花王株式会社 DX戦略部門 事業DXサポート部 データドリ ブンマーケティング推進室 小出裕太郎氏	SNS活用 Part.2 株式会社伊勢半 コミュニケーション本部 本部長 大町龍氏	新しいCRM 株式会社電通 株式会社電通デジタル 株式会社電通グループ
第3部 16:15 ～ 16:55	MMM グーグルアジアパシフィック Senior Marketing Effectiveness Research Manager 中原啓智氏 株式会社電通 データ・テクノロジーセンター長 濱口洋史氏 株式会社博報堂 データドリブンプランニング局 データサイエ ンス部 部長 兼 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ AaaSビジネス戦略局 データサイエンティスト/ディレク ター 宮藤 卓志 氏	コーポレートサイト 株式会社ファンケル 広告宣伝本部 広告戦略部 企業広告グループ 課長 岩本浩昭氏	AI × マーケティング 株式会社電通デジタル 執行役員 データ & AI部門 部門長 山本 寛氏	広報戦略のこれから アークランドサービスホールディングス株 式会社 社長室 広報担当マネジャー 鈴木恵美氏	EC 株式会社 良品計画 EC・デジタルサービス部長 山内智裕氏	メディア活用 ネスレ日本株式会社 媒体統括部 マネジャー 小堺吉樹氏

「宣伝会議マーケティングサミット東京2023@九段下」開催レポート

3年ぶりに大型外部会場で実施した「宣伝会議マーケティングサミット東京」には、**2日間で合計1,533名が参加** 立ち見が出るほどの満席の講演や、夕方に実施したネットワーキングパーティーでは多くの名刺交換が発生

総来場 **995社、1,533名**

協賛社数 **19社**

セミナー数 **34講演** うち 主催15講演
協賛19講演

パーティー参加 **149名** うち 広告主102名

名称：宣伝会議マーケティングサミット東京2023
会期：2023年11月29日(水)～30日(木)
会場：九段会館テラス コンファレンス&バンケット
来場：予約無料(事前登録制)
主催：株式会社宣伝会議
来場対象：企業の宣伝、販促、マーケティング、広報、
デジタルマーケティング部門の責任者・企画担当者
広告会社、制作会社、マーケティング関連会社

当日の会場の様子

3年ぶりの大型外部会場での、講演形式のイベント実施だったが、当日は立ち見ができるほどの来場率となり活況な2日間となった



「宣伝会議イヤーエンドサンクスパーティー2023@原宿」開催レポート

月刊誌取材先、イベント登壇者、アワード協賛企業などの、大手広告主の役職上位者を招待したパーティーでは、**185名(広告主:122名、広告業:63名)**が参加。商談に繋がる名刺交換が積極的に行われた

総来場 **105社、185名**

広告主数 **66社、122名**

広告関連会社数 **39社、63名**

「商談に繋がりそうな案件はありましたか？」
91.7% (11/12社)が**あった**と回答
 協賛満足度は**4.33!** (5点満点)



当日の会場の様子

コンテンツとしては、月刊誌編集長からの2024年の潮流解説や、メインスポンサー企業講演(LINEヤフー様・アイモバイル様)、来場する広告主企業のブランド商品を景品としたビンゴ大会などのレクリエーションが実施された

名称：宣伝会議イヤーエンドサンクスパーティー2023
 会期：2023年12月21日(木)17:00-19:00(開場：16:30)
 会場：WITH HARAJUKU HALL(原宿駅より徒歩1分)
 来場者：①大手企業のマーケティング部門、広報部門の役員や部長クラスを含めた広告主を完全招待
 ②協賛企業と月刊誌出稿いただいた広告関連会社

「宣伝会議リージョナルサミット2023@名古屋・福岡・大阪」開催レポート

名古屋・福岡・大阪の3会場で、各地を代表する企業の役員などが登壇。地域イベント史上、過去最多の11社に協賛いただき、普段なかなかアプローチができない各地域に本社を持つ企業を中心に584名が来場と活況に

総来場	584名 (申込:825名)
協賛社数	11社
セミナー数	38講演 うち 主催18講演 協賛20講演
パーティー参加	130名

当日の会場の様子



※いずれも3会場のバ

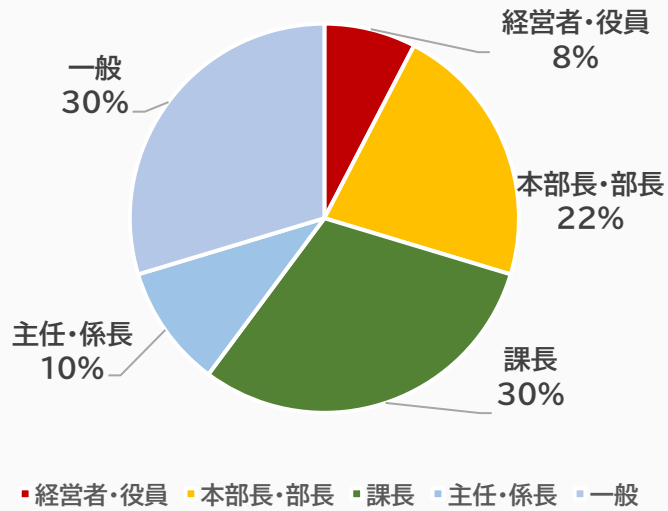


名称：宣伝会議リージョナルサミット2023
 会期・会場：2023年12月6日(水) 名古屋(ウインクあいち)
 2023年12月13日(水) 福岡(アクロス福岡)
 2023年12月20日(水) 大阪(ナレッジキャピタルカンファレンスルーム)
 来場：予約無料(事前登録制)
 主催：株式会社宣伝会議
 来場対象：企業の宣伝、販促、マーケティング、広報、デジタルマーケティング部門の
 責任者・企画担当者、広告会社、制作会社、マーケティング関連会社

同時開催「ネットワーキングイベント」参加者属性(「宣伝会議マーケティングサミット東京2023」内)

149名(うち広告主102名)が参加したネットワーキングイベントには「主任以上:70%」と上位役職者を中心に、ナショナルクライアントに多く参加をいただける結果に。2024年実施の大型イベントでは同形態で実施継続予定

参加者(事業会社)の役職クラス



企業名	部署名
ENEOS株式会社	マーケティング室
TOPPANホールディングス株式会社	広報本部
サッポロ不動産開発株式会社	エリアリレーション部
サントリーウエルネス株式会社	サービス事業部
シャープ株式会社	通信事業本部
ジョンソンコントロールズ株式会社	広報室
パーソルキャリア株式会社	ブランドコミュニケーション部
パナソニック株式会社	コミュニケーションデザインセンター
ビップ株式会社	ブランドマーケティング部
ブラザー販売株式会社	マーケティング推進部
マツダ株式会社	国内商品マーケティング部
ミズノ株式会社	コーポレートコミュニケーション室
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社	マーケティング部
ライオン株式会社	ビューティケア事業部
ライオン株式会社	ビジネス開発センター
リコージャパン株式会社	デジタルサービス企画本部 マーケティングセンター
ロート製薬株式会社	マーケティング&コミュニケーション部
花王株式会社	DX戦略部門
学研ホールディングス	マーケティング戦略室
株式会社 BMW Japan	デジタルマーケティング部
株式会社BAKE	ブランド戦略部
株式会社LIXIL	マーケティング部門
株式会社Mizkan	CRM本部
株式会社Mizkan	デジタル推進本部
株式会社エイブルホールディングス	社長室
株式会社オープンハウスグループ	事業戦略部
株式会社オリエンタルランド	マーケティングコミュニケーション部
株式会社ギンビス	営業本部
株式会社ゴールドウイン	販売企画部
株式会社ゴールドウイン	システム部
株式会社シード	営業企画部

企業名	部署名
株式会社セブン&アイ・ホールディングス	PR戦略部
株式会社ドミノ・ピザ ジャパン	マーケティング部
株式会社トリドールホールディングス	マーケティング部
株式会社ニチレイフーズ	マーケティング部
株式会社リコージャパン	デジタルサービス技術本部
株式会社ローソン	デジタルマーケティング部
株式会社ローソン	人事本部
株式会社ロッテ	マーケティング本部ブランド戦略部
株式会社丸亀製麺	コミュニケーション&CXデザイン部
株式会社丸山珈琲	マーケティング部
株式会社吉野家	企画本部
株式会社赤ちゃん本舗	オムニチャネル統括部
株式会社富士フィルムヘルスケアラボラトリー	営業推進本部
株式会社福岡銀行	DX推進本部
株式会社明治	カカオマーケティング部
亀田製菓株式会社	マーケティング戦略部
三菱所株式会社	ビル営業部FMコンサルティング部
住友生命保険相互会社	新規ビジネス企画部
新日本製薬株式会社	マーケティング部
森永乳業株式会社	広報IR部
青山商事株式会社	リブランディング推進室
積水ハウス株式会社	コミュニケーションデザイン部
損害保険ジャパン株式会社	マーケティング部
大正製薬株式会社	ブランドコミュニケーション部
大塚食品株式会社	製品部
東芝ライフスタイル株式会社	技術品質統括部
日鉄興和不動産株式会社	住宅事業本部
日本コカ・コーラ株式会社	マーケティング本部
日本航空株式会社	Web販売部
日本盛株式会社	マーケティング部
富士通株式会社	コーポレートマーケティング統括部
味の素株式会社	マーケティングデザインセンター

マーケティング業界におけるリード獲得に対する11のトレンド

- 1 リードには濃淡がある認識が浸透、2024年はリアルイベントへの回帰を戦略とする企業が増加
- 2 受注企業の流入元を調べると2年前のウェビナーであったなど、期間空くこともあるため、リード獲得+CRMの掛け合わせが重要に
- 3 獲得したリードに対するメールや架電などのフォロー体制が案件獲得に大きく影響を与えるため、テレマ会社などの外部活用が増加
- 4 リアル・オンラインを問わずセミナー企画はクライアント対談形式にすることで集客数増とクライアント側の類似企業の参加もあるため推奨
- 5 リアルのネットワーキングイベントでは、名刺交換がコロナ前よりも積極的に行われるように
- 6 従来からリード獲得を進めているツールベンダーに加えて、広告会社による新規営業(=リード獲得)の動きが増加
- 7 認知度や信頼がある状態での見込顧客からの相談の価値が上がり、事例を活用した営業資料化やセミナー化はほぼ必須施策に
- 8 元々重視されていた「投資対効果」「獲得リード数」などのKPIに加えて、「商談単価(5~30万円程度)」も重要な指標に
- 9 ターゲット企業(Tier1など優先順位)を用意する企業が増えアプローチ方法の相談増
- 10 認知度獲得や権威付けの文脈からも書籍を発刊した企業が影響力を感じるケースが多い
- 11 宣伝会議イベントでの人気テーマは「SNS活用戦略」「顧客理解」「ブランド創り」など上流寄り

宣伝会議 リードジェネレーション事業 2023年 出稿企業の声

1 デジタル系広告会社様の事例

「宣伝会議マーケティングサミット2023(11月末)」に登壇した際、
参加していた大手製薬会社から問合せがあり、イベント開催後にMTGを実施し見込化

2 リサーチ系サービス提供会社様の事例

「宣伝会議マーケティングウェビナー2023秋(11月中旬)」で獲得したリードに対して、
テレマ会社を活用してターゲット企業へのアポ獲得を試みたところ、獲得したリードの母数が約1200件に対して、
アポ獲得率10%という結果に。また接触数(TELで会話できた数)⇒商談アポ数の転換率は18%超え、資料送付を足すと30%に
ベンチャー企業のため知名度とコンテンツが少なく、リード獲得できなかった経験もあったが、
接点の持てないナショナルクライアントとの接点を持てたことに満足いただきご継続 ⇒ 本案件のインサイドセールス支援会社の紹介が可能です

3 データ活用関連サービス提供会社様の事例

「アドタイ」集客サポートプランを活用して集客を実施した自社ウェビナー(11月)で
獲得したリードにアプローチしたところ、競合他社経由で獲得したリードよりも商談化率が5%高い結果に
(役職上位者の含有率が高いからという仮説あり)

その他、月刊誌出稿ページをみて大型案件が決まった事例なども生まれた年でした

参考記事:[1500名超のマーケターが参加、3年ぶりのリアル開催「宣伝会議マーケティングサミット2023」](#)

30社限定／6月28日(金)申込締切

リードジェネレーションパートナー企画 概要

宣伝会議「リードジェネレーションパートナー企画」とは

2024年、宣伝会議主催イベントに、出展し放題になるリード獲得パッケージプランです

- ・1年間を通して2,000件のリード獲得を保証いたします
- ・年間を通じたイベント出展で、リード獲得に加えて、ブランディング施策としてもご活用ください

「出展し放題」対象イベント	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
4大フォーラム リアル:1,500名 オンライン:2,000名		宣伝会議 マーケティングサミット 2024(夏) リアル&オンライン			アドタイ・デイズ 2024(秋) リアル&オンライン		宣伝会議 マーケティングサミット 2024(冬) リアル&オンライン	
ネットワーキングイベント リアル:150名		マーケティングサミット内 ネットワーキングイベント (150名想定)			アドタイ・デイズ(秋)内 ネットワーキングイベント (150名想定)		マーケティングサミット内 ネットワーキングイベント (150名想定)	イヤール サンクスパーティー (200名想定)
月刊誌連動キーマンイベント ※少人数制のため2企画まで リアル:各回20~30名		宣伝部長の集い (20名想定)		コーポレート ブランディング カンファレンス (60名想定)	ブランドマネージャーの 集い(20名想定) メーカーEC担当者の集い (20名想定)	広報会議 サミット (100名想定)		
カンファレンス オンライン:200名	デジタル マーケティング カンファレンス			デジタル マーケティング カンファレンス				デジタル マーケティング カンファレンス
追加料金:地域実施イベント (福岡・大阪・名古屋開催) リアル:各会場100名			宣伝会議 リージョナル サミット 2024(夏)					宣伝会議 リージョナル サミット 2024(冬)
Webメディア「アドタイ」	ホワイトペーパー掲載(月10件目安)							

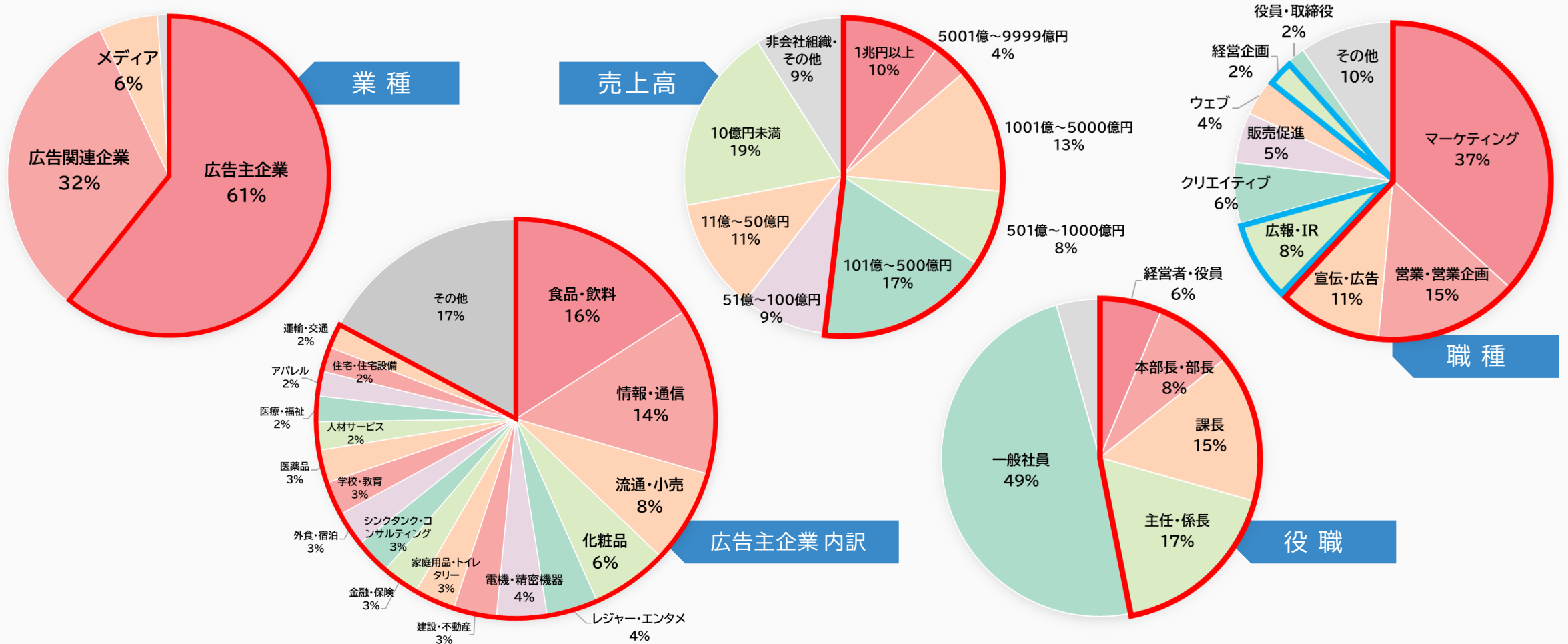
宣伝会議 2024年 年間イベントスケジュール (予定)

日程や形式、ご予算、獲得リード数目標など、**各社のリード獲得計画に応じてプランを組み立てご提案いたします**

	商品名	形式	獲得リード数	リード単価	備考
通年	リードジェネレーションパートナー企画	選択式	2,000件~	3,500円~	半年間にわたり宣伝会議主催イベントに出展し放題
5月22日(水)	デジタルマーケティングカンファレンス	オンライン	60~300件	7,000~13,000円	-
6月12日(水)	宣伝会議マーケティングサミット2024(夏)	リアル @虎ノ門ヒルズ	120~300件	12,000~16,000円	100名規模のネットワーキングイベント、「宣伝部長の集い」を同時開催
6月24日(月)~7月1日(月)		オンライン	80~2,000件	3,500~17,000円	
7月中旬	宣伝会議リージョナルサミット2024(夏)	リアル @福岡,大阪,名古屋	50~360件	12,000~16,000円	集客対象:各地域の大手企業
8月2日(金)	コーポレートブランディングカンファレンス	リアル @表参道SR	60~200件	10,000~17,000円	集客対象:大手企業の広報・経営企画部
8月5日(月)	デジタルマーケティングカンファレンス	オンライン	60~300件	7,000~13,000円	-
9月26日(木),27日(金)	アドタイ・デイズ2024(秋)	リアル @浜松町CVH	120~300件	12,000~17,000円	100名規模のネットワーキングイベント、「ブラマネ」「EC担当者」の集いを同時開催
9月9日(月)~12日(木)		オンライン	80~2,000件	3,500~17,000円	
11月1日(金)	広報会議サミット	リアル @表参道SR	60~200件	10,000~17,000円	集客対象:広報・経営企画部門
11月28日(木),29日(金)	宣伝会議マーケティングサミット2024(冬)	リアル @虎ノ門ヒルズ	120~300件	12,000~16,000円	100名規模のネットワーキングイベントを同時開催
11月18日(月)~22日(金)		オンライン	80~2,000件	3,500~17,000円	
12月12日(木)	デジタルマーケティングカンファレンス	オンライン	60~300件	7,000~13,000円	-
12月中旬	宣伝会議リージョナルサミット2024(冬)	リアル @福岡,大阪,名古屋	50~360件	12,000~16,000円	集客対象:各地域の大手企業
12月20日(金)	イヤーエンドサンクスパーティー	リアル @ウイズ原宿予定	20件~	10,000~15,000円	パートナー企画・月刊誌出稿特典 参加料:50万円/2名

特徴1: 宣伝会議で獲得できるリードは大手広告主が中心です

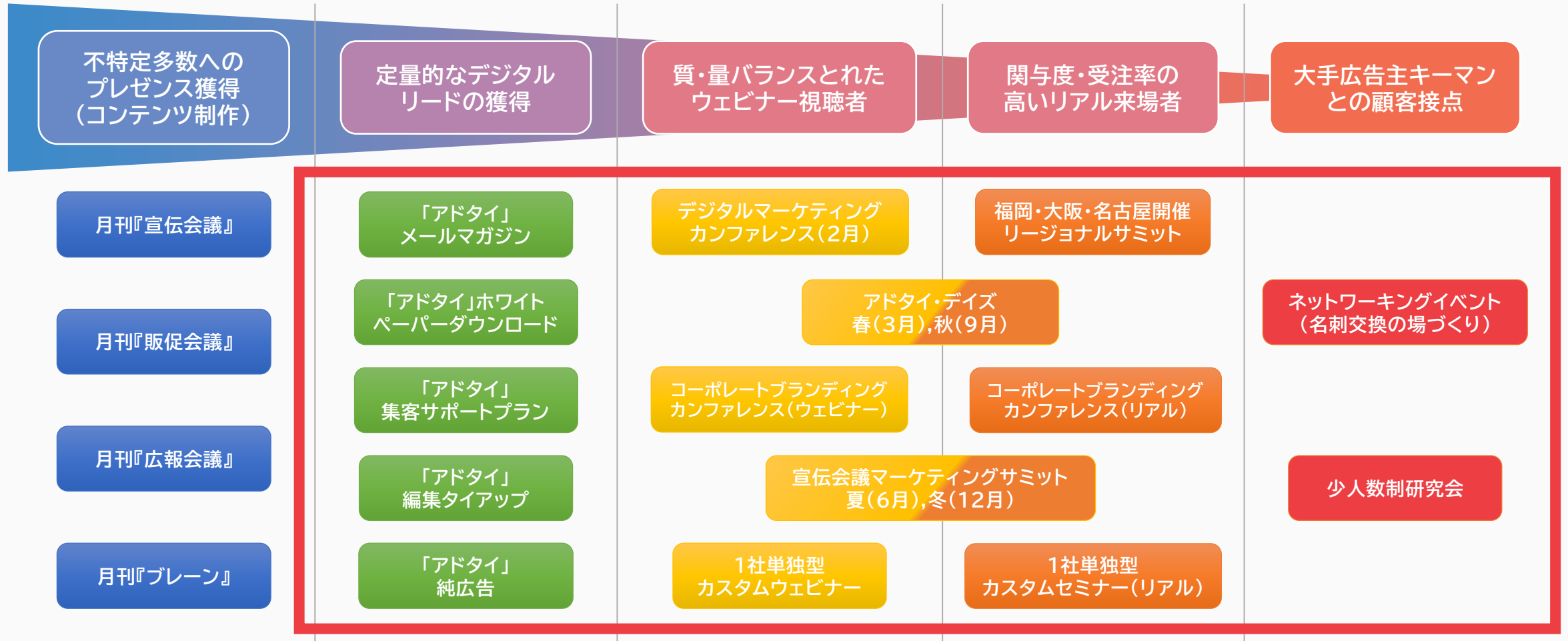
宣伝会議で獲得できるリードの最大の特徴は、他社と比較した際に、**① 広告主企業中心**、**② 大手/エンタープライズ**、**③ 高純度な部署セグメント** (マーケ部門:63%、広報・経営企画部門:10%)、**④ 役職上位者の含有率が高い**ことです



※「[宣伝会議マーケティングウェビナー2023\(23年11月\)](#)」
2285名の申込データを基に作成

特徴2:大量のリード獲得から、キーマンへのアプローチまで濃淡幅広く支援

営業リソースをフル活用していくための2000件以上の大量のリード獲得から、営業リソースが少ない場合は、ネットワーキングイベントでの直接的な接点づくりや、インサイドセールス支援会社の紹介まで、濃淡幅広くサポートいたします



特徴3: 名刺情報に加え、担当施策や時期など、発注に関する情報が入手可能

他社が主催するイベントなどでも、取得が可能な名刺情報に加えて、
 宣伝会議では、**発注意向が汲み取れる追加情報までご提供**をいたします。営業活動にお役立てください。

通常の名刺情報

- ・氏名
- ・会社名
- ・部署名
- ・役職
- ・役職クラス

- ・電話番号
- ・FAX番号
- ・E-MAIL

- ・郵便番号
- ・住所

- ・業種
- ・業態
- ・売上高

宣伝会議 リードジェネレーション事業で取得できる担当施策や発注意向がわかる情報

・担当施策

テレビCM, キャンペーン企画実行, メディアプランニング, PRリテナー, マーケティングリサーチ, コーポレートブランディング, SNSアカウント運用, ネット広告運用, Webサイト制作/リニューアル, 動画制作, 資料制作, ダイレクトマーケティング/DM, インサイドセールス, MA/SFA/CRM, メールマーケティング, カスタマーサクセス, イベントプロモーション, 展示会/ウェビナー, EC, アプリ, DX(デジタルトランスフォーメーション), 位置情報/OMO, データ分析/BI, クリエイティブ/デザイン/広告制作, コンテンツマーケティング, ファンマーケティング, 販促物制作

・担当施策の中で特に課題に感じている施策(1つ) : 上記から1つ選択

・発注先を探している場合の選定タイミング : 1ヶ月以内, 3ヶ月以内, 6ヶ月以内, 1年以内, 1年以上先, 未定

・予算形態 : 一括, 月額, その他

・予算金額感 : 2001万円-, 1001-2000万円, 501-1000万円, 201-500万円, 101-200万円, 51-100万円, 11-50万円, -10万円

・現状の課題以外でお持ちの予算金額 : 2001万円-, 1001-2000万円, 501-1000万円, 201-500万円, 101-200万円, 51-100万円, 11-50万円, -10万円

・予算消化がある場合の実施時期 : 有(4-12月), 予算消化は実施しない

・立場 : 決裁権を持っている決裁権はないが、発注先or採用について提言する立場にいる

・発注先を探している場合の現状やお困りごと : 自由記述

・人材採用についての検討 : はい, いいえ

特徴4:各社の営業ターゲット企業や業種・部署に合わせたご提案をいたします

マーケティング業界では、各社によってターゲット企業や部署が異なります。

各社のターゲット企業や業種、部署、役職などに合わせたプランをご提案させていただきます

納品リストイメージ

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	視聴開始時間	視聴終了時間	視聴時間 (秒)	視聴割合	会社名	部署名	役職	姓	名
2	2022-05-27 13:00:	2022-05-27 14:15:	4500	100	△△△商事株式会社	DX事業部		佐藤	○太
3	2022-05-27 13:00:	2022-05-27 14:02:	3747	83.26666667	株式会社☆☆☆☆	マーケティング部	部長	鈴木	○○子
4	2022-05-27 13:00:	2022-05-27 14:15:	4500	100	○○○ホールディ	広報部	主任	高橋	○也
5	申込のみ				株式会社◇◇◇◇	営業部	マネージャー	田中	○美
6	申込のみ				▽▽▽建設株式会社	営業推進部		渡辺	○○人

K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
都道府県	住所1	住所2	電話番号	FAX	E-MAIL	業種	業態	職種	役職	売上高	業務における立場
大阪府	大阪市中央区○○	1-2-3	045-000-0000		sato@sample.co.jp	BtoB (法人向け)	一般企業 商社	情報システム	一般社員クラス	5001億~9999億円	決裁権者の下、施
東京都	港区赤坂	4-5	03-0000-0000	03-0000-0000	suzuki@sample.c	BtoC(生活者向け)	メディア テレビ (マーケティング)	本部長・部長クラ	101億~500億円	決裁権を持ち、最	
東京都	中央区銀座	6 ○○ビル	090-0000-0000		takahashi@samp	BtoB (法人向け)	一般企業 電機・精	広報・IR	主任・係長クラス	51億~100億円	担当者として、職
神奈川県	横浜市港南区○○	7-8	080-0000-0000		tanaka@sample.c	BtoB (法人向け)	一般企業 情報・通	その他	課長クラス	10億円未満	決裁権者の下、施
東京都	港区六本木	9-10 ○○ビル	03-0000-0000	03-0000-0000	watanabe@samp	その他	広告・マーケティ	マーケティング	一般社員クラス	101億~500億円	決裁権者の下、施

視聴データについて

宣伝会議オンラインと配信プラットフォームで取得するアクセス情報を突合し、宣伝会議オンラインのログイン情報と紐付けることで、視聴者の特定およびリストの作成を行っています。そのため、視聴者側のブラウザにおいて、宣伝会議側がアクセス情報を取得できない設定がされていますと、視聴者と判断できない場合があります。対策としてデータベースを連携させ、視聴者の特定精度を高めていますが、補完しきれないこともありますので、予めご了承ください。

特徴5: サービス開始半年で15社以上、大企業やスタートアップまで幅広く導入

本企画の導入企業は、社員10名規模から社員100名までの企業が半数に及び、社員200名までの企業が8割を占めます。大企業様からの申込もありますが「営業リソースが足りない」「知名度が発展途上」な中堅やスタートアップ企業にも好評です

宣伝会議マーケティングウェビナー 協賛企業(23年11月)

DIAMOND



株式会社エートージェイ



株式会社NTTデータ



コミュニオン株式会社



DMMチャットブーストCV



株式会社電通プロモーションプラス



NISSEN

株式会社日宣



ノウンス株式会社



リードプラス株式会社

アドタイ・デイズ2024(春)協賛企業(24年3月)

DIAMOND



株式会社unerry



株式会社エートージェイ



株式会社NTTデータ



株式会社オリコム



ZVC JAPAN株式会社



株式会社トライバルメディアハウス



トライベック株式会社



NISSEN

株式会社日宣



ノウンス株式会社



らくらくコミュニティ運営事務局
Omelette株式会社

宣伝会議「リードジェネレーションパートナー企画」料金プラン

選べる4つのプラン	時期(月)	バリュープラン (ウェビナーリード獲得プラン)	広告主プラン (広告主リード獲得プラン)	リアル出展プラン (リアルイベント出展し放題プラン)	広報部門プラン (広報担当者リード獲得プラン)
このような企業に オススメ	-	多くのリードが欲しい 営業リソース有 対象:広告主・代理店 短納期でリードが欲しい	営業リソース有 対象:広告主のみ	営業リソース有 24年はリアルイベントのみで 出展を計画している	対象:広報/経営企画部門
4大フォーラム ウェビナー	6,9,11月	○	○	×	○
4大フォーラム リアル講演	6,9,11月	×	×	○	×
4大フォーラム ネットワーキングイベント	6,9,11月	○	○	○	×
デジタルマーケティング カンファレンス	5,8,12月	○	○	×	×
コーポレートブランディング カンファレンス	8月	×	×	×	○
宣伝部長の集い	6月	○	○	○	×
ブランドマネージャーの集い	9月	○	○	○	×
メーカーEC担当者の集い	9月	×	×	×	×
広報会議サミット	10月	×	×	×	○
イヤーエンドサンクスパーティー	12月	○	○	○	○
「アドタイ」ホワイトペーパー掲載	希望時期～	-	-	-	-
提供リード数	-	A:4,000件 B:2,000件	A:2,000件 B:1,000件	A:2,000件 B:1,000件	A:3,000件 B:1,500件
料金	-	各Aプラン:定価 各Bプラン:定価 ※申込締切:6月28日(金)までの限定価格となります	金額はこちらより お問い合わせください		※4000件,2000件のリード提供が終了した場合、追加でご発注が必要になります ※ターゲットリストをお持ちの場合などは、お気軽にご相談ください ※オプションとして、レポート制作をリード150件分まで対応可能です
オプション:アポ獲得支援パック(6ヶ月)	希望時期～	特別料金:	金額はこちらよりお問い合わせください		

自社イベント集客支援パートナー企画 概要

ご要望が多く
新登場!

宣伝会議「自社イベント集客支援パートナー企画」とは

「自社で、イベントの企画・運営・配信などは対応できるが、**集客面のみ、できるだけ人数保証型で実施したい**」企業様向け年間を通して集客支援を実施する**新プラン**です。「**ネット広告のCPA高騰**」や「**リストの質**」に課題がある方にオススメです

下記のような方にオススメです

毎月、自社ウェビナーを実施しているが、
リピート申込が多くなってきてしまい、
新規リード獲得のCPAが高騰してきている

自社ウェビナーやホワイトペーパーをダウンロードする方が
フリーアドレスだったり、企業規模が小さく、
なかなか見込になりづらいため
大手事業会社のリードをなんとか獲得できないだろうか

来年度、7,3月に大型の自社イベントを仕込んでいるため、
先んじて集客規模を最低限担保しておきたい

など
宣伝会議など外部イベントへの出展ではなく、
自社イベント主体でリード獲得を検討している方にオススメです

進行イメージ

貴社イベント概要・
告知素材のご提供

- ・タイトル
- ・指定のクリエイティブ
(一任でも可)
- ・セミナー主旨
- ・セミナー概要
プログラム
登壇者情報
開催日時
参加対象者属性
定員
お問い合わせ先など

当社側で
申込ページ制作



当社側で
人数保証集客



※メルマガや
バナー掲載等通じて、
目標申込人数に
達するまで施策を実施
(施策は当社に一任)

※集客期間は
最低1ヶ月以上、
2ヶ月あることが
望ましいです

申込者情報の共有
& リマインドメール

※目標人数を達成
しだいまとめて、
もしくは、目標人数
達成まで随時、
定期的に申込者
情報をご共有します。

※セミナー申込者への
視聴URLのご案内、
リマインド連絡は
当社側での実施も
可能ですが、貴社で
実施されたい場合は、
ご相談ください。

宣伝会議「自社イベント集客支援パートナー企画」実績

様々なテーマを持つ他社主催イベントの集客支援を実施してきましたが、直近1年での目標人数達成率は**驚きの94.7%**！
 自社だけだとなかなか難しい、**大手企業を中心とした新規リード獲得を年間通して支援**いたします

集客支援実績(23年1月~24年1月)

集客支援 セミナー/イベント数	38件
総集客人数	約5000名
目標人数達成	36件(94.7%)
目標人数未達	2件(5.3%) ※いずれもサイトオープンの遅延 による集客期間不足が主な原因
平均集客率(対目標人数)	約115%
リピート件数	17件 ※最高1社で7回活用(=リピート6回)
リピート率 (セミナー数ベース)	約45%
活用企業数	21社
リピート社数	7社
リピート率(社数ベース)	約33%

出稿企業の事例/コメント

貴社集客からの申込み者のうち、**約50%がセミナーに参加**。
ターゲット含有も高く、営業からも反応が良いです。
商談/案件化もできているので、継続的に活用させていただきます
 (動画配信サービス提供企業)

集客→アポ転換率で見ると他メディア実施時よりも
5%ほど高い数値になっています。対象者との相性のほかに、
役職者比率も高いことも要因のひとつと考えています。
 (マーケティング/コンサルティング会社)

クライアント様へのご提案の際、**人数が保証されている**こともあり、
安心してプラン組み、提案できるのが良いと思います。
 (もちろん貴社リードの質の高さも感じてはいますが)
 (広告/マーケティング支援会社)

宣伝会議「自社イベント集客支援パートナー企画」料金プラン

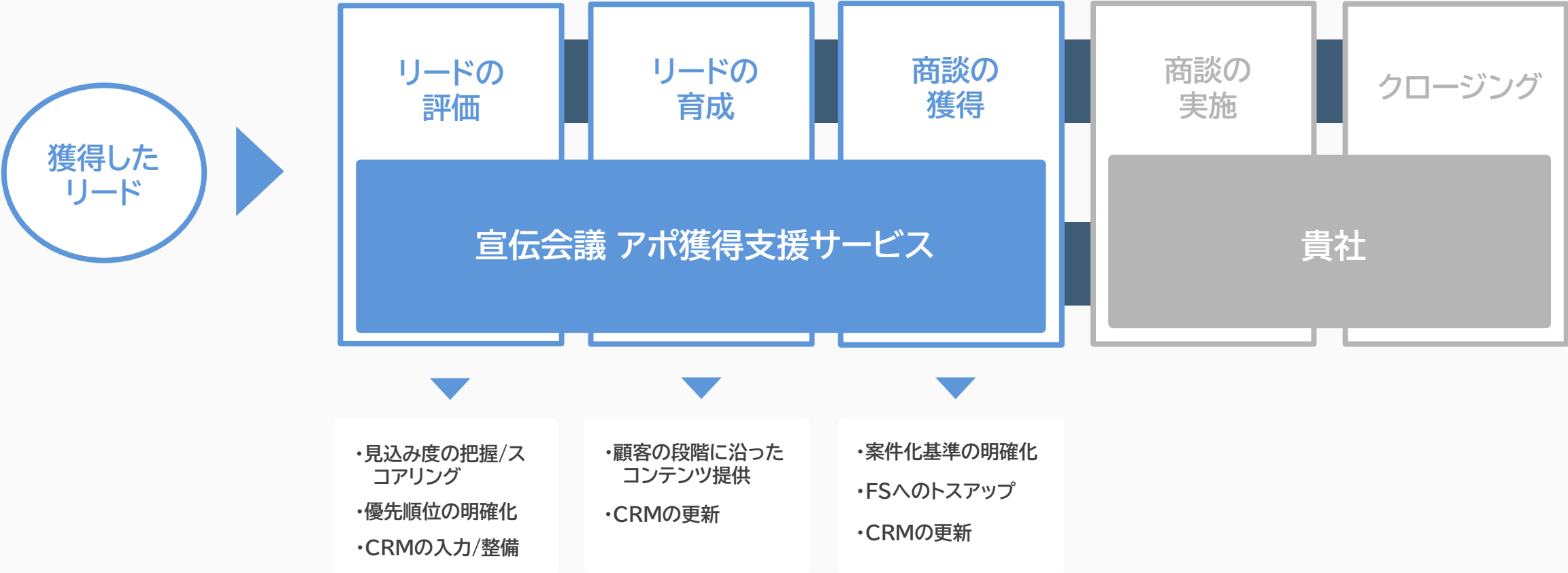
メニュー	Aプラン	Bプラン
提供リード数 (オンライン)	1500名保証 (リード単価:8,000円)	700名保証 (リード単価:10,000円)
提供リード数 (オフライン)	1000名保証 (リード単価:12,000円)	500名保証 (リード単価:14,000円)
対象期間	原則1年間	
回数	要相談(例:1~12回など)	
料金	金額はこちらよりお問い合わせください ※申込締切:6月28日(金)までの限定価格となります	金額はこちらよりお問い合わせください ※申込締切:6月28日(金)までの限定価格となります
備考	<p>※人数保証プランのため備考が多くなっています、プラスの情報もあるためご一読ください</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集客の枠の調整や達成可能性の判断のため、事前に、テーマや登壇者、集客スケジュールの審査がございます。(集客期間は最低1ヶ月以上、2ヶ月あることが望ましいです) ・人数を把握するために宣伝会議側で申込用のページ&フォームを作成、申込を受け付けます。 ・申込目標人数に達成しだい、原則集客はストップいたします。 ・集客施策・リソースについては、当社にご一任いただきます。 ・フリーランスや個人事業主、学生、セミナー主催企業の社員様の申込者はカウントいたしません。 ・申込ページ制作に際して、指定のクリエイティブがあれば貴社よりご提供ください ご用意がない場合は、当社トクマナで制作いたします。 ・開催するセミナーの概要等の詳細情報のご提供もお願いいたします。 ・セミナー申込者への視聴URLのご案内、当日までのリマインドは当社側で実施する想定ですが、貴社で実施されたい場合は、ご相談ください。 ・複数企業でリードを共有しあう形式のセミナーの場合、追加費用が発生します。 ・当日の視聴や配信に関しての参加者からのご質問などの対応は貴社でお願いいたします。 ご対応窓口・ご連絡先についても、事前にご提供お願いいたします。 	

アポ獲得支援パック (オプション)

宣伝会議イベントで獲得したリードに対する、評価→育成→商談の獲得、の支援も可能です。
営業部門、インサイドセールス部門による、商談獲得に課題がある場合は、ご検討をいただけますと幸いです。

宣伝会議「アポ獲得支援パック」とは

BtoBサービスに最適化された、プッシュ型インサイドセールスを構築。
リードの獲得～評価、育成、商談設定まで、一気通貫で実施します



宣伝会議「アポ獲得支援パック」の特徴

1

リード獲得～商談化までの戦略支援・コンサルティング

BtoB SaaSを中心に、多数のインサイドセールス支援で獲得してきた独自の成功メソッドをもとに、プッシュ型インサイドセールスの立ち上げ・施策提案を実施。BtoBサービスの成長段階や特性に合わせた、実行プランを策定。

2

顧客開拓・ナーチャリングの実行

単なる新規開拓のみを目的としたアウトバウンド営業やテレアポ代行ではなく、ターゲット選定～リスト抽出、スクリプト設計、スコアリングなど、中長期で成果の出るノウハウを構築し、ご提供します。

3

インハウス(内製化)支援

弊社にてプッシュ型インサイドセールスの実行支援～仕組み化を行ったのち、必要に応じて、内製化支援を実施します。獲得単価の最適化を測り、継続性・再現性の高い施策を設計します。

宣伝会議「アポ獲得支援パック」のメリット

1

最速・最短で立ち上げられる

2

ノウハウの活用・蓄積

3

コストを抑えられる

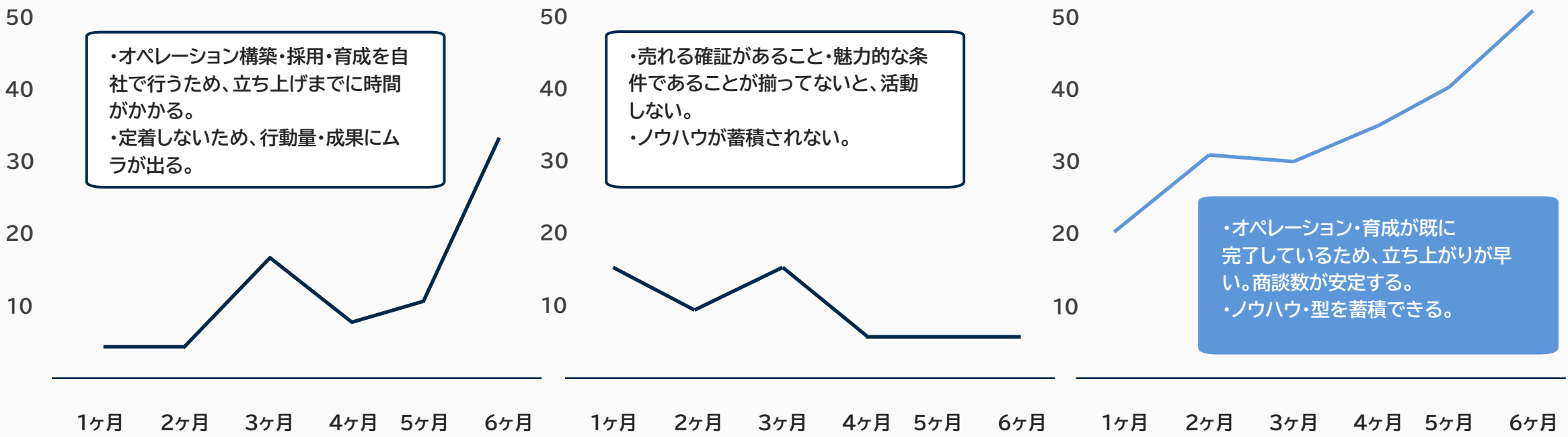
メリット1 最短・最速で立ち上げられる

インサイドセールスBPOを活用した場合、商談数の安定が早い

インハウス(内製)

代理店 / 成果報酬型業者

インサイドセールスBPO



- ・オペレーション構築・採用・育成を自社で行うため、立ち上げまでに時間がかかる。
- ・定着しないため、行動量・成果にムラが出る。

- ・売れる確証があること・魅力的な条件であることが揃ってないと、活動しない。
- ・ノウハウが蓄積されない。

- ・オペレーション・育成が既に完了しているため、立ち上がり早い。商談数が安定する。
- ・ノウハウ・型を蓄積できる。

※参考：バックオフィスSaaSの支援先推移

メリット2 ノウハウの活用・蓄積

プッシュ型インサイドセールス立ち上げには様々なノウハウ・体制が必要です。
単なる「アポイント」の納品ではなく、「売り型」を納品します



「宣伝会議 アポ獲得支援サービス」なら、

最短2週間で準備可能！

プロジェクトごとにトライ&エラーを繰り返した
貴社サービス独自の「**売り型**」を納品

メリット3 コストを抑えられる

内製で一人アウトバウンドセールスを配置するよりも、コストメリットが高い

<p>インハウス (内製)</p>	<p>人件費：500万円<月収30万を想定> (給与/賞与/法定福利費/交通費)</p>	<p>採用費： 年収×30%</p>	<p>教育費： 年収×10%</p>	<p>システム・リスト： 60万円<概算></p>	<p>※その他、消耗品費や 交際費など掛かります</p>
-----------------------	--	------------------------	------------------------	-------------------------------------	----------------------------------

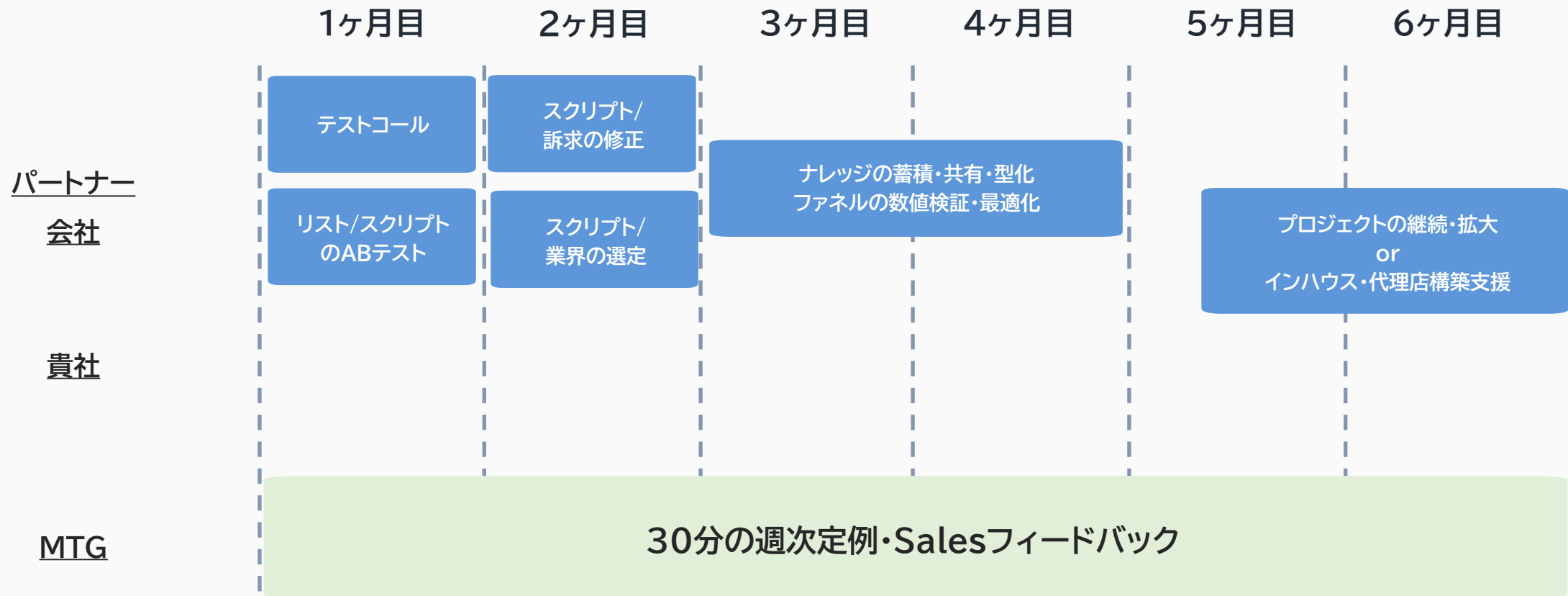
宣伝会議
アポ獲得支援
サービス



金額はこちらより
お問い合わせください

コストカット

プロジェクト開始後の流れ(半年間の場合)



リード・スコアリング

基本はBANT情報を元にリードのスコアを設計。各フェーズ毎に追客のシナリオを決定

スコア項目については、プロダクトや顧客の属性に応じて個別に設計。

	担当者特定	ニーズ・課題	予算・時期
A	○	○	○
B	○	○	△
C	○	△	△
D	○	×	×
E	×	×	×

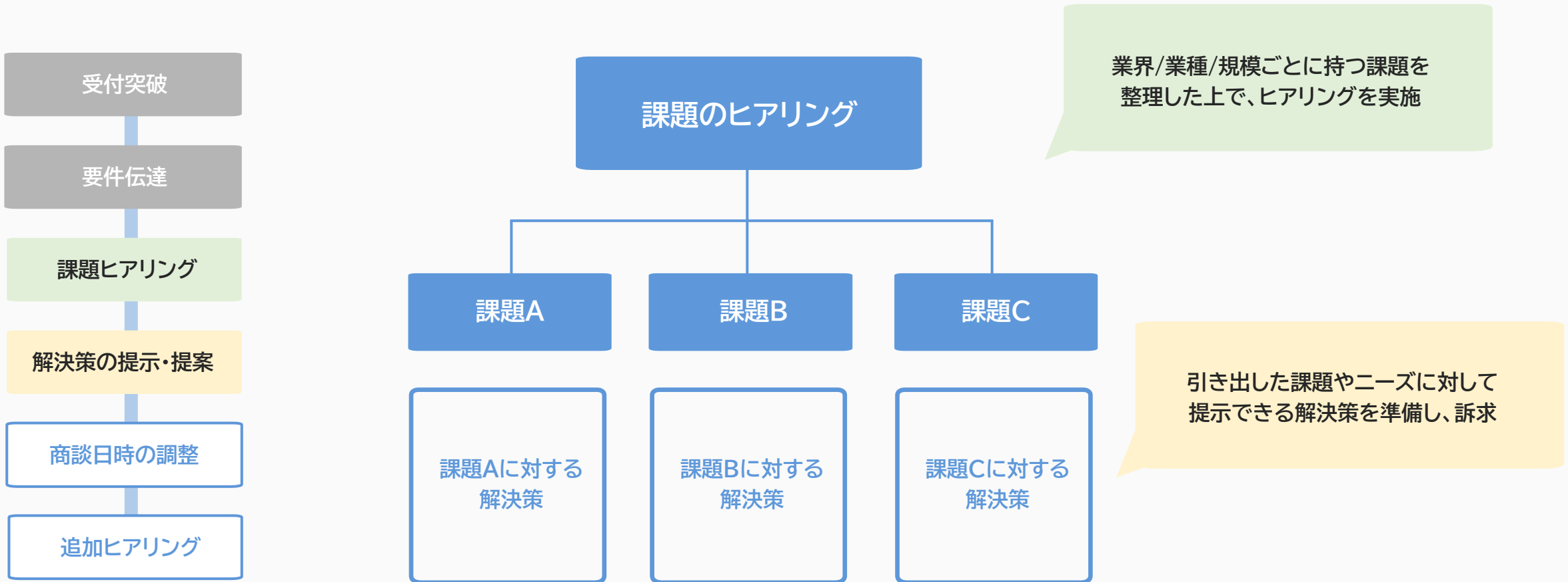
アポイント・商談の獲得

追客・資料送付
(MA/CRMツール)

再架電 or アプローチ中止

トークスクリプトの構成

ヒアリングを起点に顧客の課題・ニーズを特定し、状況に合わせた解決策を提示する



パートナー会社による支援体制

最小4名体制でチームを構成し、プロジェクトを実施します

プロジェクトマネージャー

プロジェクトの最終責任者として、戦略策定や方針決定を行う。



ディレクター

数値管理やオペレーターの教育、リスト/スクリプトの改善など、品質管理を行う。



オペレーター

2名体制でオペレーターを配置し、アウトバウンドBDRを実施



パートナー会社による支援実績

国内のB2B SaaS企業様を中心に、数多くのインサイドセールスを支援、
また宣伝会議のイベントに出展いただいているお客様へのアポ獲得率10%超の支援実績もございます



宣伝会議「アポ獲得支援パック」オプション料金プラン

料金プラン

金額はこちらより
お問い合わせください

- ✓ コール件数：800～1000件/月
(稼働目安120時間 / 月)
(SDRの場合、600～800件/月)
- ✓ 電話・メールを用いた、顧客育成・フォローアップ
- ✓ リスト / スクリプトの作成・準備
- ✓ アウトバウンドチャネルの戦略策定

- ①メンバー教育・スクリプト・コールシステムなどのセットアップ費として、初期費用300,000円別途で頂きます。
- ②追加でパートナー会社側でリストを用意する場合、30円/件別途で頂きます。
- ③最低契約期間6ヶ月～となります。
- ④支援は宣伝会議のパートナー企業が実施いたします。ご発注確定後にご紹介いたします。

6ヶ月支援特別料金：

金額はこちらより
お問い合わせください

宣伝会議 2024年 月刊誌特集予定

認知度を上げたい、新しいイメージを創っていきたい、事例コンテンツを作りたい場合は、メディアへの出稿もご検討いただけますと幸いです

宣伝会議 月刊誌 2024年 特集スケジュール (予定)

人気特集

特集に紐づいた編集タイアップ広告には下記5つの特典が付きます。**メニュー改編で非常にお得に！**合わせてご検討ください

- ① 月刊誌本誌 編集タイアップ2ページ掲載 + ② Webメディア「アドタイ」転載 + ③ 各月刊誌 デジタル版転載
- ④ 二次利用素材提供(貴社Webサイト等で活用ください) + ⑤ ネットワーキングイベント招待1名

料金：280万円⇒200万円

発売日	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
宣伝会議	70周年記念 特別企画 & OOH特集	SNS広告 & SNSマーケティング	コマースマーケティング & リテールメディア	宣伝部長アンケート & 運用型テレビCM特集	マーケティング PR	ブランドマネージャー アンケート & ファンマーケティング特集	ブランディング エージェンシー & 求人企画	マルチデバイス 時代の 「動画広告」活用	新春特別広告企画 & データマーケティング特集
販促会議	韓流ブーム ×プロモーション	リテール メディア	縦型動画 (TikTok/YouTube /Instagram等)	-	EC担当者 アンケート	キャンペーン (プロモーションアイデア)	インフル エンサー	-	ポップアップストア & リアルイベント
広報会議	メディア リレーション	オウンド メディア活用	社内 コミュニケーション	広報における SNS活用	スタートアップ 広報担当者 アンケート	-	-	コーポレートサイト リニューアル	危機管理広報
ブレーン	-	U35 CREATOR 特集	-	-	-	仕事が頼める クリエイター特集	-	-	宣伝部長アンケート & 注目のチーム特集



お問い合わせ

メー ル houjin@sendenkaigi.com

本 社 〒107-8550 東京都港区南青山3-11-13 新青山東急ビル
TEL:03-3475-3010 FAX:03-3475-3075

中部本部 〒461-0005 愛知県名古屋市東区東桜1-13-3 NHK名古屋放送センタービル
TEL:052-952-0311 FAX:052-952-0312

関西本部 〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島2-1-31 京阪堂島ビル
TEL:06-6347-8900 FAX:06-6347-8944

九州本部 〒810-0012 福岡県福岡市博多区博多駅中央街8番1号 JRJP博多ビル
TEL:092-419-3010 FAX:092-419-3015

