

ブランディングと見込み顧客の創出を実現

コンシューマー リードジェネレーション

効率よく見込み顧客のリストを収集する方法として注目されている「リードジェネレーション」
日経BPのメディアでは高所得者や消費意欲の高い方々をターゲットにブランディングから
リード獲得までを支援するB to C向けリードジェネレーションメニューをご用意しました。

ご提案可能なメディア

日経ビジネス

日経XTREND

日経Xwoman

日経Gooday

NATIONAL GEOGRAPHIC
日本版

ブランディングから営業サポートまで、 購買につながるマーケティング活動を支援

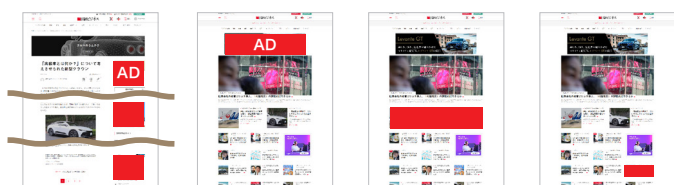
日経BPのメディアでタイアップ広告を掲載し、閲覧者のリードを取得してご提供。通常のメディアからの誘導に加えてオプションで、複数メディアからの誘導や高品質のファーストパーティデータ (BP DMP) を活用した高所得者向けの訴求、SNS等を使った外部ブーストも可能です。取得したリードは見込み顧客リストとしてセールス活動のほか、新商品やキャンペーン・展示会などのご案内にもご活用いただけます。

このメニューでできること

- ① 商品のアドバンテージを解説するタイアップ広告を掲載
- ② 閲覧者のリードを収集してご提供
- ③ 日経BPの各メディアのユーザーに向けて訴求が可能
(複数メディアからの誘導や高所得者向けの訴求、外部ブーストも可能)

コンシューマーリードジェネレーション

標準誘導枠掲載イメージ (各メディアのタイアップ用誘導枠)



※誘導枠はメディアによって異なります。それぞれのメディアデータをご参照ください。

BP DMP
1st Party Data Marketing



経営者層



マネジメント層



医者などの
高所得者層

BP DMPを活用した高所得者向けの誘導やSNS等を使った外部ブースト、日経BPの複数メディアを組み合わせたご提案も可能です。

※BP DMPは誘導に使用するもので、上記条件にセグメントしてリードを提供するものではありません。



タイアップ広告

日経BPが制作するタイアップ広告で、商品紹介のほか、ブランドストーリーやトップインタビューなど様々な形式が可能。ブランディングとリード獲得を同時に実現できます。「コンテンツをより深く知りたいユーザーが2ページ目に読み進む際にリードを取得する」「サイト上でユーザーの購買動向調査を実施し回答の際にリードを取得する」などの手法があり、購入意欲や予算を訪ねるアンケートの実施も可能です。

ご提供できる情報

- ・氏名
- ・自宅住所
- ・自宅電話番号
- ・メールアドレス

その他、ご希望で購入意欲などのアンケートを実施し、その回答と紐づけてご提供することも可能です。

対象ジャンル

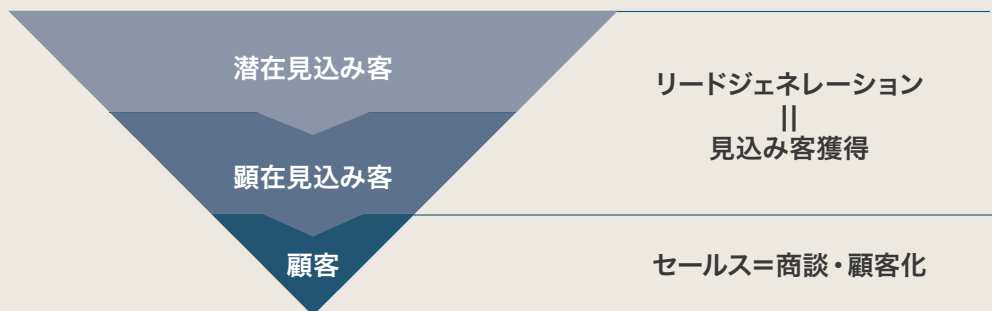


実施料金の目安 (掲載期間1カ月～) **350万円～ (税別)**

実施メディア、オプションの誘導や提供リードのセグメントの有無などによって変動します。お問い合わせください。

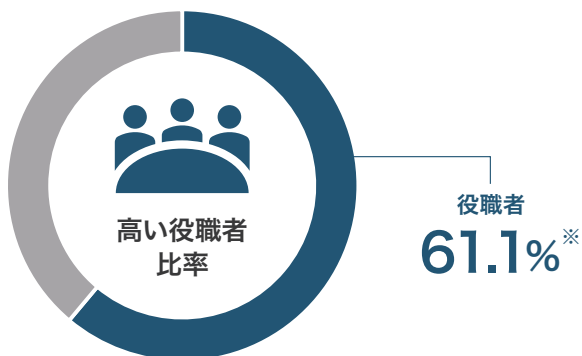
コンシューマーマーケットにも有効な リードジェネレーション

リードジェネレーションとは自社の製品・サービスの購入に関心を示す個人や企業を見込み顧客として集め、情報提供や提案をして購入につなげる活動。営業に直結し、効果測定がしやすい点から、多くの企業、マーケティング担当者が取り組みを強化しています。B to C分野でもダイレクトな営業が必要な高額商品・サービスの見込み顧客を掘り起こすために、あるいは継続的な情報適用によって顧客とのエンゲージメントを構築するために、リードジェンは有効な手段です。



コンシューマーリードジェネレーションのポイント

Point.1 読者は購買力の高い 役職者、高額所得者が中心



※2020年10月～2021年4月の日経ID登録者データより

Point.2 媒体の枠を超えた アプローチが可能



日経ビジネスをはじめとする日経BPの各メディア、日経BPが誇る高品質なファーストパーティデータ「BP DMP」、リーチを拡大するための外部パートナーなどを組み合わせ購買力の高い層にアプローチが可能です。

Point.3 オンデマンドでリードの ダウンロードが可能



日経BPリード・サポートセンターを活用いただくことで、お客様ご自身がインターネット経由でいつでもリードのダウンロードが可能。獲得状況をリアルタイムで把握できるほか、獲得リードの属性情報のグラフ表示などもでき、スピーディなマーケティング活動を支援します。