 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告メディア概論 広告の計画と予算

中野秀男
帝塚山学院大学非常勤講師
大阪市立大学名誉教授、堺市情報セキュリティアドバイザー

1 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29


今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 広告の計画
 - ▶ マーケティング・プロフィール
 - ▶ 広告の基本戦略
- ▶ 広告の予算
 - ▶ 世界
 - ▶ アメリカ
 - ▶ 日本

▶ 2 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(1)

- ▶ 法規が一般と個別に分かれている
- ▶ 広告である事を表示
- ▶ 勝手にアカウト使われるのは犯罪では
- ▶ フェーク広告やフェークニュースの見分け方
- ▶ ネットで変なところへ飛ぶのは消費者基本法違反か
- ▶ 不適切とされた広告の会社は何か罰を受けるのか。注意だけか
- ▶ 訴えると、訴えた人が非難されることがある
- ▶ 自主規制は実際にはどうしているか

▶ 3 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(2)

- ▶ JAROがインターネットの広告処理も
- ▶ 広告を流すのに審査が
- ▶ JAROは広告を作ることはないか
- ▶ JAROとBPOの違いは
- ▶ 3.11の時に広告が全部ACジャパンになった
 - ▶ 結構、クレームがあったが
- ▶ 広告代理店に入るには高学歴でないとダメか
 - ▶ 資格は

▶ 4 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


マーケティングプロフィール(1)

- ▶ 広告計画の前提: マーケティング・プロフィール
- ▶ 1.コーポレート・プロフィール:企業情報
 - ▶ 企業の経歴、業界での位置付け、競合会社の情報、経営方針
 - ▶ 企業イメージ、サウンドやロゴ、マーケティング目標
- ▶ 2.コモディティ・プロフィール:商品情報
 - ▶ 性能、特性、改良点、パッケージ、ブランド名や知名度
 - ▶ 商品イメージ、商品利用状況、自社の商品のクラス
 - ▶ マーケティング・シェア、競合ブランド情報
- ▶ 3.コミュニケーション・プロフィール
 - ▶ 広告活動、販売促進活動、人的販売活動、PR活動
 - ▶ パブリシティ活動、社内コミュニケーション活動
 - ▶ 競合会社の広告活動

▶ 5 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


マーケティングプロフィール(2)

- ▶ 4.チャネル・プロフィール:流通経路や物流
 - ▶ 輸送、保管、小売店の商品在庫、商品回転率、商品陳列
 - ▶ 小売業へのサービス情報、競合会社の情報
- ▶ 5.コスト・プロフィール:マーケティング・コスト
 - ▶ 価格設定情報、流通経路のコスト、販売実績と対広告比
 - ▶ 販売促進費、計画プロジェクトのコスト、競合会社の情報
- ▶ 6.コンシューマ・プロフィール:消費者情報、市場情報
 - ▶ 地理的・人口的情報、ライフスタイル、広告への反応情報
 - ▶ ブランドの認知、購入動機情報、購入頻度、使用状況
- ▶ サーカムタンス・プロフィール:環境情報
 - ▶ 国の政治的・法的環境および国際環境情報、自然環境情報
 - ▶ 社会や福祉の問題、文化的環境、経済環境

▶ 6 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告の基本戦略(1)


- ▶ 広告目標の設定
 - ▶ 売り上げの増大、態度変容、認知度、イメージの創成
 - ▶ 世論の盛り上げや抵抗の除去
- ▶ 広告予算の編成
- ▶ 媒体戦略・戦術
 - ▶ 媒体目標: 人口・地理的細分化、実施時期と期間
 - ▶ 媒体戦略: 広告費の配分、主要と媒体選定、補助媒体選定
 - ▶ スペースとタイム、ターゲット・オーディエンス
 - ▶ 媒体戦術: 予算の概算表、媒体計画表



▶ 7 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29 帝塚山学院大学 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告の基本戦略(2)


- ▶ 表現戦略・戦術
 - ▶ データの整理
 - ▶ トレードマーク、ロゴタイプ、トレードカラー、サウンド・ロゴ
 - ▶ スローガン、ブランド・ネーム、パッケージ
 - ▶ 商品のポジショニング
 - ▶ 生活での位置付け、市場での位置付け、社会での位置付け
 - ▶ コピー・コンセプトの決定
 - ▶ コピー・プラットフォーム: 入れるべき事項、禁句
 - ▶ コピー作成
- ▶ 広告出稿
- ▶ 広告効果: 受け手からみて
 - ▶ 露出効果、認知効果、態度変容効果、販売効果



▶ 8 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29 帝塚山学院大学 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告費

- ▶ 広告費の範囲
 - ▶ 広告費のチェックリスト
- ▶ 世界および日本の広告費の分析
 - ▶ 2011年 世界の総広告費
 - ▶ 2007年 アメリカ広告主上位100社
 - ▶ 世界の広告会社トップ40
 - ▶ 日本の広告費(電通のウェブが最新)
 - ▶ 媒体別広告費と構成比
 - ▶ 日本の広告主上位20社
 - ▶ 単独決算ベース
 - ▶ 連結広告宣伝費
 - ▶ 日本の主要広告会社上位40社
 - ▶ 業種別広告費のマスコミ4媒体別構成比



▶ 9 広告メディア概論 広告の計画と予算 2019/11/29 帝塚山学院大学 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
