

---

---

# 宣伝媒体のご提案

---

---

## 「企業向け、または顧客向け情報誌発行」

### 目的

- 事業内容の普及のため
  - ・利用事例や特集などを掲載
  
- 営業先への営業ツールとして
  - ・営業先への持ち込みツール
  - ・工務店の施工実績などを掲載
  - ・施工事例や新技術、経営アイデアなど、役に立つ情報を掲載
  
- 広告媒体として
  - ・メーカーなどの広告を掲載。広告費などでコスト削減
  - ・一般のユーザーまでターゲットを広げる事で、販売店や工務店の広告も掲載可能？
  
- 新規事業の開拓
  - ・冊子などの作成ノウハウを蓄積します。後の事業拡大への可能性
  - ・レベルの高い冊子の作成を目指し、媒体としての価値を高めます。

## 利点

- 掲載情報は、会社の資産として活用できます。  
取材内容（様々な実績紹介情報や取材で得た人脈など）  
よりレベルの高い業界紙発刊の可能性  
web用コンテンツとしての利用など
- 定期物件として制作費・印刷費などを抑えます。  
また、御社の情報も掲載することでDMとしても活用できます。
- 定期的な制作物があることで、運営を多角的にサポートする基盤作りになります。  
たとえば制作スタッフの確保・抱え込みなど。

## 可能性

- ◎広告収入への期待
- ◎WEBサイトとの連携によりインタラクティブな紙面に
- ◎業界のフリーペーパーとして幅広く浸透

## ■内容の提案（アイデア）

---

ターゲット

販売店、工務店、一般の施主様など。

コンセプト

A 案 新技術などの紹介を主とした企業の為のツールとしてビジネス支援情報誌

B 案 インテリアや家造りのおすすめ情報や施工例など施主様をターゲットとした情報誌

はじめは A 案の企業向け情報誌を発行します。

内容は工務店の施工事例また、メーカーの技術をアピールします。

ビジネス向けの情報を掲載し工務店や販売店をターゲットにした内容にします。

展望としては、内容の充実により、広いターゲット向けに刷新していきます。

エンドユーザー向けの内容にし、集客力を持たせ、工務店や販売店の PR に役立つ媒体を目指します。

内容は建築リフォーム・ビジネス情報・ターゲット層対象の特集（地酒特集など）

企業向けの場合は D-net とあわせた情報の掲載も可能かもしれません。

## ■創刊にあたって

---

### 課題

#### ★よりハイレベルの冊子にすることが必須事項

手に取ってみたい。読んでみたい。保管しておきたい。次号が楽しみと思われる作り込みが必要。

#### ★広告主の開拓。これもレベルの高い冊子である事とより多くの配布先の開拓が必要。

当面はDMや営業ツールとして使用し、おって配布先と広告主の開拓を行います。

### 草案

- ・月刊または各月発行
- ・無料情報誌
- ・当初はページ数は8～12ページ程度
- ・部数は予算や配布先の見込みとページ数を決定後に決めます。

### 費用

発行には印刷費、ディレクション費、取材撮影費・コピー編集費、ページの制作費が必要となります。

#### ・営業ツールDMとして発行

封筒に封入し、その他の情報や挨拶状と共に定期的に各営業所よりお得意先へ配布。

アンケートプレゼント企画、セミナーやイベント情報などをお伝えします。

### 製作スケジュール

- 配布場所の決定
- 部数の決定
- スケジュール決定
- コンセプト・内容の検討
- 制作