インターネット広告の業界動向

2003.10.21 CXMedia Inc.

◆メデイアの効果

	ブランド構築力	消費者の絞り込み	顧客データ分析	クリック率
テレビCM	◎	△	△	
バナー広告	○	○	○	0.5%
オプト・インメール	△	◎	◎	2.0%～
電子クーポン	△	◎	◎	
ハイパーシステム*	○	◎	◎	6.26%

*ホットカフェという広告画面をターゲットユーザーに期間と何回表示するかが指定できる。

■ 環境の変化 ■

・業界の再編：異業種との提携活発化
・メディアミックスの活発化：BS/地上デジタル放送を含めた双方向メディアの誕生
・モバイル・携帯電話の普及加速：ライフスタイルの変化

■ メディアレップ ■

DAC
デジタル・アドバタイジュズ
コンソーシアム

CCI
サイバーコミュニケーションズ

博報堂

アサツーディ・ケイ

ページビュー保証型

電通

ソフトバンク

まぐクリック

メールマガジン

サイバーエージェント

携帯用にオプトインメール

バリュークリックジャパン

クリック保証型

ダブルクリックジャパン

Yahoo Japan
オークションサイト

アイベックスコーポレーション

ネットの懸賞キャンペーン広告

ドラフトワールドワイド
コモンズ(アメリカ)

コモンズ

日本経済新聞社

DBを活用して顧客の嗜好に合わせたDMを発送他

新しい広告携帯がアメリカから続々入ってくる

●携帯用広告専門会社→

・ディーツーコミュニケーションズ（ｉモード向け）
・エイワンアドネット（Ezweb向け）

Copyright (c) 2002-2003 CXMedia Inc. All rights reserved.