株式会社CDM

＜事例＞　受注組数を落とさず広告コストを 1/2 に圧縮した首都圏ホテル様

利用媒体	2005年 P数（WEBの場合は参画企画数）												年間合計	推定P単価	媒体別推定年間合計	推定年間合計
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月				
01.『けっこんぴあ』												1	1	300,000	300,000	
02.『ゼクシィ』	3	2	10	5	2	4	2	3	5	3	3	6	48	750,000	36,000,000	
09.『シティ ウエディング』														500,000	0	
10.『プライズ』														300,000	0	
11.『ホテルウエディング』														300,000	0	37,200,000
101.『WeddingWalker』														50,000	0	
103.『ゼクシィnet』						1	2	2	1	1	1	1	9	100,000	900,000	
104.『ぐるなびウエディング』														50,000	0	
105.『ウエディングパーク』														100,000	0	

利用媒体	2006年 P数（WEBの場合は参画企画数）												年間合計	推定P単価	媒体別推定年間合計	推定年間合計	対前年予算比
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月					
01.『けっこんぴあ』														300,000	0		
02.『ゼクシィ』	3	3	6	5	4	3	4	3	2.25	4	2.25	4	43.5	750,000	32,625,000		
09.『シティ ウエディング』														500,000	0		
10.『プライズ』						1		1		1		1	4	300,000	1,200,000		
11.『ホテルウエディング』														300,000	0	35,725,000	96.0%
101.『WeddingWalker』														50,000	0		
103.『ゼクシィnet』	5	5	1	1		1		2	2	2			19	100,000	1,900,000		
104.『ぐるなびウエディング』														50,000	0		
105.『ウエディングパーク』														100,000	0		

利用媒体	2007年 P数（WEBの場合は参画企画数）												年間合計	推定P単価	媒体別推定年間合計	推定年間合計	対前年予算比
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月					
01.『けっこんぴあ』														300,000	0		
02.『ゼクシィ』	2	2	2	2		2		2		2		2	16	750,000	12,000,000		
09.『シティ ウエディング』								2				3	5	500,000	2,500,000		
10.『プライズ』						2		2					4	300,000	1,200,000		
11.『ホテルウエディング』														300,000	0	19,150,000	53.6%
101.『WeddingWalker』														50,000	0		
103.『ゼクシィnet』	5	2	2	4	2		2		2		2		21	100,000	2,100,000		
104.『ぐるなびウエディング』		1						1		1			3	50,000	150,000		
105.『ウエディングパーク』		1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	12	100,000	1,200,000		

利用媒体	2008年 P数（WEBの場合は参画企画数）												年間合計	推定P単価	媒体別推定年間合計	推定年間合計	対前年予算比
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月					
01.『けっこんぴあ』														300,000	0		
02.『ゼクシィ』				2		2		1					5	750,000	3,750,000		
09.『シティ ウエディング』					1								1	500,000	500,000		
10.『プライズ』		2				3		2		2			9	300,000	2,700,000		
11.『ホテルウエディング』			3				3				3		9	300,000	2,700,000	12,750,000	66.6%
101.『WeddingWalker』			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	50,000	500,000		
103.『ゼクシィnet』	2				2	1	2	1	2	1	1	1	13	100,000	1,300,000		
104.『ぐるなびウエディング』	1	1											2	50,000	100,000		
105.『ウエディングパーク』	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	100,000	1,200,000		

利用媒体	2009年 P数（WEBの場合は参画企画数）												年間合計	推定P単価	媒体別推定年間合計	推定年間合計	対前年予算比
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月					
01.『けっこんぴあ』													0	300,000	0		
02.『ゼクシィ』								0.5	0.5	0.5			1.5	750,000	1,125,000		
09.『シティ ウエディング』													0	500,000	0		
10.『プライズ』		2											2	300,000	600,000		
11.『ホテルウエディング』			3										3	300,000	900,000	5,025,000	39.4%
101.『WeddingWalker』	1	1	1	1									4	50,000	200,000		
103.『ゼクシィnet』	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2			12	100,000	1,200,000		
104.『ぐるなびウエディング』													0	50,000	0		
105.『ウエディングパーク』	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			10	100,000	1,000,000		

① 06 年。様々な雑誌媒体を試験的に活用
② 07 年。『ゼクシィ』の P 数や回数を抑え、尚且つ『ゼクシィ net』も偶数月のみに限定。広告費用を抑えることができる雑誌、WEB の他媒体をセーフティーネットに
③ 08 年。広告費用の効率 UP をさらに加速。複数媒体の活用を試行錯誤
④ 09 年。08 年の効果測定を元に活用媒体を WEB メディアに絞り込む。広告費用は 05 年比で 1/2 以下に。『ゼクシィ』0.5P は、「月にあと 10 組来館がほしい」という希望から判断した必要量。この間、年間 300～350 組の施工数は落とさずに維持。

※上記媒体がすべてではありません。折込チラシなども活用されています。
※上記表内の「推定 P 単価」は弊社の推定によるものです。

株式会社CDM　TEL:03-5749-2660 FAX:03-5749-2661　〒142-0041 東京都品川区戸越 5-8-10-601
Mail:murata@wearecdm.jp　Url:www.wearecdm.jp