

特別広告企画

戦略立案・実行・分析などを支援、伴走し、CX向上と顧客の創造を支援する

マーケティングコンサルティング

特集連動

「インフルエンサー
マーケティング
の成功法則」
特集（仮題）



表紙イメージ

対象企業・サービス

マーケティング戦略立案支援、伴走型マーケティングコンサルティング、デジタルマーケティング運用支援、プラットフォーム導入支援、マーケティングリサーチなど

■ 企画趣旨

マーケティング関連特集と連動し、企画内でCXを実現するためのマーケティング組織のあり方やDXを成功に導くための要諦、協賛各社が提供するコンサルティングサービスの特長や強みを経営層、CDO/CMO、マーケティング部門の意思決定者にわかりやすく訴求します。

デジタルテクノロジーの発展やAIの登場、SNSやソーシャルメディアの普及、またコロナ禍を経て消費行動やライフスタイルが大きく変化、多様化しており、企業は旧来の売り切り型のマーケティングモデルから、サブスクリプションをはじめとする顧客に選ばれ続けるロングテール型のマーケティングモデルへ転換するなど、CX（顧客体験価値の向上）を実現、あるいは新しい顧客を創造することで安定的な収益を確保し、企業価値を高めることが求められています。

しかしながら、CX 実現のためには、サービス提供企業自身がマーケティングに対する考え方を顧客思考にあらため、マーケティング組織やマーケティング戦略も顧客起点に変えてく必要がありますが、単純に売り方やチャンネルを変えただけのケースや、短期的な成果にとらわれて中長期的な視点で施策が実行されていない事例なども散見されており、多くの企業において本質的なマーケティングDXは道半ばの状況と言えるでしょう。

そこで、トップマネジメントおよび経営の意思決定を行うマネージャークラスが多数購読するDIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー2024年8月号(7月10日発売)では「インフルエンサーマーケティングの成功法則（仮題）」特集と連動する形で「**戦略立案・実行・分析などを支援、伴走し、CX向上と顧客の創造を支援するマーケティングコンサルティング**」と題した広告企画を実施します。

本企画では、**CXを実現するためのマーケティング組織のあり方やマーケティングDXを成功にみちびくための要諦**、さらに協賛各社が提供するコンサルティングサービスの特長や強みを中心読者である経営層、CDO/CMO、マーケティング部門の意思決定者に訴求します。

ぜひこの機会にご出稿をご検討ください。



『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』とは、

米国以外では世界で最も早く1976年に創刊。2021年に45周年を迎えました。以来、グローバル・リーダーを目指す 人のための日本で唯一の「マネジメント誌として高い評価を受けており、最近では 起業家やベンチャー経営者など若手のビジネスリーダーからも絶大な支持を得ています。

■2024年8月号（7月10日発売）編集特集内容

特集タイトル：インフルエンサーマーケティングの成功法則

—Winning at Influencer Marketing (Spotlight Series)—

【企画趣旨】

インフルエンサーマーケティングの影響力は無視できず、これまでに多くの企業が実践してきた。ただし、このマーケティング手法を効果的に活用できている企業ばかりとはいえない。また、消費者を欺いたり、真偽不明の情報を拡散したり、過度の浪費を助長したりするなど、さまざまな問題に直面していることも確かだ。本特集では、バーチャルインフルエンサーなど新たな形態を含めて、企業がインフルエンサーの潜在力をどうすれば最大限に引き出せるか論じる。

【HBR論文】

インフルエンサー業界にガードレールが必要な理由

エミリー・フント（ペンシルバニア大学 客員研究員）

“Why The Influencer Industry Needs Guardrails,” HBR, May-June 2024.

セレブリティ・ブランドに成功をもたらす要因は何か

アイエレット・イスラエリ（ハーバード・ビジネス・スクール 准教授）ほか

“What Makes a Successful Celebrity Brand,” HBR, May-June 2024.

バーチャルインフルエンサーを「雇用」すべきか

セリム・ワン（ソングュガン大学経営大学院 助教授）ほか

“Should You Hire a Virtual Influencer?” HBR, May-June 2024.

マーケターは大学生アスリートのインフルエンサーをどのように選ぶべきか

キンバリー・ウィトラー（バージニア大学 ダーデンスクール・オブ・ビジネス 准教授）ほか

“How Marketers Should Choose College Athlete Influencers,” HBR, May-June 2024.

【日本オリジナル】

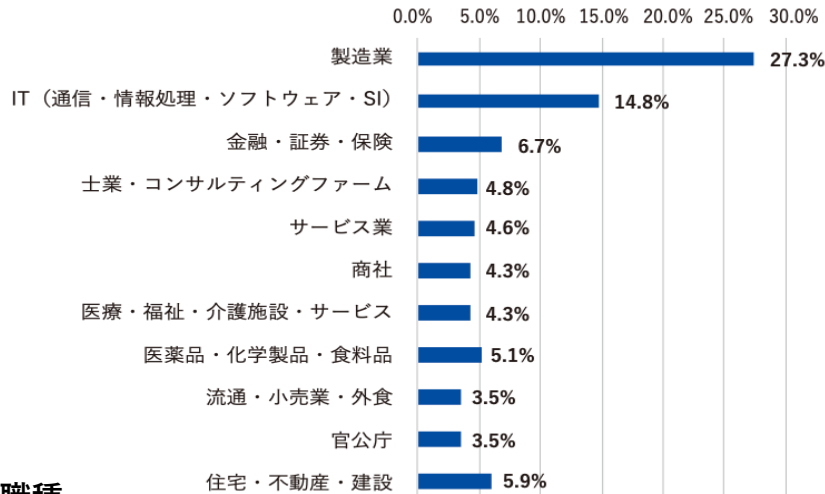
小林哲二（ナイキジャパン ジェネラルマネージャー兼VP（仮））

※特集内容は変更になる場合がございます。その場合は確定次第、更新いたします。

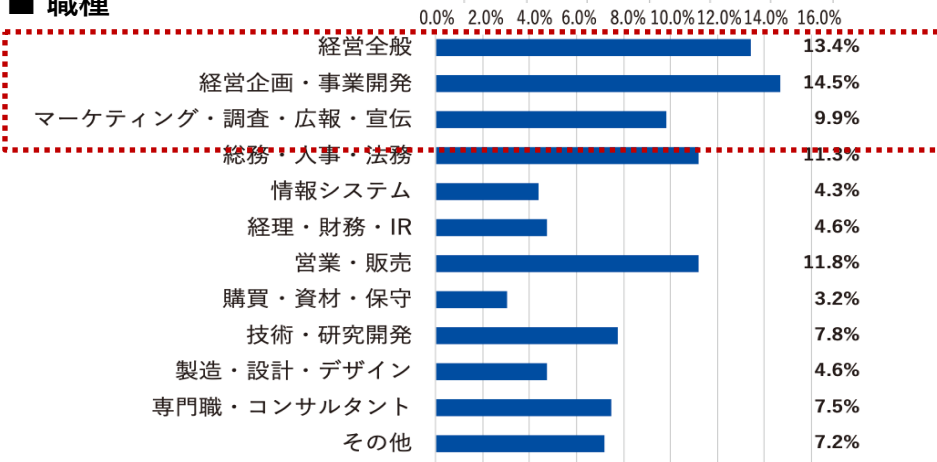
製造業を中心に大手企業の経営層、経営の中枢を担う部門の意思決定者が購読

出所：2020年12月に実施した読者アンケートより
n=329

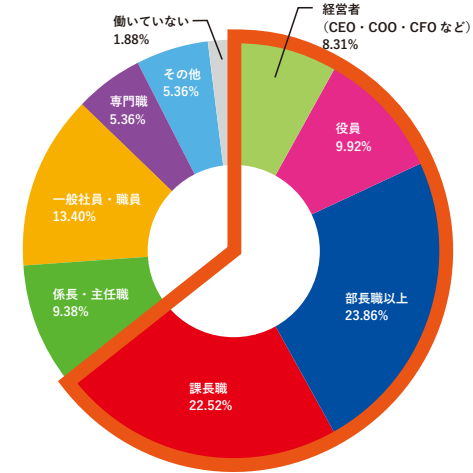
■ 業種



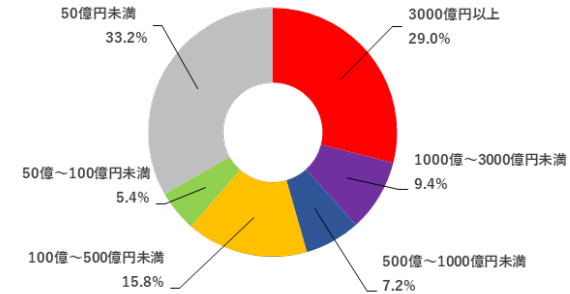
■ 職種



■ 役職

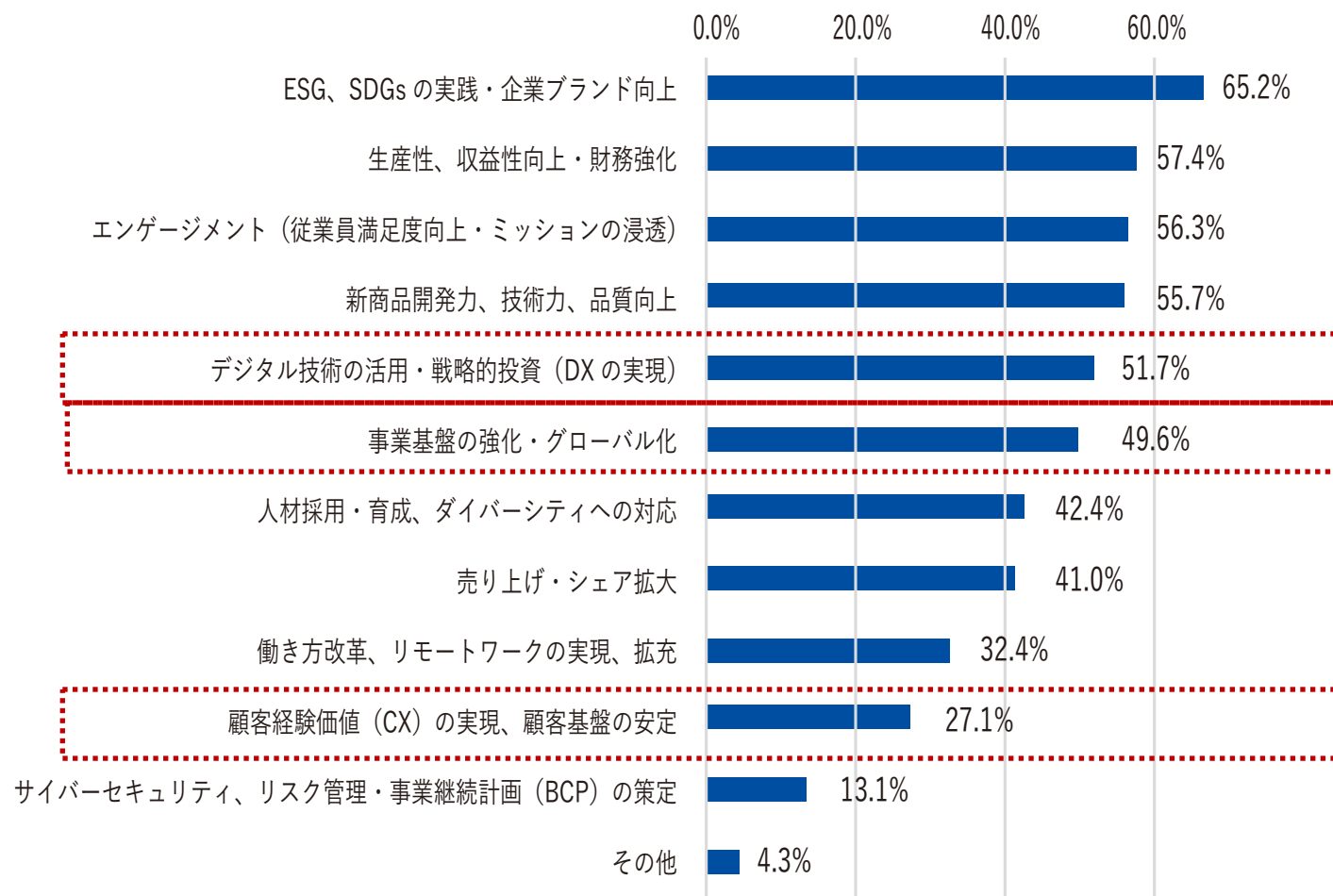


■ 勤務先の売上規模



DX、マーケティング領域に関する課題を抱える読者が多数

■ 自社が抱えている経営課題（複数回答可）



[総論記事]

マーケティング戦略に詳しい有識者、専門家にインタビューを行い、CX実現の要諦、マーケティングトレンドについて解説いたします。

[各論記事（記事タイアップ）]

協賛各社へ取材を行い、独自の視点でタイアップ記事としてまとめます。

[企画ページ構成]

下記（編集特集につづき、本企画を展開）



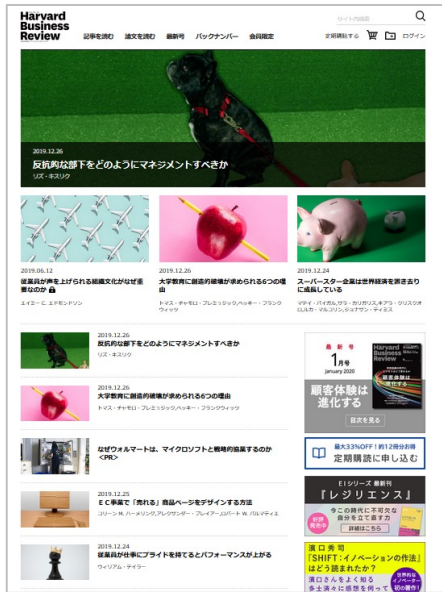
<免責>

ご参画企業が1社の場合は、総論はつかず扉1ページのみ、2社の場合は、扉はつかず総論が2ページ、3社以上の場合は、扉+総論2ページの掲載となります。また、広告企画の掲載位置は編集ページの構成等により変動いたします。あらかじめご了承ください。

DHBRオンライン展開イメージ

DHBRオンライントップ、ダイヤモンド・オンラインなどから企画内容に興味を持つ読者を引きつける誘導テキストを設置し、タイアップページへ誘導します。

DHBRオンライントップ



<https://dhbr.diamond.jp/>

広告主様タイアップページ



転載

広告主様サイト



※掲載終了後に掲載レポートを提出



■企画料金（誌面／オンライン）／オプション料金

■DHBR本誌

●中面4色2ページタイアップ

※タイアップ仕様：2,000-2,500字程度、写真、画像2～3点程度

2,500,000円（税別）

●4色4ページタイアップ

※タイアップ仕様：4,000-5,000字程度、写真、画像3～4点程度

4,300,000円（税別）

■DHBRオンライン

●雑誌2ページタイアップ転載（5,000PV保証）

1,000,000円（税別）

※雑誌料金にアドオン。タイアップ仕様：雑誌に準拠

●雑誌4ページタイアップ転載（10,000PV保証）

1,800,000円（税別）

※雑誌料金にアドオン。タイアップ仕様：雑誌に準拠

■単独抜刷サービス（オプション）

●4色4ページ×1,000部～

350,000円～（税別）

※一社単独での抜き刷りの場合。

1,000部以上ご希望の場合はお問合せ下さい。



※表紙イメージ

●オンライン単独タイアップ

10,000PV保証 2,500,000円（税別）

※タイアップ仕様：2,000-2,500字程度、写真、画像2～3点程度

※抜き刷りサービスは付帯しません。

[締切]

タイアップ申込締切 **2024年4月26日（金）**

純広告申込締切 **2024年6月10日（月）**

[掲載（公開）スケジュール]

DHBR本誌掲載 **2024年7月10日（水）**

DHBRオンライン

・タイアップ転載 **2024年7月10日（水）13:00公開予定**

【お問い合わせ】

株式会社ダイヤモンド社メディア局

ソリューション営業部 鶴巻

web_ad@diamond.co.jp

〒150-8409東京都渋谷区神宮前6-12-17

TEL:03-5778-7220 FAX:03-5464-0783