

平成 19 年 12 月 19 日

会社名 アウンコンサルティング株式会社
代表者名 代表取締役 信太 明
(コード番号 2459 東証マザーズ)
問合せ先 取締役執行役員
工藤 典久
T E L 0 3 - 3 2 3 9 - 2 7 2 7

今後、強化したいインターネットプロモーションのトップは SEM で 35%

米国におけるプロモーション実態調査

～メディア活用の状況と今後の利用意向～

検索エンジンマーケティング(SEM)を手がけるアウンコンサルティング株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:信太明 以下、アウンコンサルティング)はこのたび、米国におけるマーケティング担当者を対象に、プロモーションにおけるメディア活用の現状と今後の利用意向について調査を行い、レポートの販売を開始しましたので、お知らせいたします。

「米国におけるプロモーション実態調査」について

アウンコンサルティングは、日本国内で培った SEM での経験と専門的知見をもとに、海外進出する日系企業のプロモーション支援を行うべく、英語や中国語など多言語の SEM サービス等を開始し、コンサルティングサービスを提供しています。

このたび、当社が提供する「米国におけるプロモーション実態調査」では、米国のマーケティング担当者に焦点を絞り、どのようなメディアを活用してプロモーションを行っているかを尋ねました。その中で、どのメディアを効果が高いと認識しているかを調べるとともに、現在実施しているプロモーションについて、そして今後、強化していきたい施策など利用意向を調査しました。

前半では、米国のマーケティング担当者がどのような企業環境、勤務状況にて、実際にどのようなメディアを活用してプロモーションに取り組んでいるか。その現状や、今後の意向が確認できる資料となっております。

また、後半では、インターネットプロモーションの活用状況にフォーカスし、実施している具体的な施策は何か、その費用対効果について、さらに今後予算を投じたい施策についてご提示しております。SEM に関しては、実施の予算規模から運用体制について合わせて報告しております。

米国におけるウェブプロモーション戦略立案の際にベンチマークとなるデータであると確信しております。

「米国におけるプロモーション実態調査」の調査概要

調査対象： 米国における企業のマーケティング担当者(20歳以上、男女不問)

調査方法： ウェブ形式のアンケート調査

調査時期： 2007年11月

回答者属性： 総数 100名

調査主体： アウンコンサルティング株式会社

設問項目：

1. 調査概要 / 要旨
2. 勤務先の事業規模
3. 勤務先の事業内容
4. マーケティング担当者の経験期間
5. プロモーション活用メディア
6. プロモーション活用で重視しているメディア
7. 今後、予算を投じたいプロモーション活用メディア
8. 現在実施しているインターネット活用プロモーション
9. 今後、強化したいインターネット活用プロモーション
10. SEM(検索エンジンマーケティング)活用状況
11. SEM(検索エンジンマーケティング)活用期間
12. SEM(検索エンジンマーケティング)において実施している施策内容
13. SEM(検索エンジンマーケティング)活用において重視している施策内容
14. SEM(検索エンジンマーケティング)において費用対効果が高いと考える施策
15. 今後、SEM(検索エンジンマーケティング)において予算を投じたい施策
16. SEO(検索エンジン最適化)に投じている予算
17. P4P(検索連動型広告)に投じている予算
18. SEO(検索エンジン最適化)の運用体制
19. P4P(検索連動型広告)の運用体制
20. まとめ

本レポートは、当社情報サイト(((SEM-ch))) <http://www.sem-ch.jp/> (((CBM-ch))) <http://www.cbm-ch.jp/>にて販売いたします。上掲の各設問に対する解答結果や傾向など、検索エンジンマーケティングへの活用はもちろん、マーケティング活動において広く利用が可能なレポートとなっております。

2007年12月19日販売開始 / A4・各13頁 / 定価 各¥52,500 (税込)

本件に関するお問合せ先

担当 SPグループ

Tel 03-3239-2890

Mail [sp@auncon.co.jp](mailto:sp@ auncon.co.jp)