

急いでデジタルクリエイティブの本当の話をします。



小霜和也
広告主にほめられる
新時代Web動画の教科書。

発売日: 2017年7月27日

著者: 小霜 和也

ページ: 229

PDF

広告業界や企業のマーケティング部署はまさにいま、「デジタルクリエイティブ」の見直し
が求められています。

まず目の前の課題は、「Web動画」をいかに「WebCM」にするかである、と著者は語ります。

アドテクノロジーが進化し続けているにもかかわらず、Webでは成果が不確実なバズ動画や、Webの特性を無視してテレビCMや商品解説トレーラーをそのまま配信するなど、メディア運用者とクリエイティブの寸断によってコミュニケーションが最適化できていない。

「動画」ではなく「CM」としてきちんと成果を出すやり方を取らなければいけない。そのことによって、Webとマスは横並びの、一続きのものとして統合できるのだと。

本書は、マスとWebを横断したコミュニケーションで高い実績を持つ筆者が、自身の仕事の中で培った

「デジタルクリエイティブ」の成功例、WebCMの具体的な作り方を中心に、マスとWebをどう統合すれば成果に

つながるかをクリエイティブ視点で解説しています。

商品によってはWebCMをテレビCMとして機能させることも可能で、そういったノウハウを広く公開します。

さらには、WebCMの次のステージ、デジタルクリエイティブの今後の展望についても言及しています。

本当に役に立つデジタルの文脈とノウハウを、多数の実例をもとに丁寧に解説、デジタル広告の原理原則を押さえ、

キャンペーン全体の構成からクリエイティブのポイント、さらに重要度が高まっている運用からマネジメント

の基本まで、今まさに必要とされる知識を網羅した1冊です。

【第1章】Web「動画」がWeb「CM」になった仕事

【第2章】デジタル史の簡単なおさらい

【第3章】ブランドの大きさからデジタルの使い方を考える

【第4章】ではいよいよクリエイティブの話を

【第5章】WebCMのハウツー

【第6章】CMは「観るもの」から「体験するもの」へ

【第7章】マス系とWeb系の結婚生活

【第8章】広告業界人はみんな新人

<https://tezfiles.com/file/d0142086bb658/LM1LeWmUl.pdf.rar>