

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://k2s.cc/file/eec96cc57b953/5YFhT5hSM.pdf.rar>