



MMC  
Mobile Marketing Conference

重要なマーケティングモデル  
二段階ロケットモデル(ブースターマーケティング)

企業  
ネット/リアル  
マス/ロコミ

増収率(+60%)  
買収率(+3%)  
買収率(+3%~+10%)  
増収別買収率(+10%~+20%)

MMC基調講演レポートの掲載予定

「日経ビジネス」 8月10日号 (8月 7日売り)  
「日経ネットマーケティング」 9月号 (8月22日売り)

MMC基調講演プレゼンのダウンロード

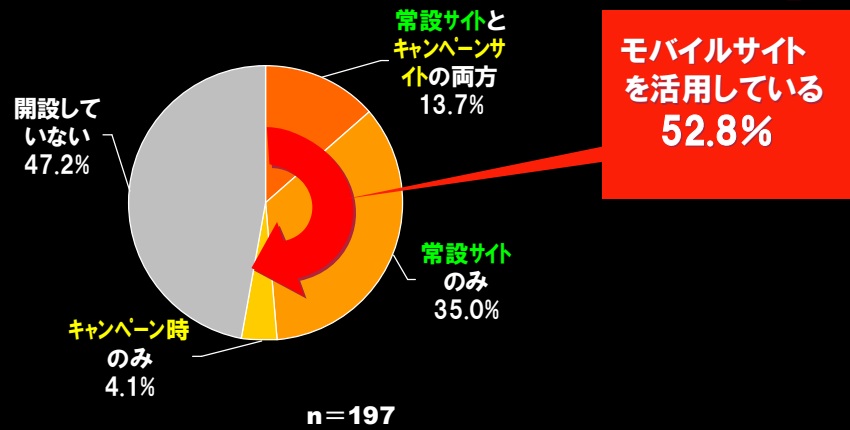
ブログ「24時間30cm以内に」 「24時間30cm」 「D2C ブログ」で検索

**(Q1)**

09年4月、BtoC企業に聞きました。

御社は、モバイルサイトを・・・

**常設している 48.7% > 未開設 47.2%**

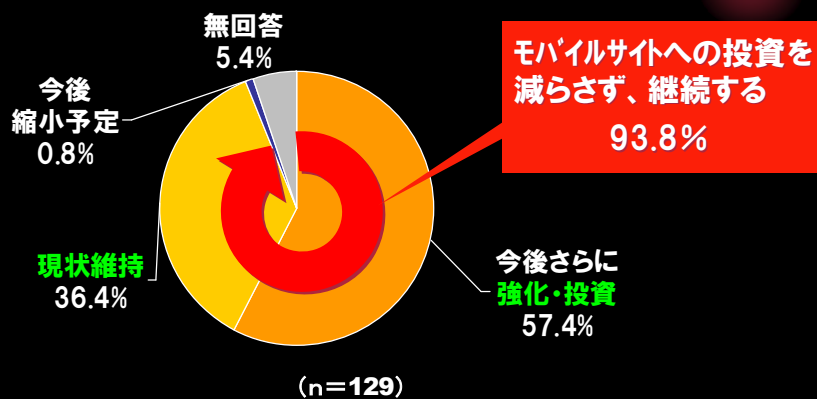


**(Q2)**

続いて、モバイルサイト活用済み全企業に聞きました。

今年度、そのモバイルサイトを・・・

**「縮小は考えていない」が、9割以上！**



**(Q3)**

続いて、全ての企業に聞きました。

2008年度の総広告費を**100**とすると、  
今年度は・・・

**2009年度 86↓**

(n=444)

**(Q4)**

今年度、モバイル広告費を

**「減らさない」が、9割！**

