



2009年1月29日
D2Cセミナー
冒頭挨拶
プレゼン資料

代表取締役社長 藤田 明久

不況下、企業の戦略



1) 販売促進

2) 画期的商品

不況下、企業の戦略



1) 販売促進

2) 画期的商品

販売促進 成功の鍵



1) 景品の魅力

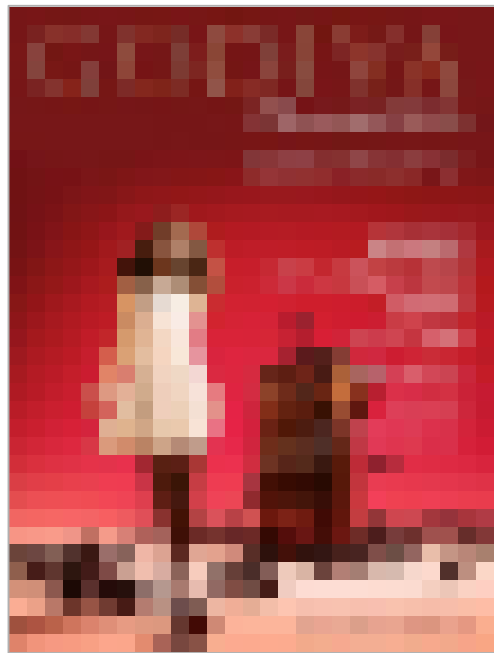
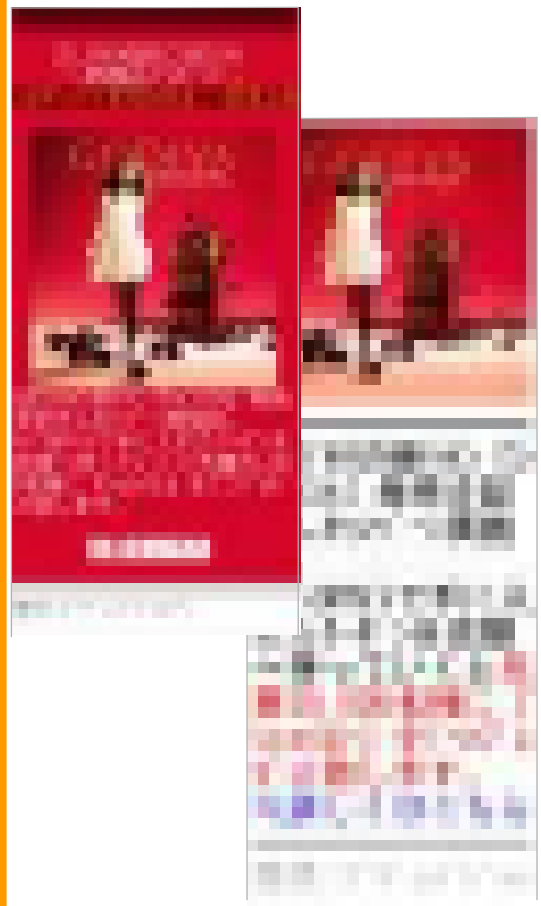
2) 応募のしやすさ

販売促進 成功の鍵



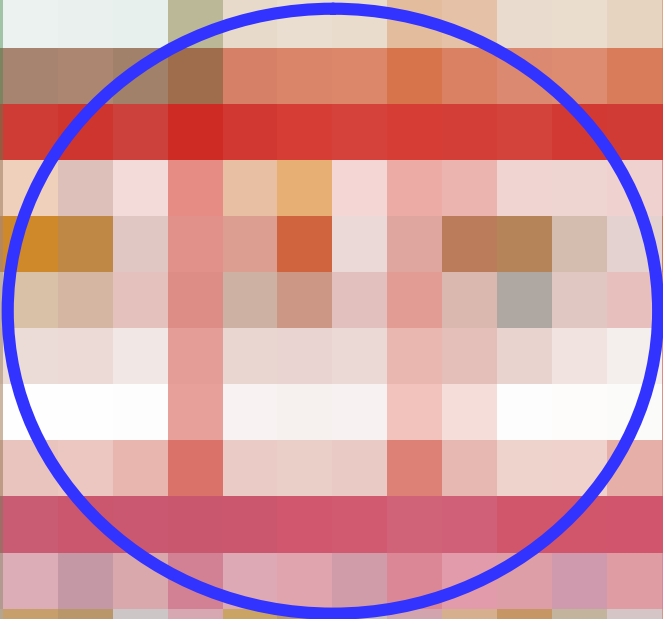
1) 景品の魅力

2) 応募のしやすさ





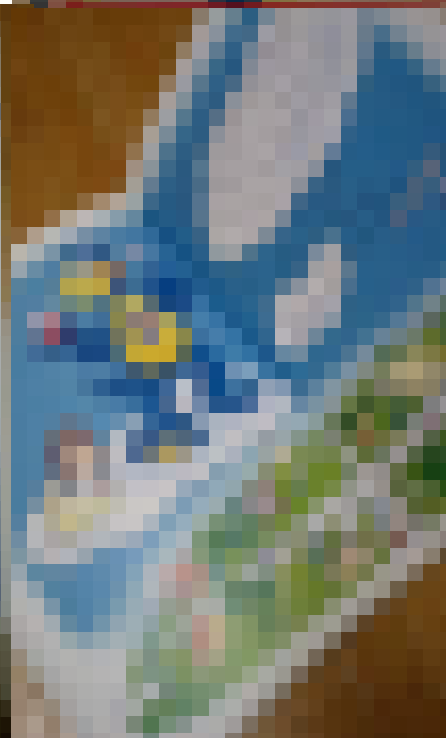
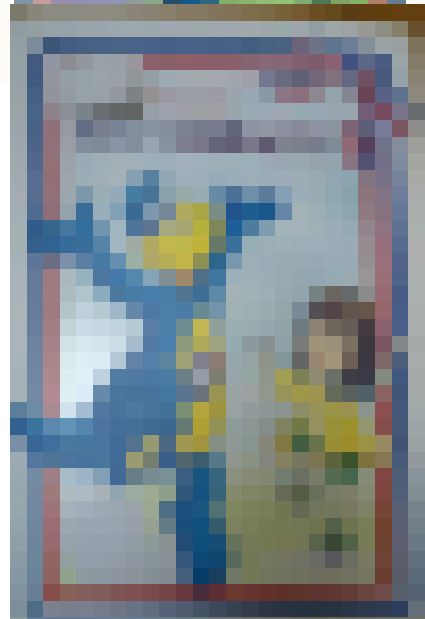
INDIAN STATISTICAL INSTITUTE







www.illustration.com



2009

販売促進 成功の鍵



1) 景品の魅力

2) 応募のしやすさ



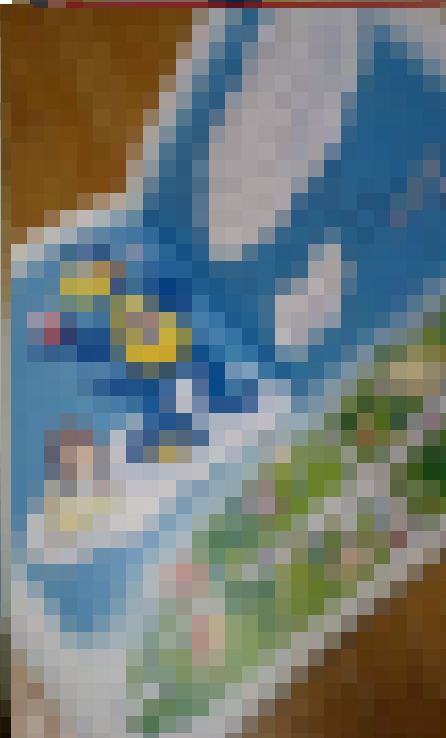
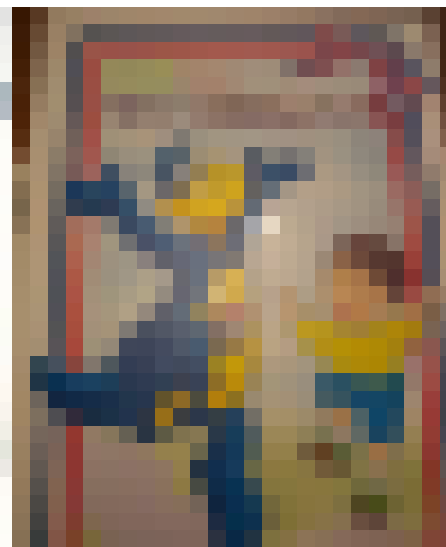
2009 D2 COMMUNICATIONS INC.



2009 D2 COMMUNICATIONS INC.



www.illustration.com



モバイルが
販売促進 成功 に貢献すること



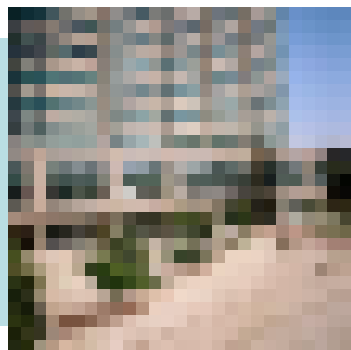
エンゲージメント構築



Mobile owners



告知／広告



販売促進



Other mobile users

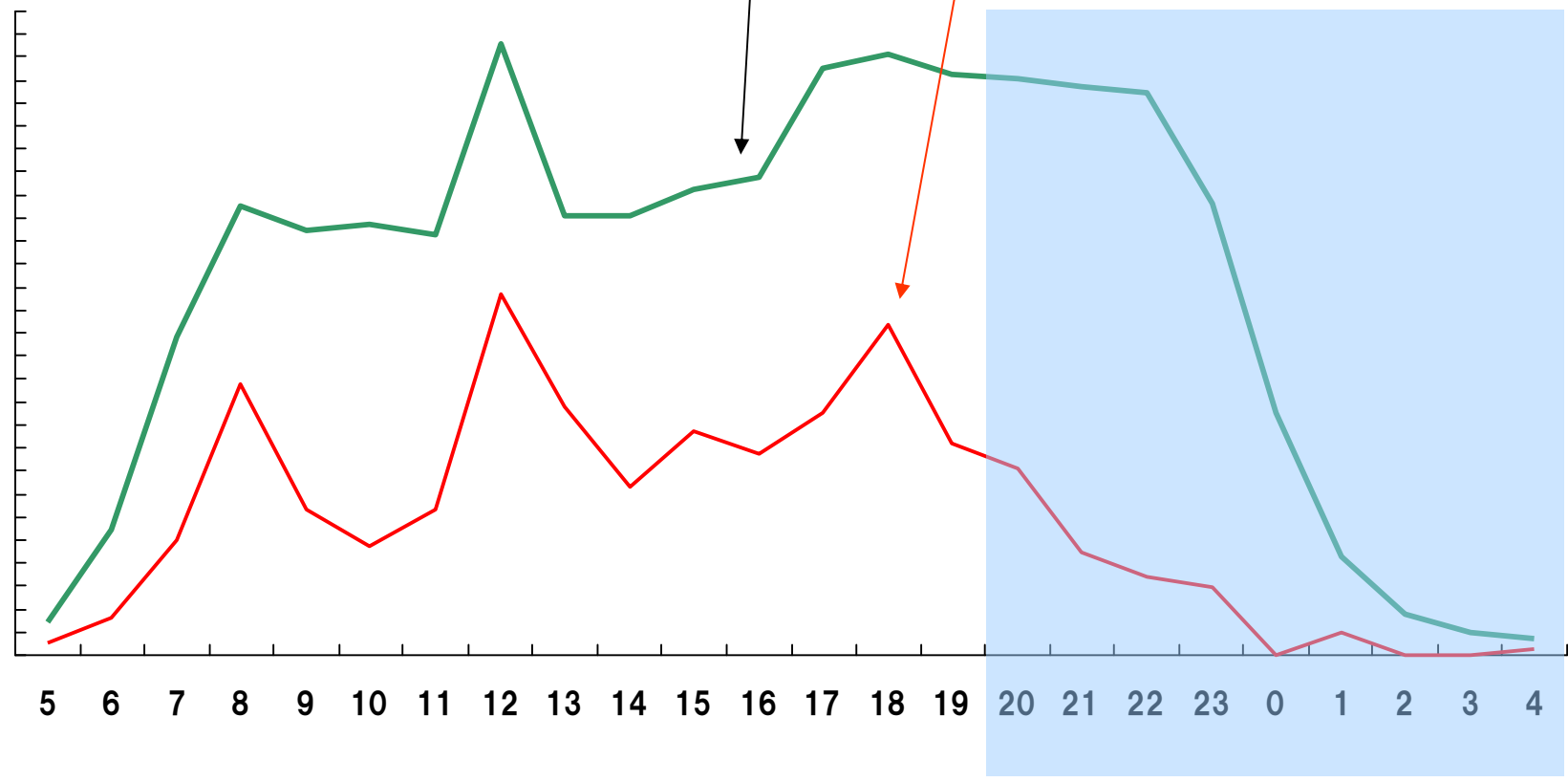


バイラル



モバイルでのネット接触行動

リアル店舗での買い物行動



モバイルが
販売促進 成功 に貢献すること



- 1) **スピードアップ！**
- 2) **ボリュームアップ！**

不況下、企業の戦略



1) 販売促進

2) 画期的商品

画期的商品 成功の鍵



1) どう説明するか？

2) どう広めるか？

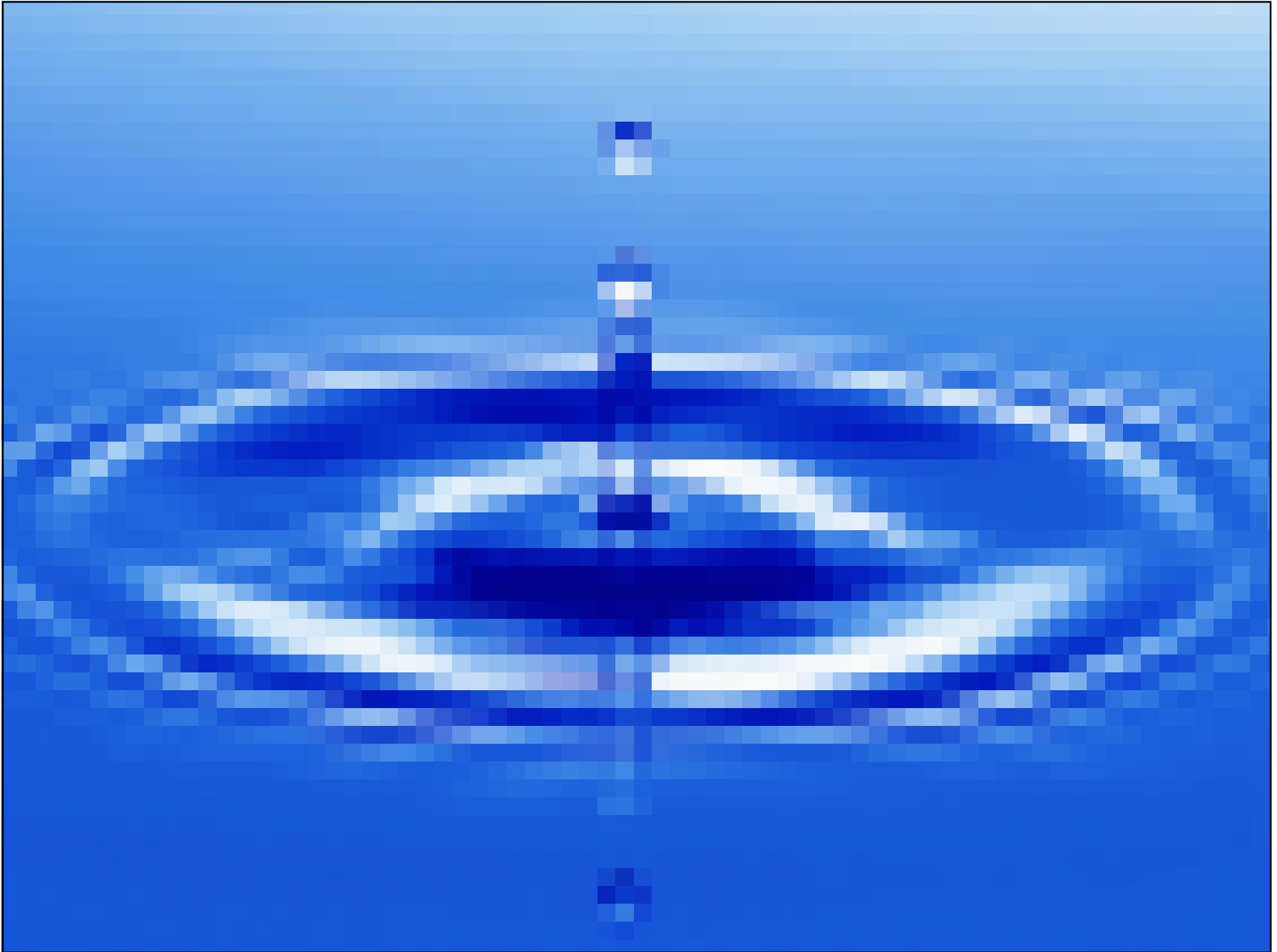
画期的商品 成功の鍵

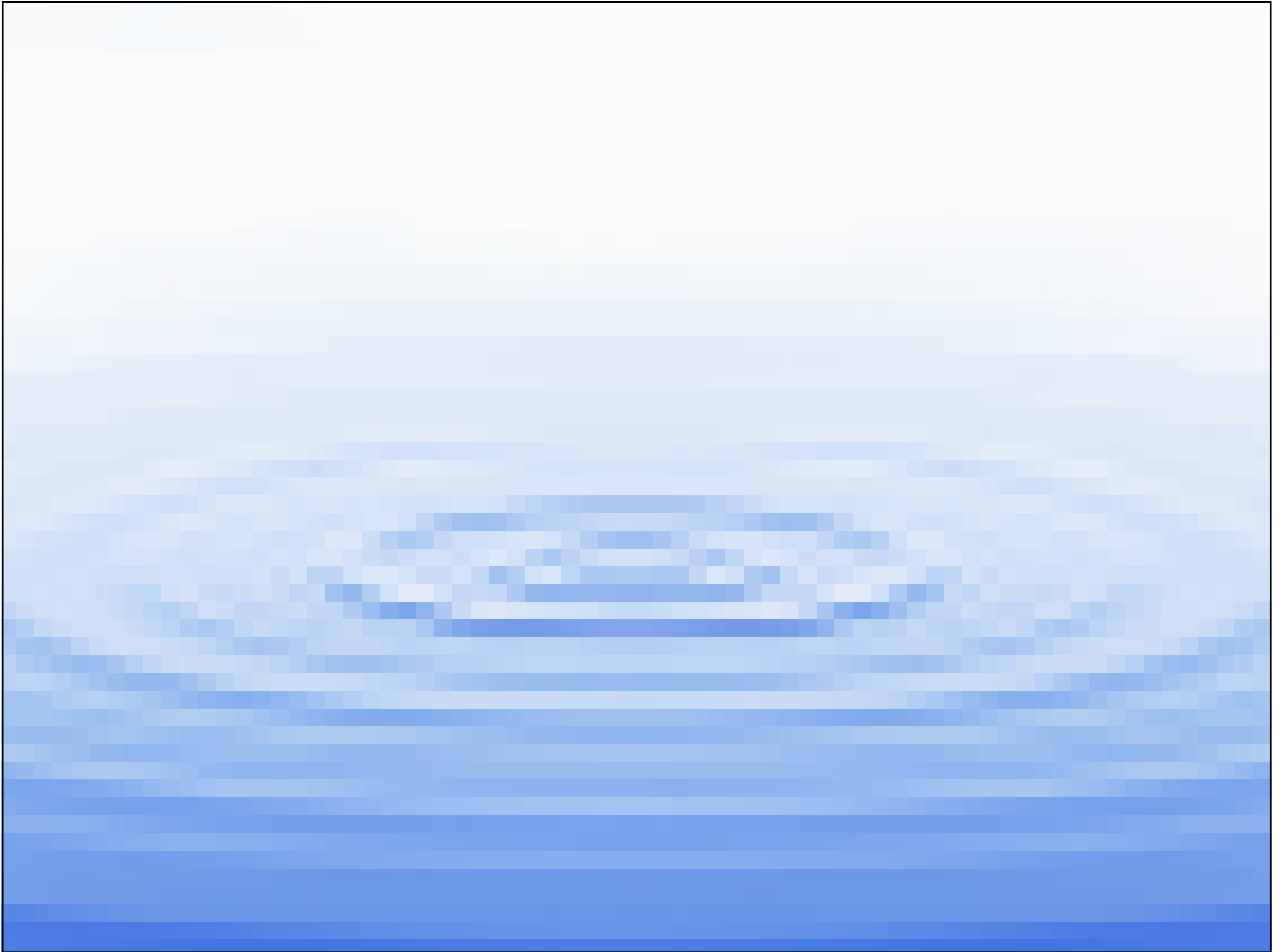


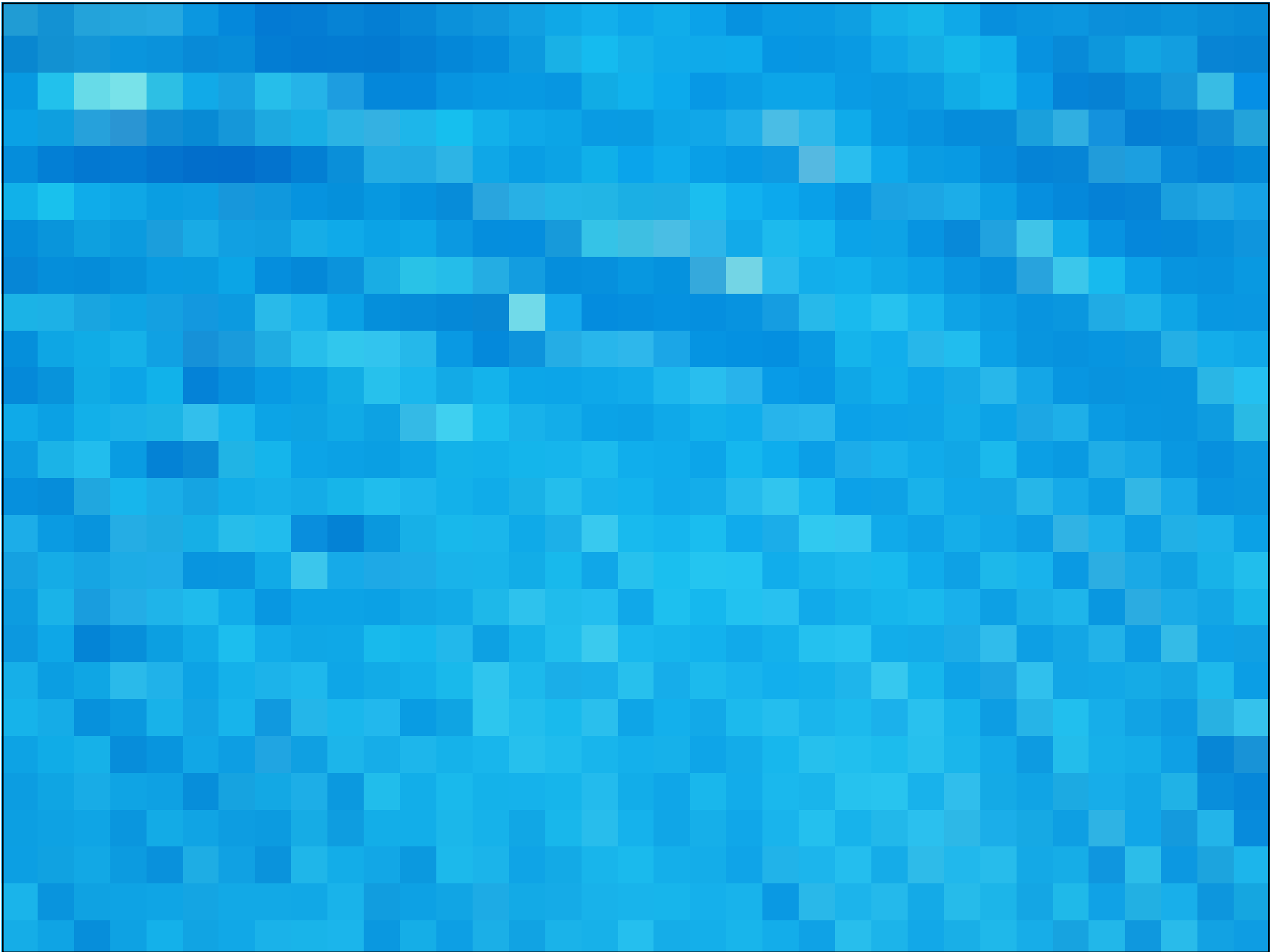
1) どう説明するか？

2) どう広めるか？









画期的商品 成功の鍵



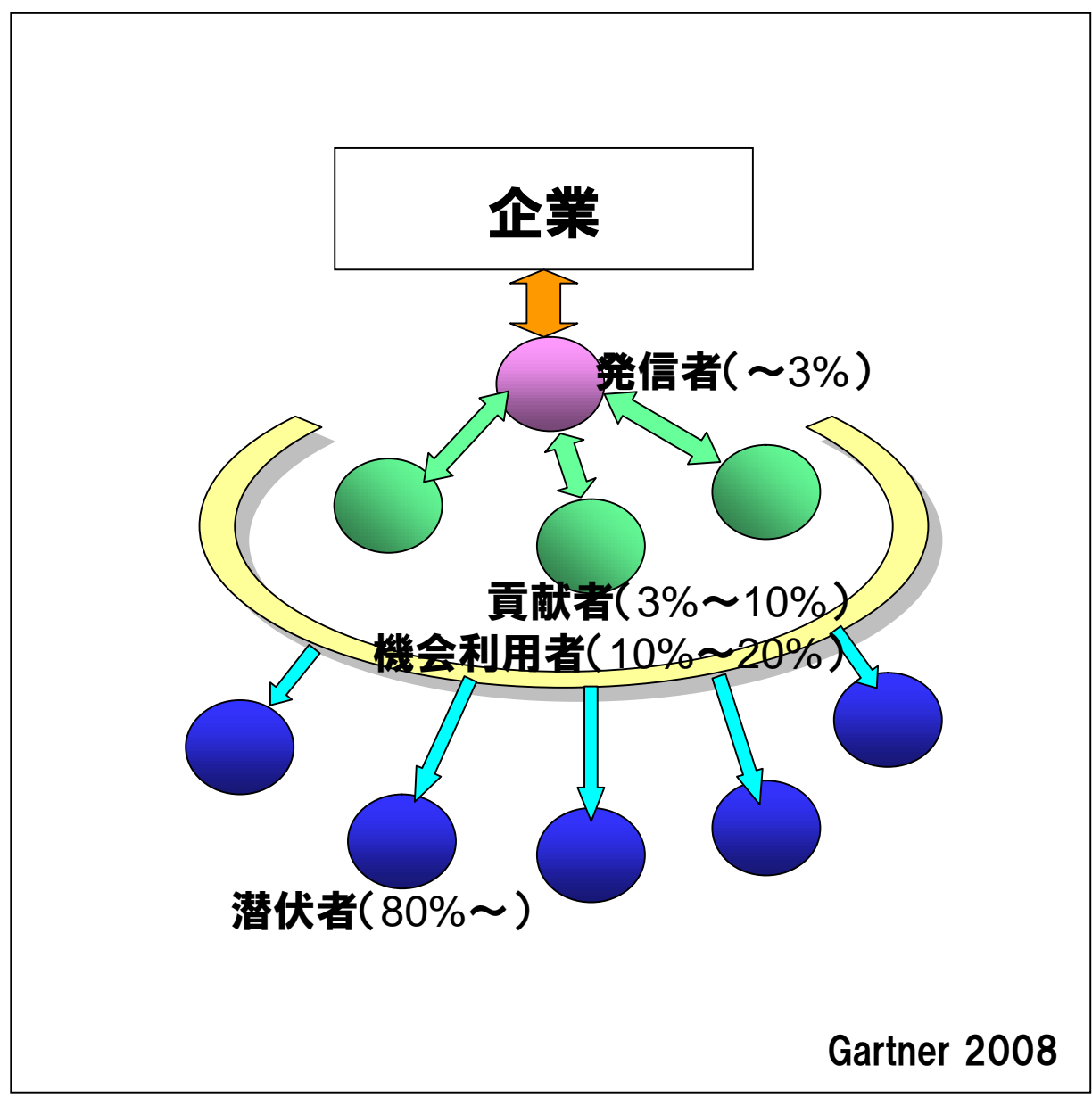
1) どう説明するか？

2) どう広めるか？



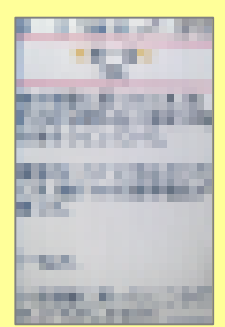
2009 D2 COMMUNICATIONS INC.



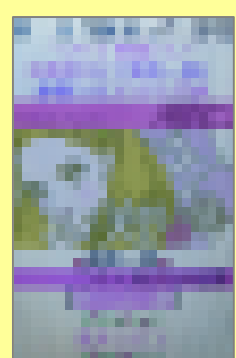




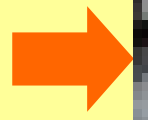
2005年9月 2005年11月 2006年5月 2008年10月



ケータイ小説
からスタート！



初回限定6.4万個完売！



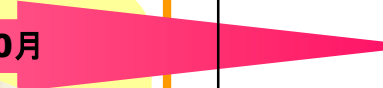
量販店通じ累計500万個販売！



印刷媒体で展開



TV媒体で展開



モバイルが成功に貢献すること



- 1) スピードアップ！
- 2) ボリュームアップ！
- 3) リスクの最小化！

成功のために必要なこと

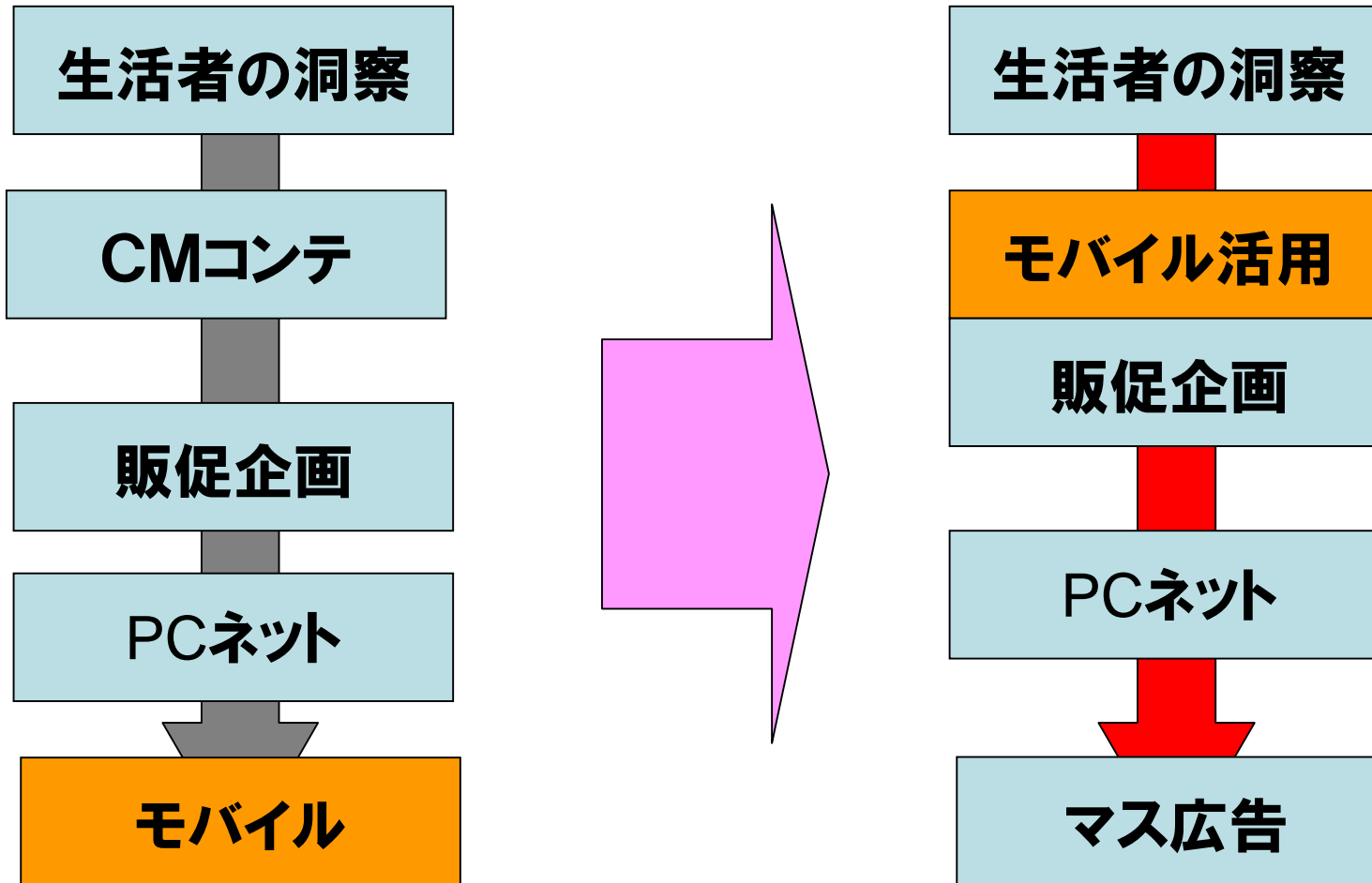


成功のために必要なこと



「発想の順番を変えよう！」

発想は、生活者の一番近くから



Fujita 2008

2009年のキーワード



「不況に効くモバイル」