

「企業のソーシャルメディア戦略と広告の今後」アンケート集計

開催日時：2010年11月9日(火)18:00～19:30

講師：佐藤尚之氏(電通)

「明日の広告」著者

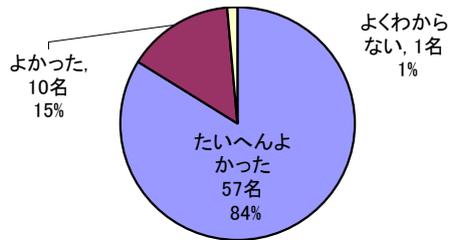
会場：主婦会館プラザエフ 7fカトリア

申込数 106名

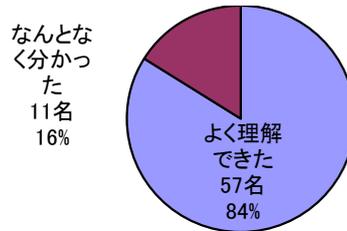
参加者数 75名(71%)

* アンケート回収数 68名(回収率91%)

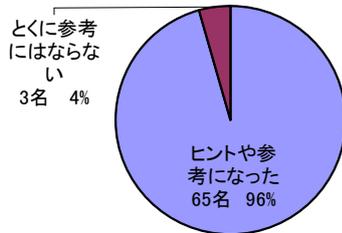
1. 本日のセミナー内容はいかがでしたか？



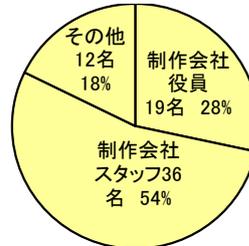
2. ソーシャルメディアと広告の未来について理解できましたか？



3. 明日からの仕事に生かせるヒントが何かありましたか？ (どんな点が参考になりましたか？)



4. ご自身の職業は？



【どんな点が参考になったか】

- 漠然と分かっていたことが整理され、明快になった。話し方もわかりやすかった。
- Twitterについては明日からでも活用できそうです。
- 今日は「人に言いたくなるような話」を聞くことが出来ました。
- TwitterとFacebookは必であり、無視できない。明日からとりかかろうと思います。
- ソーシャルメディアの重要性、必然性。
- 漠然と分かっていたことが整理され、明快になった。話し方もわかりやすかった。
- 「共感」クリエイティブの大切さ
- とにかくやらなきゃ！しこしこカタログ作っている場合ではない。
- クライアントを含め、自分たち広告に携わるスタッフの方向性・考え方。
- 実践しないと分からないと言うことは実感です。
- 何故広告クリエイターがソーシャルメディアに近寄らないか？おおそ理由が見えた。
- 消費者がつくりだす広告にチャレンジ
- AttentionからSympathyへ。
- ソーシャルメディアにもっとどっぷりつかって楽しまなければ・・・楽しむようにしたいです。
- ソーシャルメディアと広告の関係性について。

- ソーシャルメディア、メディアニュートラルを他人事せず、目の前の案件に取り入れるとどうなるか考えた
- 企画を考える視点が変わる。
- 上司に「今の世の中」がどうなっているかを説明するための言い方、言葉の選び方のヒントとなった。
- 内容はもちろん、社内の人間への伝え方などが明確になった。
- 自分の仕事の本質を見直す機会になった。
- 自社のPRに活かせる。
- 言葉は知っていても内容までは知らない。ようやく言葉と内容がつながりました。
かなり古い考えの私も、必要性を自覚できました。
- さとおさんのお話は以前からお聞きしていて、自分なりに危機感を持ち社内スタッフに伝導して「共感」クリエイティブ。前向きに明日の広告を実践していきたいと思います。
- AISAS⇒SIPSの考え方は早めに対応していかなければと感じました。
- 今後の広告業界の危機感を強く感じた。
- Facebookの重要性、活用についての知識が甘かった。
- クリエイターが今後どういった方向に向かっていくかヒントとなった。
- ソーシャルメディアの重要性とその変容さ
- マスで100万人からソーシャルメディアでまず100人、そして100万人に伝える。
最後のまとめ方が参考になった。
- 映像素材を扱っているが、媒体特性をつかみきれないままTVCMと同じものをそのまま他媒体に使うケースが多い。
媒体特性にフィットすることを考える必要があると感じ、社内に提案したい。
- キャンペーンにおける全体設計の初動確認。
- プロなので好き嫌いにかかわらず知るべき！
- カタチだけのSNSの組み込みをしていたと反省した。
- twitterがかなり重要なツールだと実感できた。
- 今やらないと間に合わない。
- 知らないことが多すぎて、本を読み勉強しようと思った。

5.今後セミナーで聞いてみたい講師は？

- さらに詳しく、佐藤尚之さん(5名)
- 須田和博(博報堂)
- 中村仁(グレイス)
- 布施氏(メディアマインド)
- 仲畑貴志
- 佐々木宏(シンガタ)
- 本田哲也(ブルーカレントジャパン)
- 斉藤 徹(ループス・コミュニケーションズ)
- 箭内道彦

6.今後セミナーで聞いてみたいテーマは？

- (逆に)4マスメディアの方々の話も聞いてみたい
- OAC WebBiz研でもこういった上流の話をもっと欲しい。
- ソーシャルメディア時代の広告会社の利益構造について
- マーケティング
- 電子書籍化、コンテンツの海外展開
- 佐藤尚之さんの話の続き
- コミュニケーションデザイン
- 戦略PR
- CSRとクリエイティブ、第三者配信
- (株)インサイトのメソッド(手法・手引き)を知りたい
代表の桶谷氏以外で