

2017年6月21日

東京都千代田区紀尾井町3-12  
アイティメディア株式会社  
代表取締役社長 大槻利樹  
(東証マザーズ、証券コード:2148)

\*\*\*\*\*

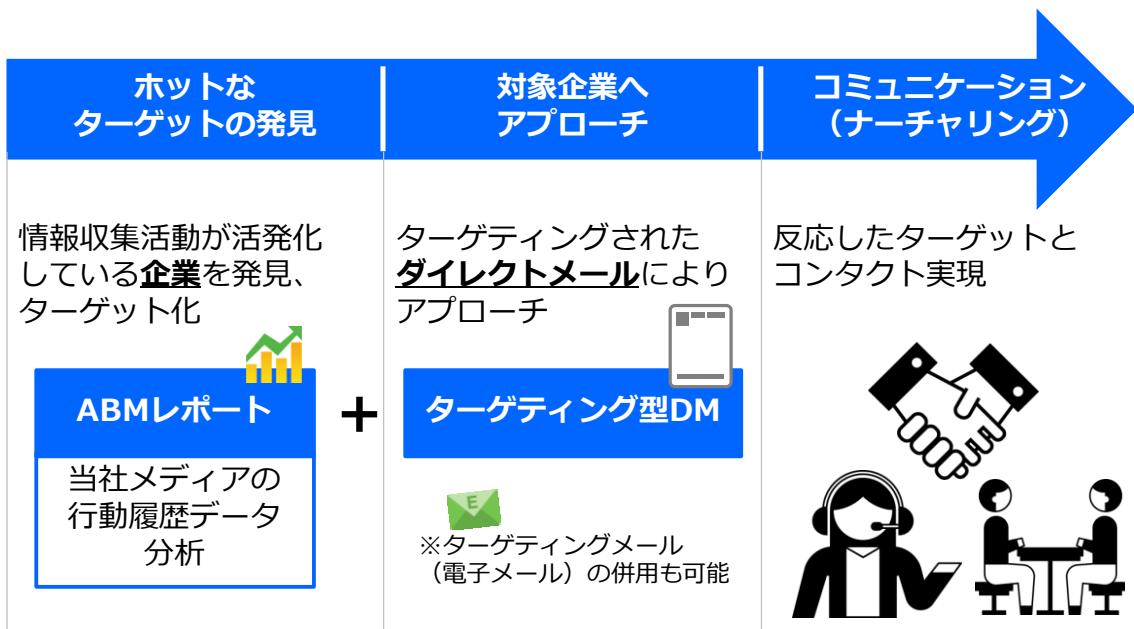
## アイティメディア、リードジェン強化のためネクスウェイ社と協業 ～ABMにオンラインとオフラインの手法を併用～

\*\*\*\*\*

<http://corp.itmedia.co.jp/pr/releases/2017/06/21/nexway/>

アイティメディア株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:大槻利樹)は、リードジェン<sup>\*1</sup>事業の強化を目的に、株式会社ネクスウェイ(本社:東京都港区、代表取締役社長:田中宏昌 以下「ネクスウェイ」)の協力を得て、顧客のABM(アカウントベースドマーケティング)<sup>\*2</sup>支援にターゲティング型のダイレクトメール(DM)を活用するサービスの提供を開始することを発表します。

当社は、テクノロジー分野に特化したインターネット専業のメディア企業であり、運営するオンラインメディアとその会員データベースを活用してホットな見込み客を発見するサービス(リードジェン)の品質が顧客から高く評価されています。今回の協業はリードジェンのさらなる競争力強化に向けた取り組みの一環となります。



この度、新たに提供を開始するのは、顧客のABM実現を支援するパッケージ型のサービスです。最初に、当社運営オンラインメディア上で行動履歴データを分析し、特定の製品分野に

おいて情報収集活動が活発化している企業をリストアップすることができるサービス「ABM レポート」により、ホットな状態にある企業の従業員を中心にターゲットを絞り込んでから、ネクスウェイの協力により実現するオンラインのターゲティング型 DM によりアプローチを行うことで、ABM に適合したリードジェンを実現します。オンラインとオフラインのアプローチを併用するこの手法は当社でも初の試みですが、これにより従来よりも高い反応率が得られ、顧客の ROI(投資対効果)の向上、ひいては当社リードジェンサービスの競争力強化につながります。

当社とネクスウェイは、本商品を中心として販売協力をを行い、新たな顧客の開拓と既存顧客向けサービスの拡充を図ります。当社は今後も顧客のマーケティングプロセスの改善に寄与し、より ROI の高いサービスの提供に努め、リードジェンサービスの競争力を高めてまいります。

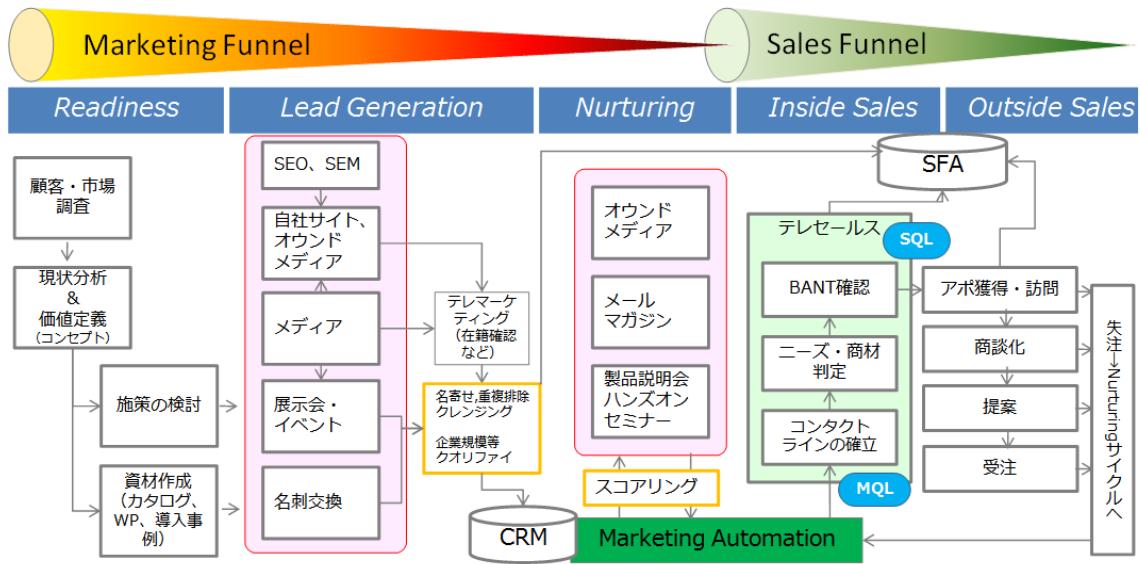
※ 本商品の詳細については当社営業担当( [sales@ml.itmedia.co.jp](mailto:sales@ml.itmedia.co.jp) )にお問い合わせください。

#### 【参考:カスタマーサクセスを意識したパートナーシップについて】

インターネットの爆発的な普及に伴い、B2B(企業向け)の製品選びについてもオンラインで行われることが当たり前となりました。必然、こうした製品を販売する企業のマーケティングにおいても、デジタル化が急速に進行しています。



当社は、テクノロジー分野では国内最大級のオンラインメディア群を通して、デジタルマーケティングの基礎燃料とも言えるリードジェンサービスを提供しています。旧来のマーケティング手法に比べ、デジタルマーケティングにおいては ROI(投資対効果)の明確化が容易ですが、当社サービスへの投資が、顧客の最終成果である「販売」に至るまでには、下記の例のようにさまざまなプロセスが存在します。



顧客が当社サービスをさらに活用し、その ROI を向上させていくためには、リードジェンに留まらずその前後のマーケティングプロセスへの関与・連携が必要です。当社はそのような考え方の下、同じ視点を持ったデジタルマーケティング関連の有力企業との間で、カスタマーサクセスを意識したサービス連携、パートナーシップの構築を推進しています。

以上

<サービスに関するお問い合わせ／当社との協業のご相談>  
アイティメディア株式会社 リードジェン事業本部 メディア企画部  
Email: [lg\\_mp@ml.itmedia.co.jp](mailto:lg_mp@ml.itmedia.co.jp)

<そのほかのお問い合わせ>  
アイティメディア株式会社 広報担当  
電話:03-6893-2189 Email: [pr@sml.itmedia.co.jp](mailto:pr@sml.itmedia.co.jp)

\*1 リードジェネレーション：Web サイトでのコンテンツ掲載や展示会への出展、セミナー開催などを通じて見込み客の情報を獲得するマーケティングの手法。リードジェンと略される。

\*2 ABM(アカウントベースドマーケティング)：企業単位でターゲットを捉えるマーケティングの考え方。企業内にある顧客関連の情報を統合、既存の顧客も含めて売上の最大化につながる企業を優先ターゲットに設定し、マーケティングプロセス全体を最適化する。コンセプトとしてマーケティングオートメーションツールとの相性が良く、同ツールの普及と合わせて注目が高まっている。

#### ■株式会社ネクスウェイについて <http://www.nexway.co.jp/>

「伝わる」を真っ芯で捉える会社。ネクスウェイの考えるビジネスドメインは様々な手段を通して「伝えること」そのものです。お客様ニーズや目的に合わせて、FAX・メール送信・ダイレクトメール・テレマーケティングなどの手段に加え、スマートフォンアプリやクラウドサービスといった新し

い情報提供手段までカバーし、単に「伝える」だけでなく、相手にきちんと「伝わる」、そして相手を「動かす」ところまでを視野に最適解を見つけ出します。

■アイティメディア株式会社について <http://corp.itmedia.co.jp/>

テクノロジー関連分野を中心とした情報やサービスを提供する、インターネット専業のメディア企業。月間約 2,500 万ユニークブラウザで利用されています。IT 総合情報ポータル「ITmedia」( <http://www.itmedia.co.jp/> )」、企業向け IT 製品の総合サイト「キーマンズネット」( <http://www.keyman.or.jp/> )」、IT エキスパートのための問題解決メディア「@IT(アットマーク・アイティ)、<http://www.atmarkit.co.jp/> 」をはじめ、ターゲット別に数多くのウェブサイトを運営。IT とその隣接領域を中心に、各分野の専門的なコンテンツをいち早く提供します。

[東証マザーズ、証券コード:2148]