SalesZine セールスジン

テクノロジーで営業活動を支援するウェブマガジン

媒体資料　2021年 10～12月

株式会社翔泳社
メディアプロデュース部 広告課
advertising@shoeisha.co.jp

SHOEISHA

目次

■媒体概要　・・・・・p.3〜8

■読者プロフィール　・・・・・p.8〜11

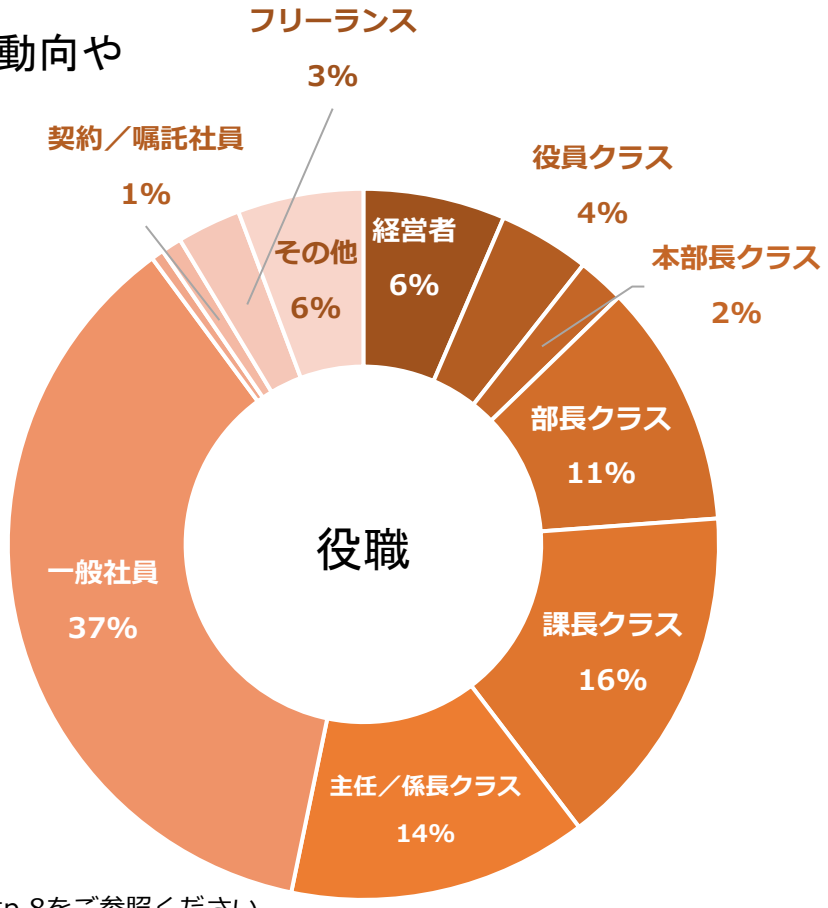
■広告メニュー
－ 広告掲載基準　・・・・・p.12
－ 広告メニュー　・・・・・p.13〜15
－ リード獲得特別プラン　・・・・・p.17

■主催イベント「SalesZine Day」　・・・・・p.18

媒体概要

我々翔泳社が運営する「SalesZine（セールスジン）」は、
「セールス領域におけるテクノロジー活用」をテーマに
注目度が高まっているセールステックについての最新動向や
ツール活用の事例をお届けしています。

読者会員の6割近くが役職持ちとなっているため、
組織改革を目指す層にメッセージを届けやすい
メディアとなっています（右グラフ参照）。

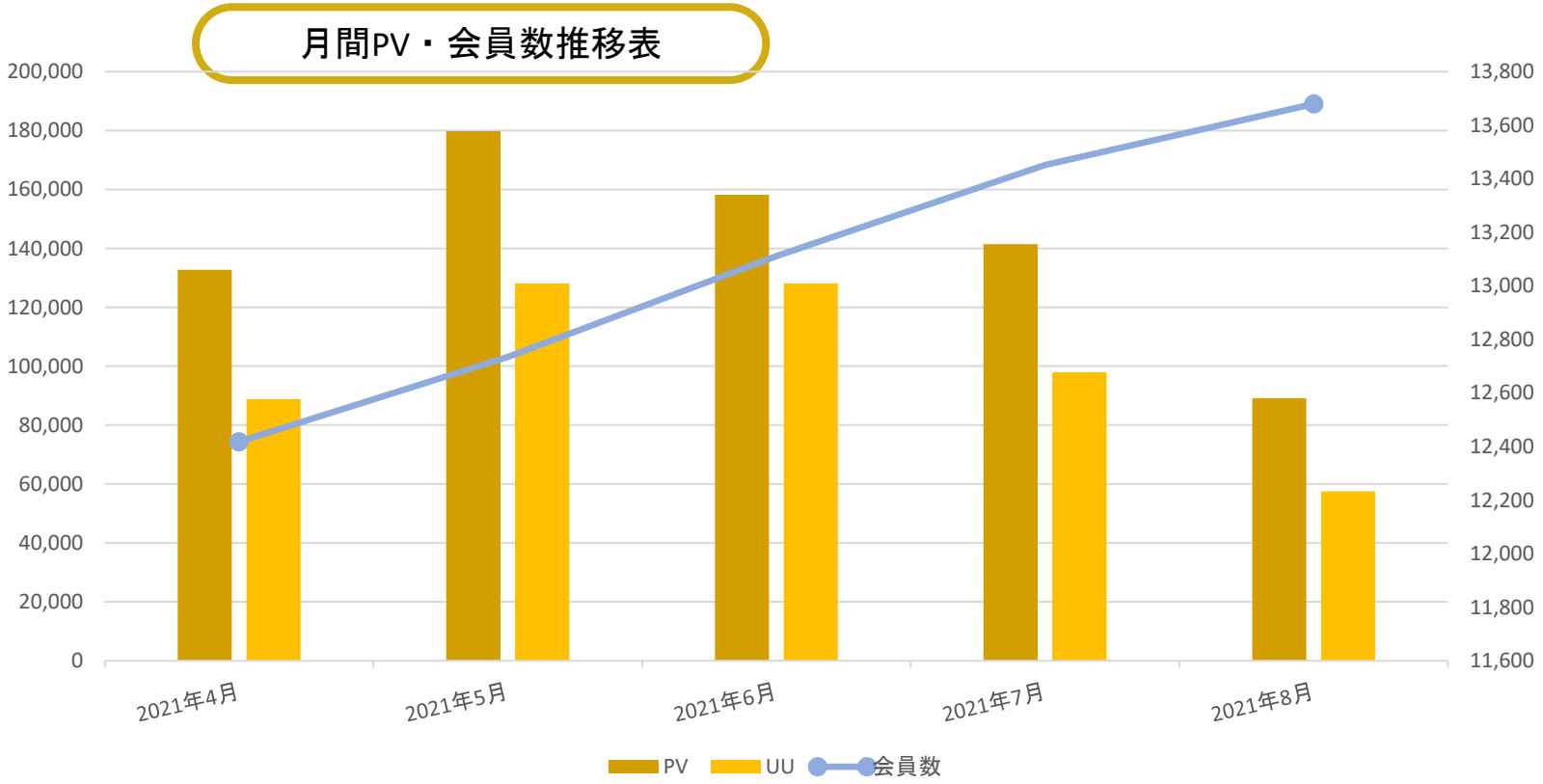


※読者プロフィールの詳細はp.8をご参照ください

媒体概要

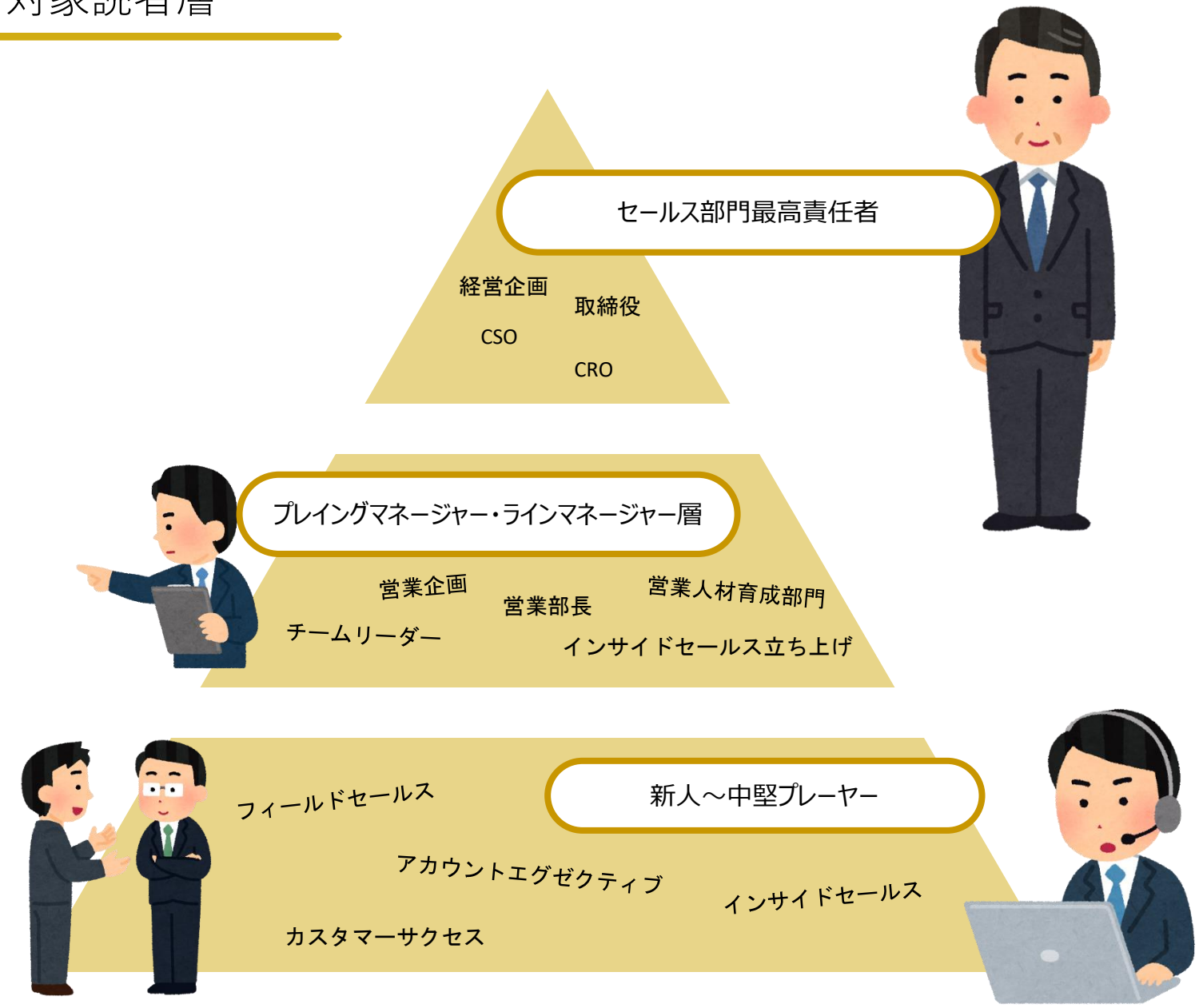
- 月間PV：　約150,000
- 月間UU：　約100,000
- PC／モバイル：　約4：6
- 会員登録数：　約13,700　※2021年5月時点の数値です

月間PVにやや波はあるものの、
会員数は堅調に増加中！



媒体概要／メディアとしての位置づけ

媒体概要／対象読者層


セールス部門最高責任者
経営企画
取締役
CSO
CRO
プレイングマネージャー・ラインマネージャー層
営業企画
営業部長
営業人材育成部門
チームリーダー
インサイドセールス立ち上げ
フィールドセールス
新人～中堅プレーヤー
アカウントエグゼクティブ
インサイドセールス
カスタマーサクセス

媒体概要／配信コンテンツ

現場のセールス担当者からマネージャー層に至るまで、
日々の業務に役立つ知見やノウハウをご紹介しています。

・扱うトピックは「リードジェン」「インサイドセールス」「組織／評価」
「マネジメント」「キャリア」「業務効率化」など多岐にわたります。

インサイドセールスという仕事

フィールドセールスと対等な「営業職」　インサイドセールスのパイオニア・デルのスタイルをベテランに聞く

インサイドセールス

ツイート　シェア 213　B! 0　0

SalesZine編集部　宮田華江[聞] / 冨永裕子[著] / 大森大祐[写]　2019/06/12 07:00

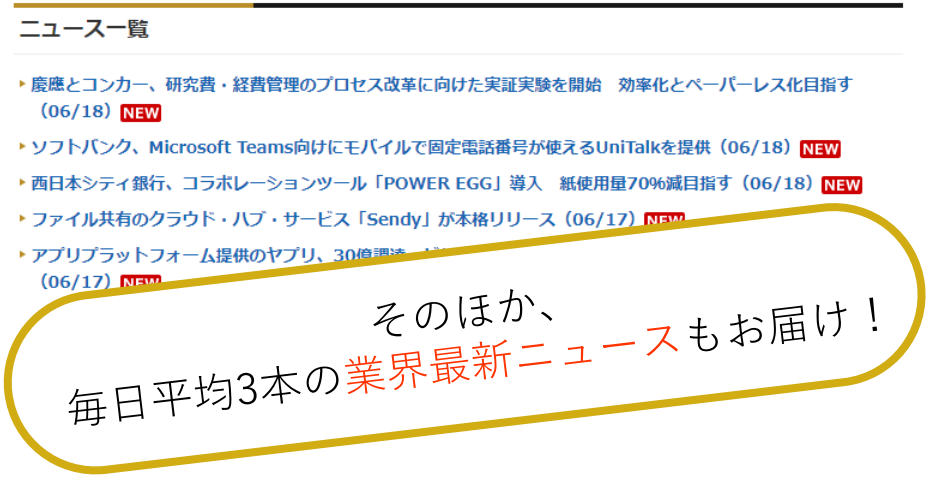
インサイドセールスはサッカーで言えば「ボランチ」の役割――そう話したのはデルの川崎尚也さんである。2004年からインサイドセールスとしてのキャリアを歩み始め、現在はマネージャーとしてチームを率いている川崎さんに、デルのインサイドセールスの役割や魅力について伺った。

インサイドセールスとフィールドセールスは対等

――最初に現職に就かれるまでのご経歴から教えていただけますか。

新卒で半導体メーカーに入社しました。当時、半導体メーカーを選んだのはこれから成長すると思ったことと、大企業で働いて実力を付けようと思ったからです。大学での専攻が理系でしたので、当初の配属は開発部でしたが、2年目に技術営業に異動してからはお客様と技術的な話ができるのが楽しく、営業部門へ異動しました。

ただ、半導体のビジネスは受注してから実際の納品までに1年から2年かかることも少なくありません。製品を売ったという実感を得にくいと感じていましたが、ITは違います。**デルのダイレクトモデルの成功を見て**、PC市場が今後もっと成長すると思い、2004年にデルに入社しました。

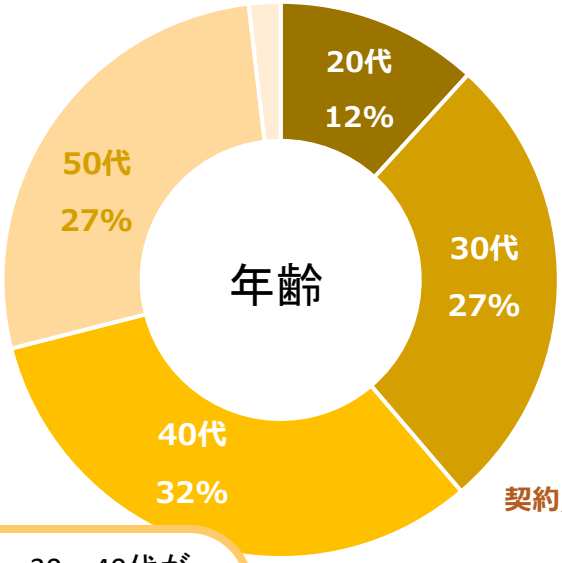


ニュース一覧

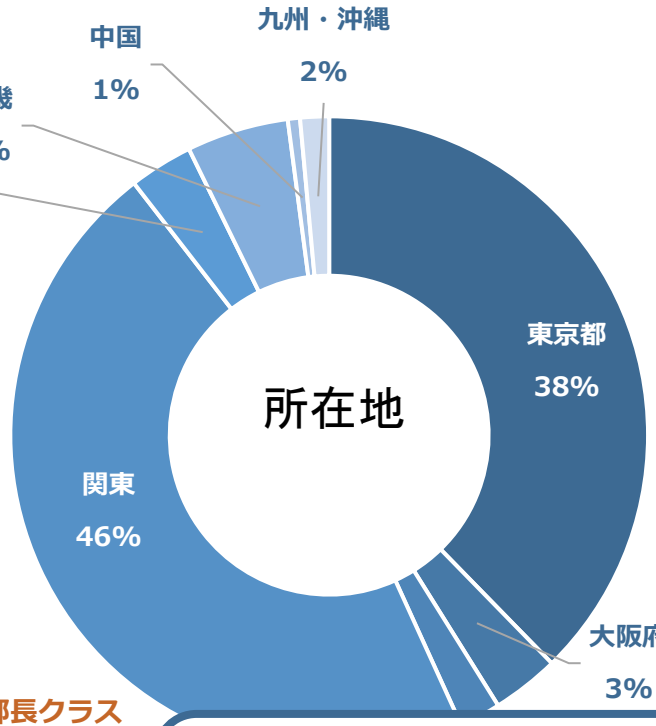
- 慶應とコンカー、研究費・経費管理のプロセス改革に向けた実証実験を開始　効率化とペーパーレス化目指す（06/18）NEW
- ソフトバンク、Microsoft Teams向けにモバイルで固定電話番号が使えるUniTalkを提供（06/18）NEW
- 西日本シティ銀行、コラボレーションツール「POWER EGG」導入　紙使用量70%減目指す（06/18）NEW
- ファイル共有のクラウド・ハブ・サービス「Sendy」が本格リリース（06/17）NEW
- アプリプラットフォーム提供のヤプリ、30億調達（06/17）NEW

そのほか、
毎日平均3本の業界最新ニュースもお届け！

読者プロフィール①

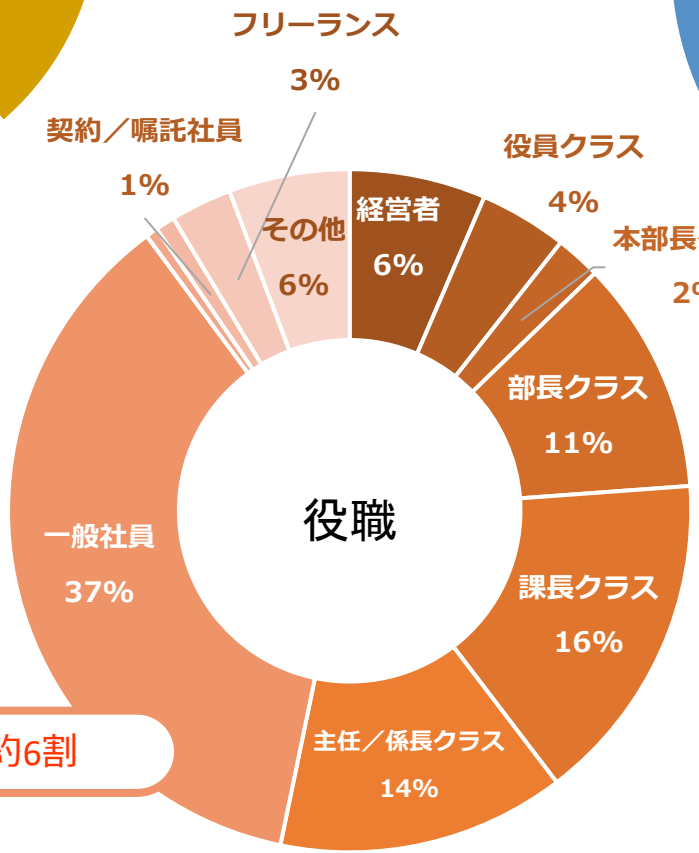


▲年齢層は、30・40代が
全体の約6割



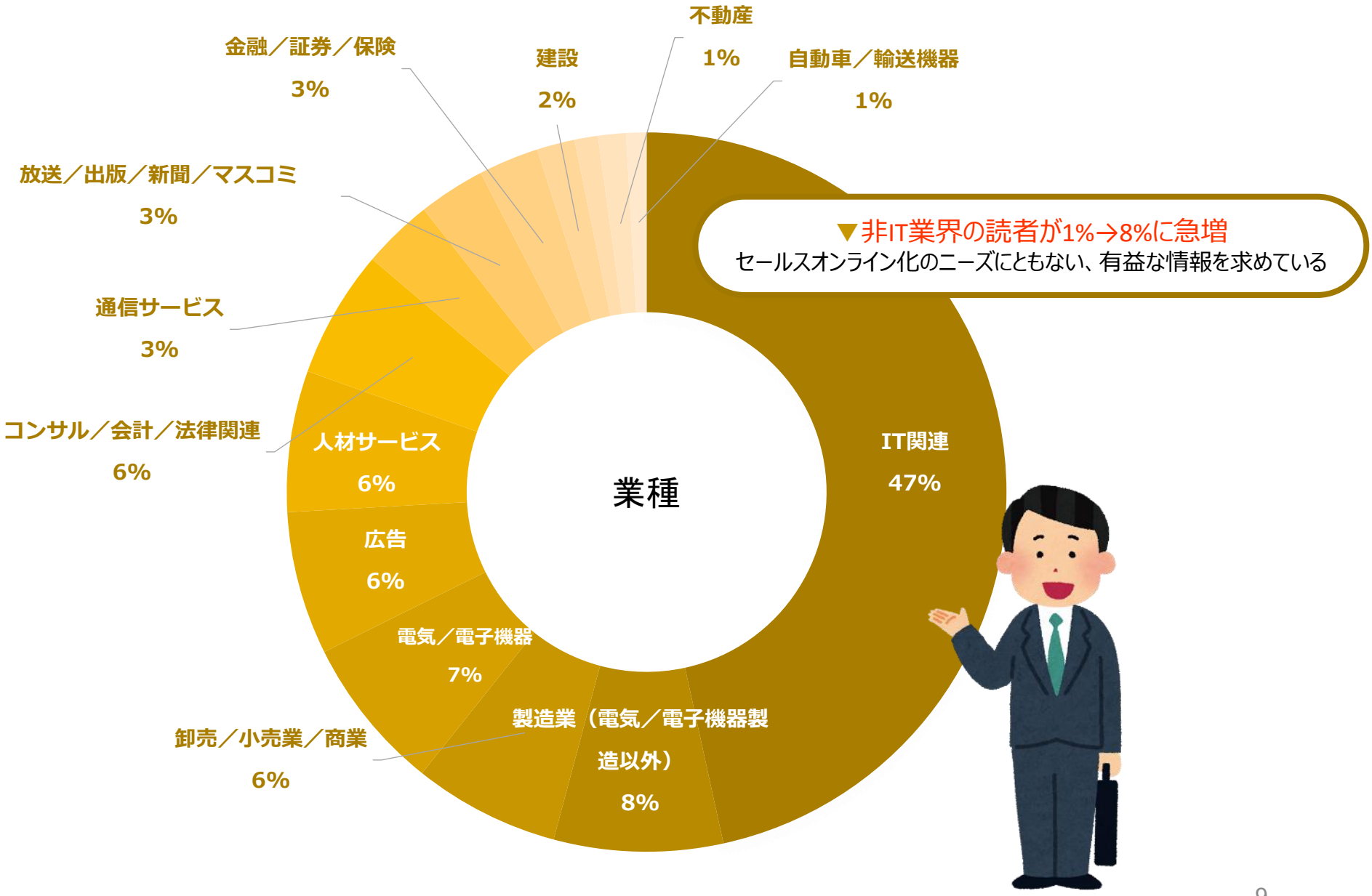
▲会社所在地は、東京が7割強

北海道・東北
2%



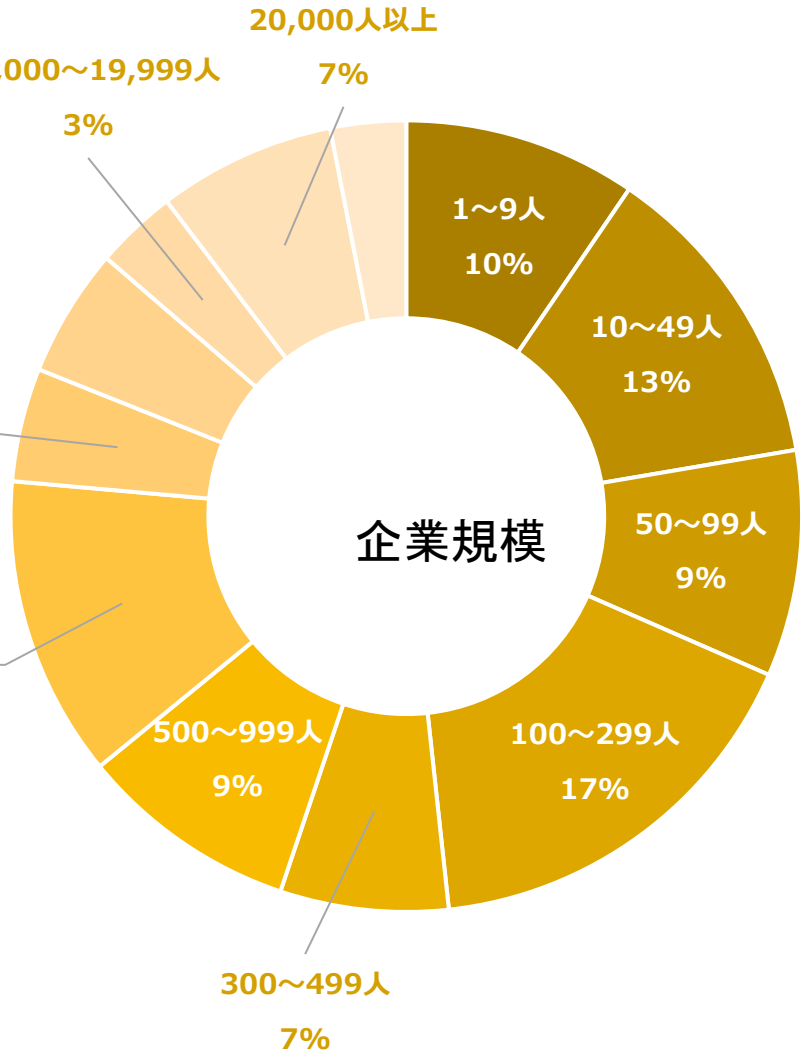
▲裁量の大きい役職持ちが約6割

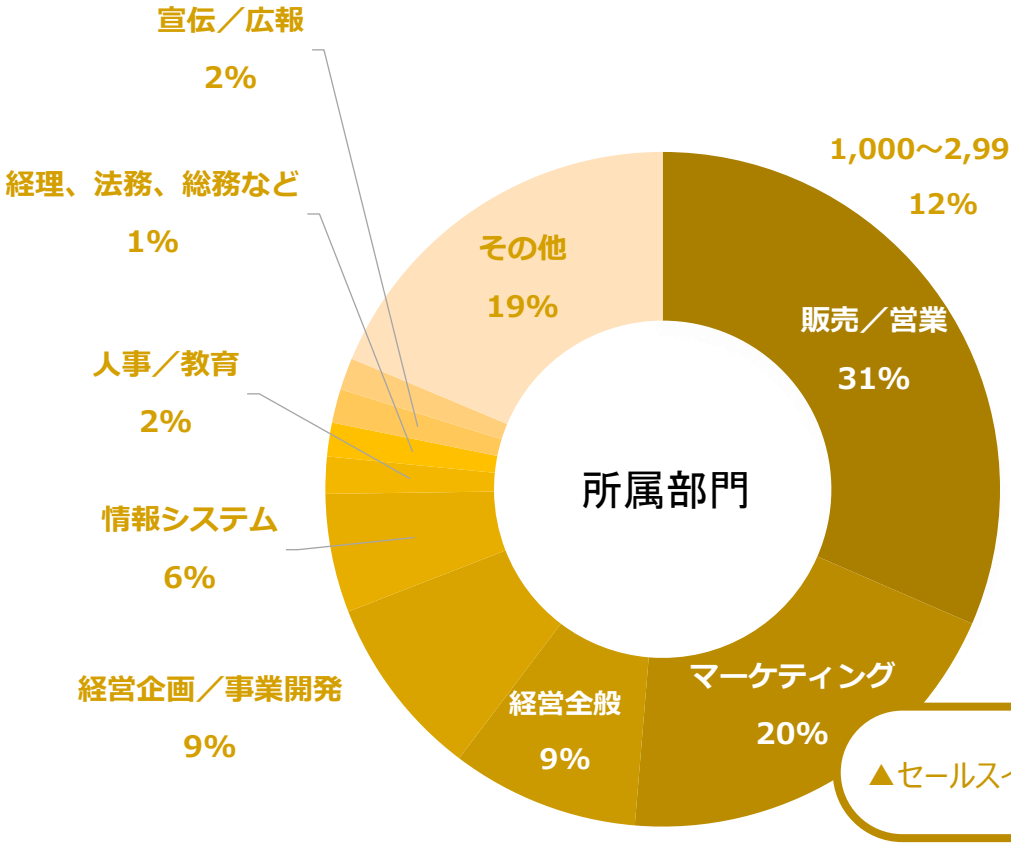
読者プロフィール②



▼非IT業界の読者が1%→8%に急増
セールスオンライン化のニーズにともない、有益な情報を求めている

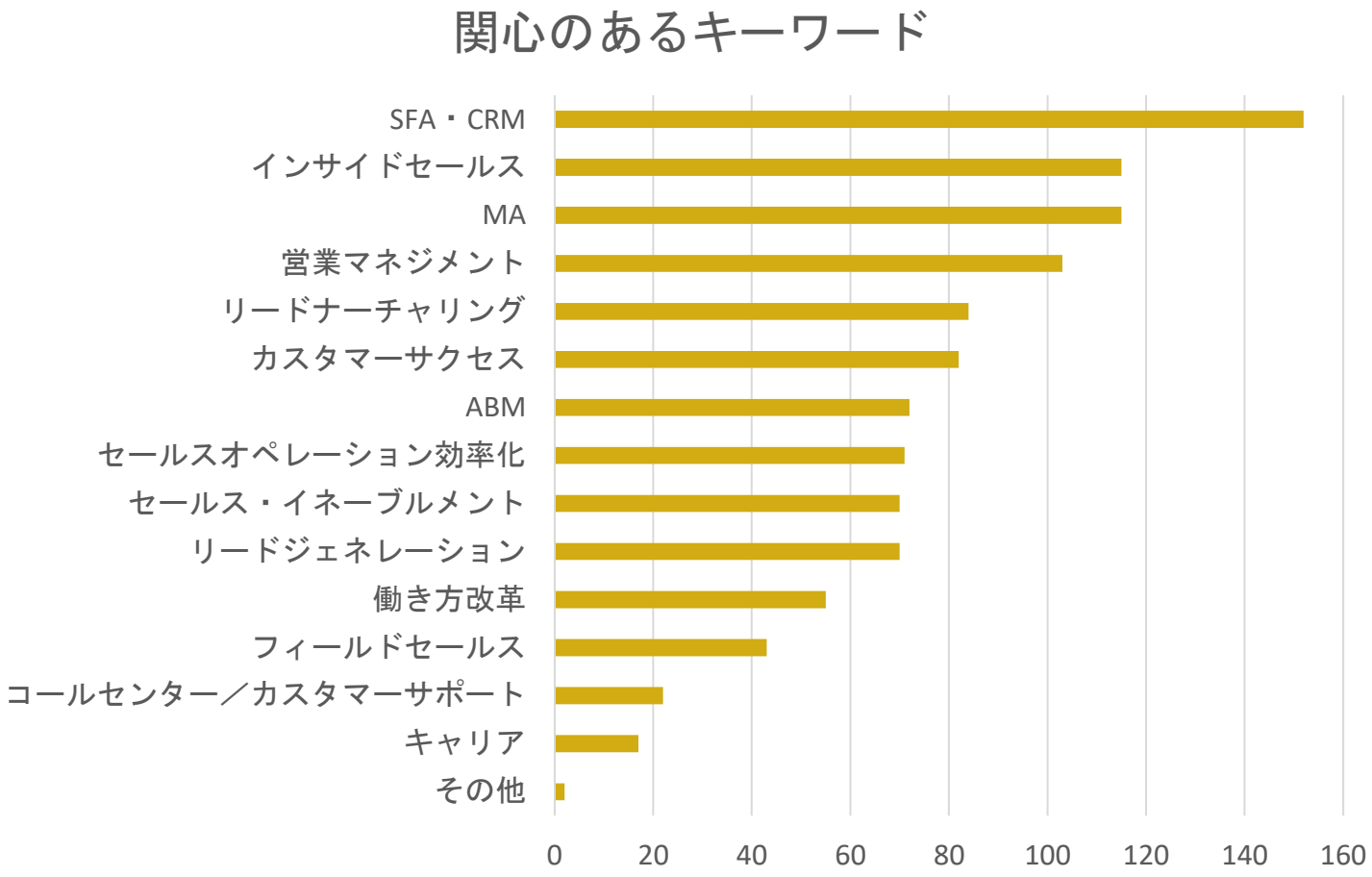
読者プロフィール③





▲セールスイネーブルメントなどの台頭で「人事／教育」部門が増加。

読者プロフィール④



▲「営業マネジメント」「オペレーション効率化」など、マネージャー層だからこそ抱える課題も。
※以前実施イベント事前登録者アンケートより抜粋

広告掲載基準

以下に該当すると判断される原稿および誘導先につきましては掲載できかねます

- 法律、条令、条約に違反する、もしくはそのおそれのあるもの
- 名誉棄損、プライバシーの侵害、信用棄損、業務妨害のおそれのあるもの
- 宗教・信仰による勢力拡大、布教活動を目的としたもの
- 医療、医薬品、化粧品において効能、効果等が厚生労働省の承認する範囲を逸脱するもの
- 詐欺的なもの、いわゆる不良商法とみなされるもの
- ギャンブル運営、もしくはそれを助長するもの、および投機・射幸心を著しく煽るもの
- 公序良俗に反する、もしくはそのおそれのあるもの
（アダルト・風俗関連および著しく猥褻性の高いものを含む）
- 責任の所在が不明確なもの
- その他、翔泳社が不適切と判断したもの

広告メニュー①　タイアップ記事／記事誘導

▽掲載までの流れ（例）
【お申し込み】
↓　……日程調整
【取材】
↓　……中10営業日
【初校提出】
↓　……中3営業日
【初校お戻し】
↓　……中2営業日
【再校提出】
↓　……中1営業日
【再校お戻し・校了】
↓　……中1営業日
【公開】

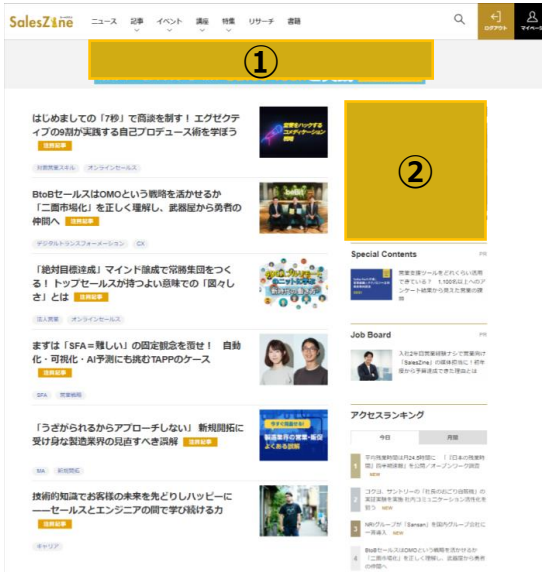
※上記は1例です。実際のお申し込みの際には個別にスケジュールをお出しします。

メニュー	価格（税抜）	PV/imp	掲載期間	表示方法	文字数	掲載開始目安	原稿制作	その他導線
①タイアップ記事	¥700,000～ (＋遠方の場合は別途交通費)	1,000～ 1,500 PV	無期限 アーカイブ	–	A4×1.5ページ相当	取材から1ヵ月	編集部	・編集部SNS（Twitter、 Facebook） ・アリーナ ・編集部メールマガジン「新着記事」欄 ※掲載時期、期間は 編集部に一任いただきます
②Special Contents	¥100,000～	25,000imp	1ケ月	ローテーション	[テキスト]全角45文字 [画像]記事アイコン	記事公開日	編集部	–

※イベント・セミナー取材によるタイアップ記事についてのお願い…原則取材から2ヵ月以内の公開を目安とさせてください（情報の鮮度を維持するため）。

広告メニュー②　純広告／バナー・テキスト

▽PC



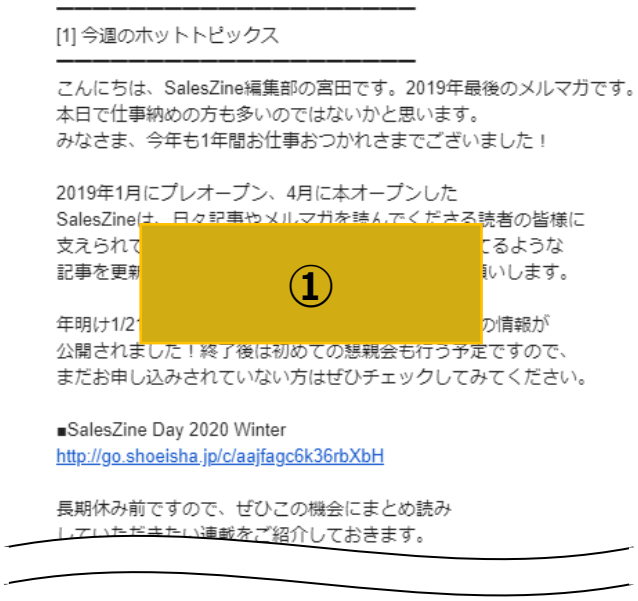
▽スマホ

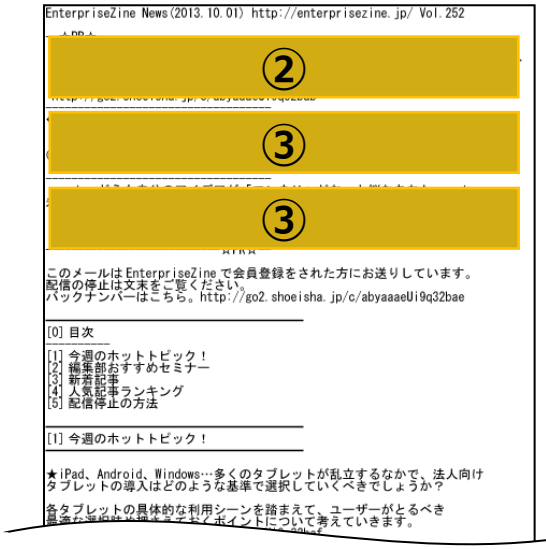
【入稿先】翔泳社　広告課
ad_submit@shoeisha.co.jp

※1 配信ペースには偏りが生じる場合がございます
※2 デバイスへの振り分け配信は不可としております
※3 第三者配信をご希望の際は事前にご相談ください

メニュー	価格(税抜)	想定imp	掲載期間	表示方法 ※1	掲載面 ※2	サイズ(W*H)	容量	ファイル形式※3	ループ	原稿差し替え	入稿締切
①スーパーバナー	¥250,000	25,000	1ヶ月	ローテーション	全ページ	728*90	100KB以下	GIF、jpg、png 第三者配信	3回まで	2回全3種、 営業日のみ	5営業日前
②レクタングル	¥375,000	25,000	1ヶ月	ローテーション	全ページ	300*250	100KB以下	GIF、jpg、png 第三者配信	3回まで	2回全3種、 営業日のみ	5営業日前

広告メニュー③　純広告／メール





【入稿先】翔泳社　広告課
ad_submit@shoeisha.co.jp

メニュー	価格（税抜）	配信数	配信日	文字数	掲載URL	入稿締切
①SalesZine News 単独メール	¥400,000	10,000通	平日任意	［件名］全角35文字以内 ［本文］全角37文字×100行以内	複数可	3営業日前
②SalesZine News ヘッダ（最上段）	¥200,000	10,000通	毎週金曜	全角37文字以内×5行	1点	3営業日前
③SalesZine News ヘッダ（2～3段）	¥100,000	同上	同上	同上	同上	同上

リード獲得特別プラン

メニュー	期間	件数	制作	誘導施策	金額（税別）	備考
ホワイトペーパーあり	1ヵ月～ ※獲得リードは リアルタイムでDL可	資料を拝見した上で ご相談	–	SalesZine 単独メール	目標件数に応じて ご相談	リード獲得システムの利用料 8万円（税別）が 別途発生いたします
ホワイトペーパー 制作プラン		75件～	SalesZine編集部	・記事 ・SalesZine 単独メール	150万円	コンテンツの二次利用については 担当営業までご相談ください

SalesZine編集部制作コンテンツの一例

主催イベント「SalesZine Day」

【Q】どんなイベントなの？
⇒A. 編集部企画の講演セッションを通して、セールステックのトレンドや事例を交えた知見が学べるセミナー形式のイベントです。スポンサーさまには当イベント内の講演枠（30〜50分程度）をご提供いたします。

【Q】来場者の属性は？
⇒A. 約7割が役職持ちで、自社のツール導入に関与する割合も約7割となっています。

【Q】開催スケジュールは？
⇒A. 夏（7月）、冬（1月）の年2回開催に加え、
秋（10月）はキャリアをテーマにしたイベントを新たに発足いたしました。
スポンサーメニューの詳細は別途イベントごとの企画書をご覧ください。

	SalesZine Day 2022 Winter	SalesZine Day 2022 Summer（仮）
日程	2022年1月25〜26日	2022年7月予定
場所／形態	オンライン ライブ配信予定	オンライン ライブ配信予定
規模	事前集客700人前後／ 当日視聴350人前後想定	事前集客500人前後／ 当日視聴200〜300人想定
スポンサー費用	180万円〜	180万円〜
協賛枠	8	4