
テレビCM

ご案内資料

■テレビCMとは

メリット

- **多くの人に届ける圧倒的なリーチ**

デジタル広告はピンポイントで「個人」に浸透するのに対し、テレビ広告はメインターゲットに加え、その「周辺層」にもリーチして、アピールすることができます

- **情報の浸透が早い**

テレビは1回の放送でも大多数の人に届くため、短期間で圧倒的なシェアを取ることができます

- **興味を呼び起こし潜在層へ訴求**

デジタル広告は能動的に情報を取りに行くメディアなので、興味のない広告はスルーされがちですが、テレビは受動的なメディアのため、継続的に広告を行うことで低関心層にも注目してもらうことができます

- **信頼性の高い優良なコンテンツ**

テレビ局由来の「安心・安全」が担保されたコンテンツにCMを流すことが出来るため、ブランドイメージを損なうことなく、視聴者に優良な企業として認識してもらえます

- **購買行動につながりやすい**

テレビ番組やCMは、認知を広げ興味関心を起こさせるだけでなく、購買意欲を高める効果があります。テレビCMは認知・購買に強く、デジタル広告は情報検討の役割を担っています

デメリット

- **映像制作・CM放映のコストが他媒体と比べて高い**

- **デジタル広告に比べると、ターゲティングの精度が低い**

- **効果測定が難しい**

■テレビCMとは

テレビCMの種類

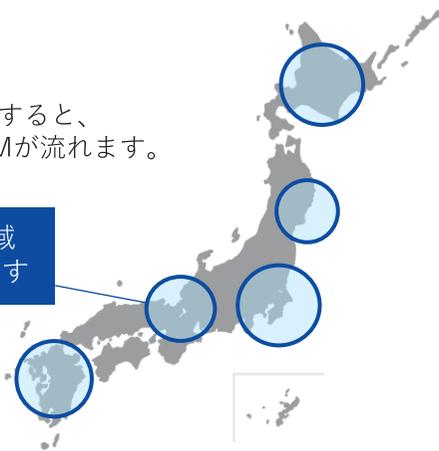
	タイムCM ブランドイメージアップに最適！	スポットCM キャンペーンやイベント告知に最適！	SAS 1本単位からOA直前まで購入可能！
提供表示	あり	なし	なし
秒数	30秒、60秒、90秒	15秒(基本)	15秒(基本)
期間	6か月(2クール)	希望の期間	希望の期間
メリット	番組毎の視聴者層を的確につかめる	柔軟性(放送期間・時間帯・予算)	柔軟性(放送期間・時間帯・予算)
	特定層へ繰り返しの到達が可能	集中投下が可能	CM枠・ポジション指定が可能

タイムCMの種類

ローカルタイムCM

放送局でローカルタイム枠を購入すると、その局が持つ放送エリアでのみCMが流れます。

契約した地域のみで流れます



ネットタイムCM

放送局でネットタイム枠を購入することで、全国の系列局でCMが流れます。

全国の系列局で流れます

