

オン  
ライ  
ン

# マーケティング 徹底比較

オフラインは時代遅れってホント？

VS

CARRYME SEMINAR

キャリアのセミ

キャリアミー マーケティングリーダー  
三森 捷暉

キャリアミー 執行役員 事業開発室 室長  
小柳 孝一

オフ  
ライ  
ン



広報/マーケティングリーダー

**三森 捷暉**

経歴:

香港と日本のハーフ。好きな映画は「燃えよドラゴン」「[酔拳2](#)」

2021年: 新卒で株式会社 Piece to Peaceに入社

広報、デザイン業務、広報・マーケティングに従事。

カンファレンスやタクシー広告などマーケティング全般を担当

趣味:

**卓球**(シェーク裏裏攻撃型)



執行役員/事業開発室長

## 小柳 孝一

大阪と東京の総合広告代理店で  
10年以上クライアントワークに従事。

その後、マーケティングカンファレンスを主催する会社を経て  
個人事業主としても活動、2021年に株式会社Piece to Peaceに入社。

一通りのポジションを経験後、カスタマーサクセスを立ち上げ、  
現在は事業開発室で協業先との新規サービスの開発や  
代理店開拓などを担当。

これまで100件以上のプロジェクトで法人のご支援を担当



# 目次

- 01      動画広告と静止画広告の違い
- 02      キャリーミーで動画広告とバナー広告を比較運用し始めたきっかけは？
- 03      キャリーミーで動画広告と静止画広告配信しまくった結果は？
- 04      広告運用体制とクリエイティブの改善を行う社内体制ってどんな感じ？
- 05      アンケートのお願い / 次回ウェビナーについて

## Section 01

# 大オンライン時代 オフラインマーケは時代遅れってホント？

どっち派？

オンラインマーケとオフラインマーケ

# 世は 大オンライン時代

# オンライン広告施策

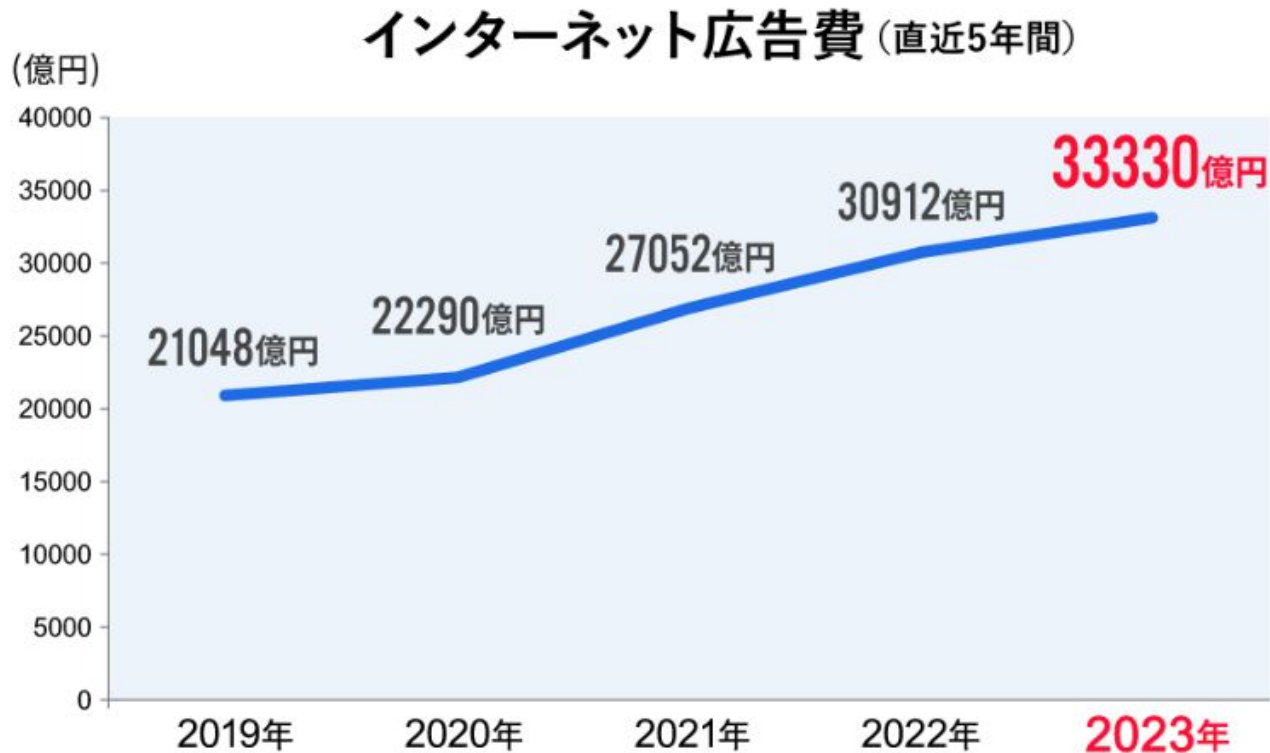
## オンライン広告施策

ウェブサイトのSEO最適化、コンテンツマーケティング、ソーシャルメディア広告、ブログ運営、メールマーケティング、インフルエンサーマーケティング、ランディングページ最適化、リマーケティング広告、動画マーケティング、ウェビナー開催、ポッドキャスト、オンラインコミュニティの運営、クーポンキャンペーン、ソーシャルメディアでのコンテスト、UGC(ユーザー生成コンテンツ)の活用、Google広告、Facebook広告、Instagram広告、Twitter広告、LinkedIn広告、Pinterest広告、TikTok広告、ディスプレイ広告、ネイティブ広告、PPC(Pay Per Click)広告、アフィリエイトマーケティング、マーケティングオートメーションツールの活用、カスタマーレビューの促進、サーチエンジンマーケティング(SEM)、オンラインアンケート、プレスリリース配信、オンラインイベントやバーチャル展示会、ウェブセミナー(ウェビナー)、チャットボットの導入、モバイルアプリマーケティング、オンラインクーポンコードの配布、オンラインゲームやコンテストの開催、プロダクトデモ動画の制作、A/Bテストの実施、パーソナライズドマーケティング、インタラクティブコンテンツの作成、検索エンジン結果ページ(SERP)の機能活用、Eブックやホワイトペーパーの提供、ブランドストーリーテリング、バイラルマーケティングキャンペーン、ニュースレターの配信、バックリンクの獲得、クラウドソーシングプラットフォームの活用、ゲストブログの執筆、オンラインコミュニティフォーラムの運営

## オンライン広告施策

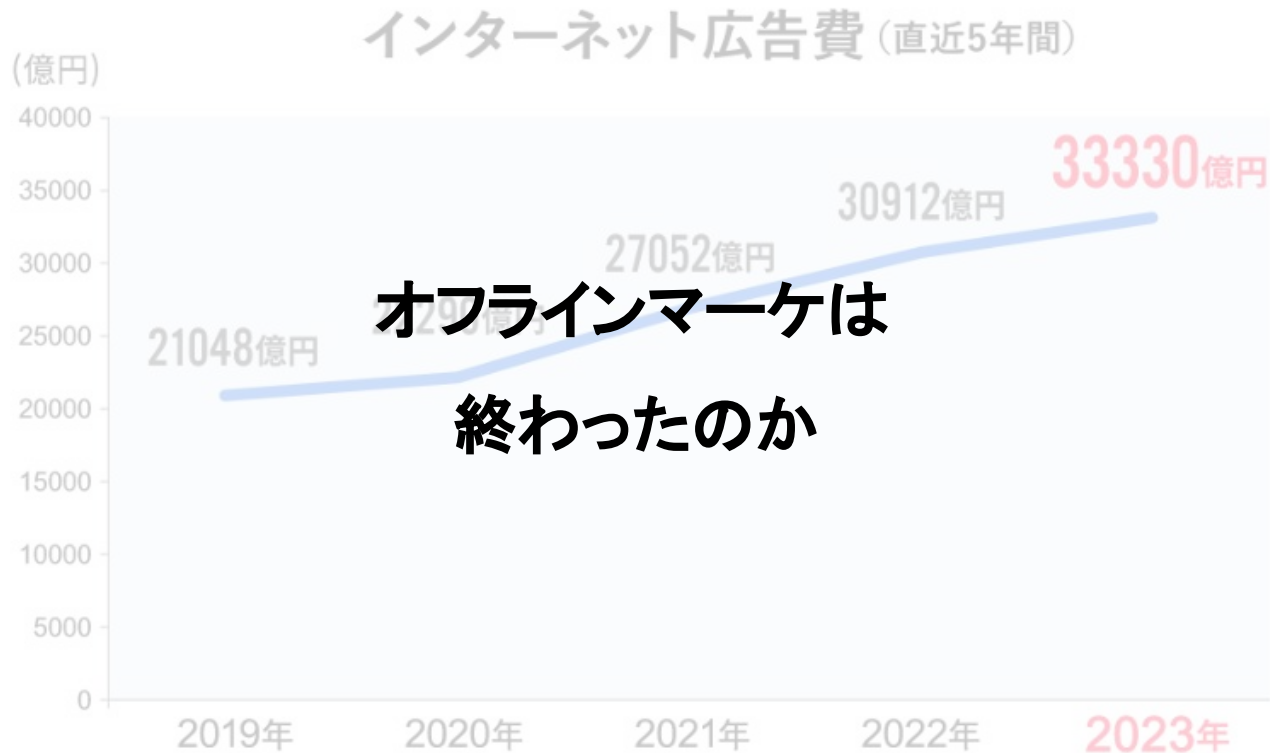
ウェブサイトのSEO最適化、コンテンツマーケティング、ソーシャルメディア広告、ブログ運営、メールマーケティング、インフルエンサーマーケティング、ランディングページ最適化、リマーケティング広告、動画マーケティング、ウェビナー開催、ポッドキャスト、オンラインコミュニティの運営、クーポンキャンペーン、ソーシャルメディアでのコンテスト、UGC(ユーザー生成コンテンツ)の活用、Google広告、Facebook広告、Instagram広告、Twitter広告、LinkedIn広告、Pinterest広告、TikTok広告、ディスプレイ広告、ネイティブ広告、PPC(Pay Per Click)広告、アフィリエイトマーケティング、CRMツールの活用、カスタマーレビューの促進、サーチエンジンマーケティング(SEM)、オンラインアンケート、プレスリリース配信、オンラインイベントやバーチャル展示会、ウェブセミナー(ウェビナー)、チャットボットの導入、モバイルアプリマーケティング、オンラインクーポンコードの配布、オンラインゲームやコンテストの開催、プロダクトデモ動画の制作、A/Bテストの実施、パーソナライズドマーケティング、インタラクティブコンテンツの作成、検索エンジン結果ページ(SERP)の機能活用、Eブックやホワイトペーパーの提供、ブランドストーリーテリング、バイラルマーケティングキャンペーン、ニュースレターの配信、バックリンクの獲得、クラウドソーシングプラットフォームの活用、ゲストブログの執筆、オンラインコミュニティフォーラムの運営

成長が  
止まらないオンライン市場



「2023年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

[https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html?\\_hstc=103293855.89ac9cb3ee681c4ff97e436ee88fc65e.1718778502825.1718778502825.1718778502825.1&\\_hssc=103293855.3.1718778502825&\\_hsfp=3837438728](https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0312-010700.html?_hstc=103293855.89ac9cb3ee681c4ff97e436ee88fc65e.1718778502825.1718778502825.1718778502825.1&_hssc=103293855.3.1718778502825&_hsfp=3837438728)



## 01 大オンライン時代\_\_オフラインマーケは時代遅れってホント？

### 実施しているBtoBマーケティング施策TOP10

|    |                      |       |
|----|----------------------|-------|
| 1  | 展示会への出展              | 42.0% |
| 2  | WEB 広告（バナー広告、検索広告など） | 36.0% |
| 3  | オフラインセミナー開催          | 30.8% |
| 4  | ウェビナー開催              | 28.3% |
| 5  | SNS 施策               | 27.8% |
| 6  | メールマガジン              | 26.0% |
| 7  | 新聞・雑誌広告              | 24.3% |
| 8  | ダイレクトメール（郵送）         | 23.3% |
| 9  | テレビCM                | 22.4% |
| 10 | 屋外広告・交通広告            | 18.1% |

n=900、複数回答

「Sansan、「BtoBマーケティングに関する実態調査」を実施  
～9割がBtoBマーケティングを重視、成果が出ている企業ほど顧客データベースを整備・活用～」  
<https://jp.corp-sansan.com/news/2023/0601.html>

## 01 大オンライン時代\_\_オフラインマーケは時代遅れってホント？

### 実施しているBtoBマーケティング施策TOP10

|    |                      |       |
|----|----------------------|-------|
| 1  | 展示会への出展              | 42.0% |
| 2  | WEB 広告（バナー広告、検索広告など） | 36.0% |
| 3  | オフラインセミナー開催          | 30.8% |
| 4  | ウェビナー開催              | 28.3% |
| 5  | SNS 施策               | 27.8% |
| 6  | メールマガジン              | 26.0% |
| 7  | 新聞・雑誌広告              | 24.3% |
| 8  | ダイレクトメール（郵送）         | 23.3% |
| 9  | テレビCM                | 22.4% |
| 10 | 屋外広告・交通広告            | 18.1% |

n=900、複数回答

## オフラインマーケは コロナ後、堅調

「Sansan、「BtoBマーケティングに関する実態調査」を実施  
～9割がBtoBマーケティングを重視、成果が出ている企業ほど顧客データベースを整備・活用～」  
<https://jp.corp-sansan.com/news/2023/0601.html>

# オンライン VS オフライン 徹底比較

## Section 02

# オンラインとオフラインの 自社事例

じゃあ

キャリアミーはどうしてるの？

**結論:両方やっています**

# マーケティング 徹底比較

## オフラインは時代遅れってホント？

VS

CARRYME SEMINAR  
キャリのセミ

キャリーミー マーケティングリーダー  
三森 捷暉

キャリーミー 執行役員 事業開発室 室長  
小柳 孝一

オンライン: 三森

オフライン: 小柳

徹底対決

## Section 03

# オンラインの メリット/デメリット

# マーケの運用体制から ご説明

現在のキャリーミーの運用体制

代理店にはお願いしておらず、  
全てインハウスで運用。



マーケティングチーム

優秀なマーケターはなかなか採用できない ...

**正社員はマーケ / 事業開発も  
正社員1名ずつ。**

**+プロ人材で  
広告含め、ほぼ全てインハウス運用**



## 業務範囲

正社員1名 **＋プロ人材** で全て運営

### 広告運用



### MA



### オウンドメディア



### 展示会



### 書籍出版



### ウェビナー



### note



# オンラインマーケの特徴

# オンラインマーケ

データをもとにPDCAが回しやすいが、「熱量」が伝わりにくい

キャンペーンのパフォーマンスをリアルタイムで追跡・分析できるため、迅速に戦略を調整することが可能ではあるものの、熱量が伝わりにくい

## オンラインマーケの特徴

### 長所

- ・インターネットを通じて世界中のユーザーにアクセス可能。
- ・年齢、性別、興味、行動履歴などの詳細なデータに基づいて、特定のオーディエンスに広告を表示できる

### 短所

- ・「熱量」が伝わりにくい
- ・「競争」が激しく、コストが大きくかかる施策もある



# デジタル広告



## デジタル広告

### デジマらしいメリット満載

- ・ターゲティング
  - ・リアルタイムな分析
  - ・多様なフォーマット
- etc



デジタル広告

デジマらしいがリット満載

**お金と工数が結構かかる**

- ・リアルタイムな分析
- ・多様なフォーマット

etc



## 広告運用

タクシー広告 :1000万円超

**YouTube広告**:80-100万円

**Meta広告**:250-300万円



## 広告運用

週1のMTGでPDCAを回す

## 現在の静止画クリエイティブ

CARRY ME

コスト  
**0**円で  
プロと面談!

AWARD  
マーケティング  
プロ人材  
**No.1**  
2020  
JMR

プロ人材を見つける▶

プロ人材紹介歴 7年のキャリアミーの

**無料でプロ検索**  
やってよかった🔍

プロ人材お試し検索  
経験者をお選びいただくと、案件に合致した候補者を検索できます。

|                         |                             |
|-------------------------|-----------------------------|
| デジタルマーケター (広告運用/SNS/EC) | Webディレクター/SEO               |
| デザイナー/UX                | コンテンツメディア/編集/ライター           |
| 広報・PR                   | セールス・営業/インサイドセールス/カスタマーサクセス |
| 人事関連 (採用/人事設計)          | 事業開発                        |
| 経営/COO                  | バックオフィス (総務/財務/法務)          |

ここまで  
コミットしてくれて  
この価格!?!

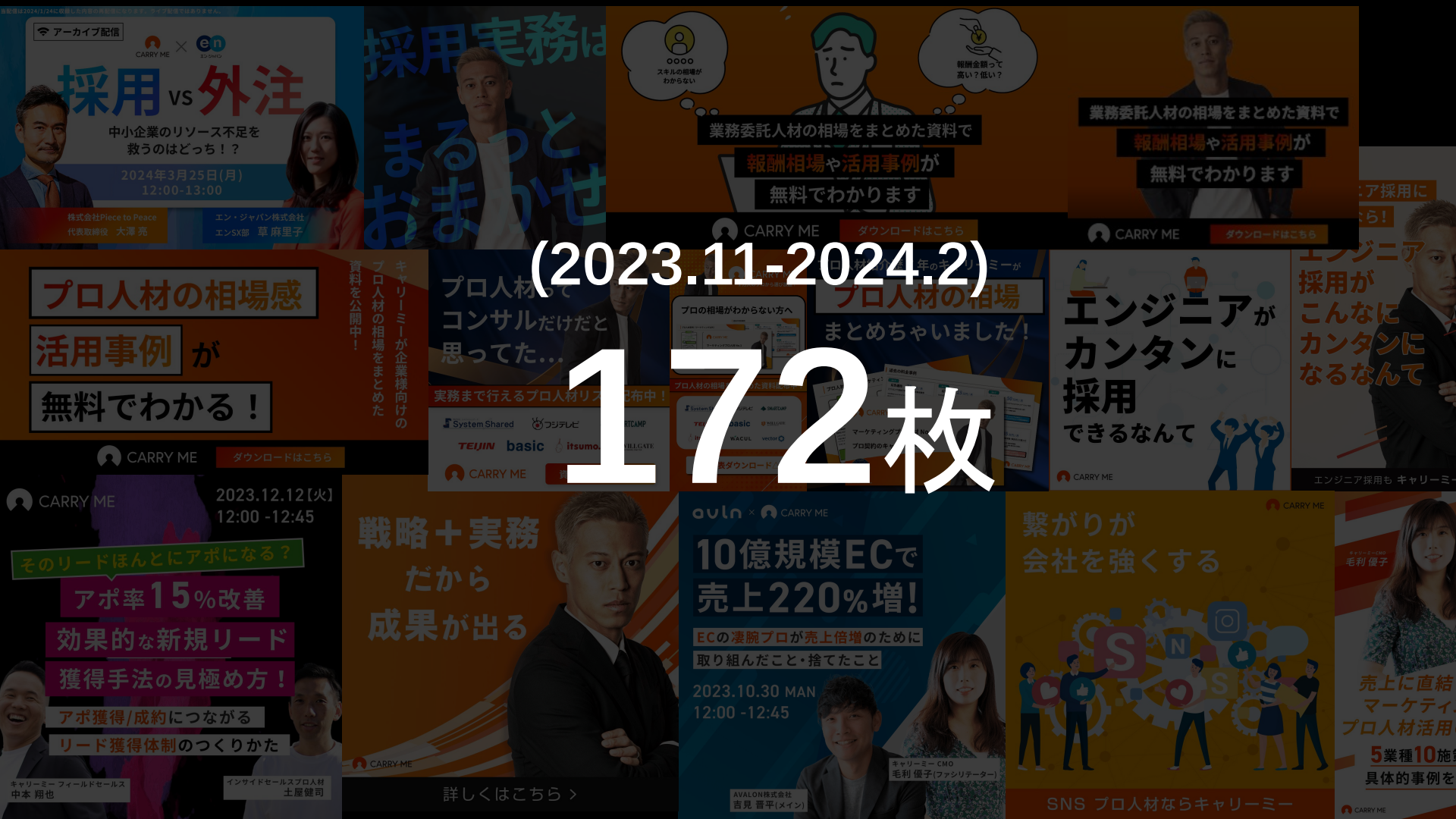
コミットするプロ人材の相場はこちら

CARRY ME  
マーケティングプロ人材 No.1  
プロのためのキャリアミー

| 求人検索料 (マーケティング系) | 採用事務料            |
|------------------|------------------|
| 月額10万円 (10名まで)   | 月額5万円 (10名まで)    |
| 月額15万円 (11名以上)   | 月額7.5万円 (11名以上)  |
| 月額20万円 (21名以上)   | 月額10万円 (21名以上)   |
| 月額25万円 (31名以上)   | 月額12.5万円 (31名以上) |
| 月額30万円 (41名以上)   | 月額15万円 (41名以上)   |
| 月額35万円 (51名以上)   | 月額17.5万円 (51名以上) |
| 月額40万円 (61名以上)   | 月額20万円 (61名以上)   |
| 月額45万円 (71名以上)   | 月額22.5万円 (71名以上) |
| 月額50万円 (81名以上)   | 月額25万円 (81名以上)   |
| 月額55万円 (91名以上)   | 月額27.5万円 (91名以上) |
| 月額60万円 (101名以上)  | 月額30万円 (101名以上)  |

CARRY ME 料金表ダウンロード▶

The image is a vertical banner advertisement for 'CARRY ME'. At the top, there is a profile of a man with dark hair tied back, looking towards the right. Below this, a yellow rectangular box contains the text 'ずば抜けて優秀なプロと' (Outstandingly excellent professionals) and '個別に契約できる時代' (An era when you can contract individually). Underneath the yellow box, the text 'プロ人材の相場がわからない方へ' (For those who don't know the market rate for professional talent) is displayed. Below this text is a screenshot of the 'CARRY ME' website, showing a navigation bar, a search bar, and a list of job listings with details like salary and location. Further down, there is a dark blue banner with the 'CARRY ME' logo and the text '料金表ダウンロード' (Download fee schedule). The bottom half of the image features a flowchart with three stages: 1. 'ヒアリング' (Listening) with an icon of two people talking. 2. '改善' (Improvement) with an icon of a checklist and a checkmark. 3. '成果へコミット' (Commitment to results) with an icon of a trophy and an upward arrow. The flowchart is connected by a large, thick, downward-pointing arrow.



(2023.11-2024.2)  
172枚

## 広告運用

### 広告運用で成果をあげるためのポイント

- ・マーケの課題をしっかりと共有し、全体最適化をする
- ・ノウハウを蓄積させるために、結果以外の改善をログに残す
- ・クリエイティブとの連携を強めて、改善スピードをあげる



## 広告運用

種類：

正社員

プロ人材

外部

週1回ずつの定例

正社員  
ディレクション

業務委託  
デザインのプロ

デジタル広告

業務委託  
広告運用のプロ

# オウンドメディア



## オウンドメディア

業務委託活用・採用 ▼ 企業事例 ▼ マーケティング・PR ▼ ニュース ▼

### 業務委託活用・採用



【成功事例あり】採用ブランディングとは？  
メリットなど徹底解説！



業務委託の費用相場は？コストを抑える方法  
や実際の依頼内容も紹介！



顧問契約とは？業務委託との違いや費用相場  
を徹底解説！



マーケティング人材不足を解決するには？採

## オウンドメディア

**資産性があり、育てば計測的に成果が出る**



デジタル広告

が

資産性が低い 時間と工数がかかる 効果が出る

(少なくとも半年 / 記事50本)



オウンドメディア

## プロ活用後

(5/1時点)

「業務委託 企業」1位

「npoマーケティング」1位

「成果報酬型広告」2位

「業務委託 個別契約書」3位

「saasマーケティング」5位

「業務委託 トラブル事例」6位

「マーケティング人材」7位

「マーケティングコンサルティング」7位

「業務委託 費用相場」7位

### 03 正社員ひとりで回す施策別の組織体制

## オウンドメディア

種類： 正社員

プロ人材

外部

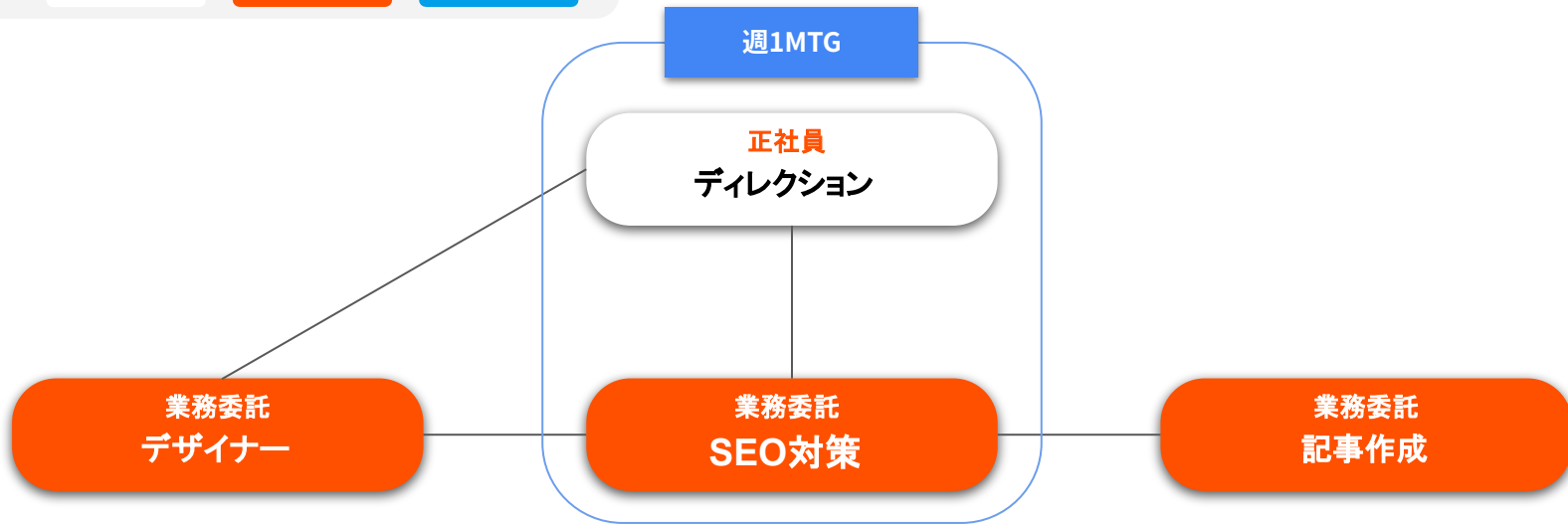
週1MTG

正社員  
ディレクション

業務委託  
デザイナー

業務委託  
SEO対策

業務委託  
記事作成



## オウンドメディア

### オウンドメディアで成果をあげるためのポイント

- ・内部施策と外部施策、どこまでを業務範囲とするのか
- ・サイト設計の部分まで変更できる体制を作れると GOOD
- ・ポップアップやメルマガなど、MA担当と繋げるとベスト



MA



MA

HubSpot



### 03 正社員ひとりで回す施策別の組織体制

MA

種類：

正社員

プロ人材

外部

正社員  
全体運用

業務委託  
デザインのプロ

業務委託  
MAのプロ

MA

## MAで成果をあげるためのポイント

- ・設計時に各部署の マネージャークラス と繋いでおく
- ・細かい業務は誰が行うのか フローを決める
- ・目的、最初に ナニ がしたいのか擦り合わせる



## Section 04

# オフラインの メリット/デメリット

## オフラインマーケの特徴

# オフラインマーケ

幅は狭いが、体験をつくり、心を動かし、記憶に残すことができる

キャンペーンのパフォーマンスをリアルタイムで追跡・分析できるため、迅速に戦略を調整することが可能ではあるものの、熱量が伝わりにくい

## オフラインマーケの特徴

### 長所

- ・相手の人柄を理解するヒアリングなどで基本的な信頼関係
- ・「顧客自身が気づいていない」ニーズをヒアリングすることができる

### 短所

- ・頻度/取れるデータに限りがあり、仮説検証を回しづらい
- ・圧倒的な時間・人的リソースがかかってしまう



# 交流会



## 交流会



## 交流会も3種類くらいに分けれる

- コミュニティ系の交流会
- 普通の交流会(テーマ別)
- 登壇や勉強的な交流会(横浜経営者クラブなど)



## 交流会メリット

# ビジネスの関係をつくるなら交流会

- ・情報交換
  - ・ブランド認知度の向上
  - ・ダイレクトに名刺獲得
- etc



交流会

ビジネスの関係を**が**つくるなら交流会

**労働集約型であり、コストもかかる**

- ・ブランド認知度の向上
- ・多様なフォーマット

etc



## 交流会

### 交流会で成果をあげるためのポイント

誰と、どういった場所(会)で、どういう立場(自分が)であうかが重要

- ・事前準備をする
- ・端的に述べる
- ・テイクではなくギブ精神



## 交流会

株式会社 Piece to Peace  
代表取締役

大澤 亮 RYO OSAWA

〒102-0093  
東京都千代田区平河町2-16-9 赤田町ダラスゲート 8F  
Tel:03-6902-0186  
E-Mail:r-osawa@carryme.jp  
Mobile:090-4224-3157

 CARRY ME



# マーケのプロが集結

あらゆる領域の  
ホンモノのプロ人材が  
キャリーミーに集結

課題別に15000人の  
プロ人材から選び放題。  
マーケ、広報、営業、人事...  
ありとあらゆる課題に全対応。



プロ活用のノウハウを凝縮▼

**「プロ」に外注**

売上最大化、  
リスク最小化の新常識

大澤 亮

金より正確。  
プロ人材活用の結果、たった1年で  
一風企業18社と新規取引成立。

経歴: 2010年〜2019年 神田昌典

マーケティング (広報) 営業  
営業開発 (採用) OX

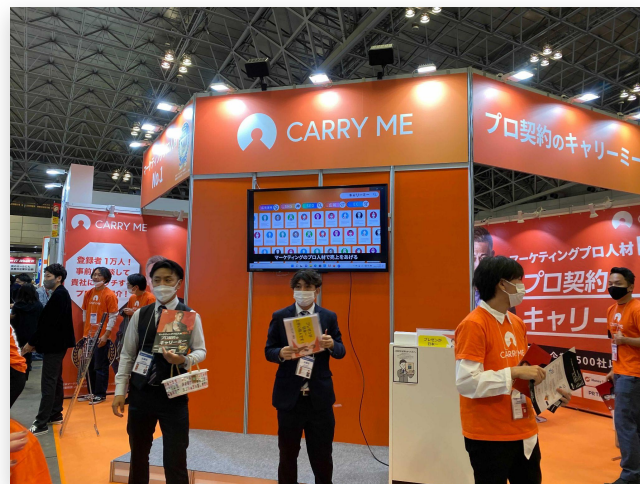
圧倒的に優秀な人を使いまく活用

成長への コミットメント 人財への 徹底した 報酬への 意欲的な還元 実行まで徹底せ

# 展示会



## 展示会



## 展示会

**直接対話を通じて、チャンスを生み出す**

- ・新規顧客獲得
- ・ブランド認知度向上
- ・業界内のポジション強化

etc



交流会

ビジネスの関係を**が**つくるなら交流会

**負担が大きく、コストもかかる**

- ・ブランド認知度の向上
- ・多様なフォーマット

etc



展示会

**3日間、幕張のアパホテルに社員宿泊**



## 展示会

種類： 正社員

プロ人材

外部

業務委託  
展示会 Mg

正社員  
フィールドセールス

正社員  
フィールドセールス

インターン  
インサイドセールス

インターン  
インサイドセールス

インターン  
インサイドセールス

インターン  
インサイドセールス

## 展示会

3日間で

1200枚以上の名刺を獲得



## 展示会

### 展示会を成果をあげるためのポイント

- ・展示会終了後、ホットなうちに架電する
- ・パンフレットは目立つ表紙にする
- ・動画等があると足を止める要因になるのでおすすめ



## 交流会

こんな採用・育成の課題は  
ありませんか？

### キャリアミーのプロ契約は ここが違う

13,000人超  
データベース



中途採用では採れない優秀な人材が貴社のメンバーに！

サイバーエージェント、電通、リクルート、DeNA、楽天、などの大手出身者など  
正社員で採用が難しいハイスキルな人材をメンバーに迎え入れることができます。  
特に、デジタルマーケティング、広報PR、法人営業、事業開発など、中途採用で採用が  
困難とされる職種が人気です。

30分の打ち合わせで、希望の人材を即推薦！  
中途採用では出会えない優秀層と無料で面談可能

30分のお打ち合わせで課題をヒアリングし、求人を作成・掲載（※無料）。  
推薦前にキャリアアドバイザーがプロ人材との面談を実施しているため、  
レジュメだけではわからない人物や価値観、評価なども考慮した上で、  
貴社の課題にフィットする人材を推薦します。



キャリアアドバイザー

出社での稼働や打ち合わせ、社員の育成など柔軟な業務内容

平日中での出社やミーティングの参加など貴社のメンバーの一員として  
稼働してもらうことができます。若手社員の育成や成長のサポートを、  
外注先やクライアントとの折衝などを担当してもらうことも可能。  
業務の切り出しや適性な稼働についても、専属コンサルタントが面談に同席し、  
条件面の調整までサポートします。

### 会社概要

- 社名 : 株式会社Piece to Peace
- 代表者 : 代表取締役 CEO 大澤 亮
- 所在地 : 102-0093 東京都千代田区平河町2-16-9 永田町ガラスゲート8F
- 設立 : 2009年9月
- 資本金 : 4億7150万円（資本準備金含む）※2019年にパールグループと本田宗佑氏（Honda Estlio株式会社）などが  
合計1.3億円以上の資金調達を実施
- 電話番号 : 03-6902-0186



中途採用では出会えない優秀層なら

## キャリアミーの プロ契約

デジタルマーケティング、広報PR、採用、事業開発などの  
実務型プロ人材が13,000人登録！



無料相談 ▶



料金表 ▶



日本マーケティングリサーチ機構調べ  
調査概要: 2020年3月期、ブランドのイメージ調査

# 書籍出版



書籍出版

最後にこの商品を購入したのは2023/12/22です。  
注文の詳細を表示する

**「プロ」に外注**

売上最大化、  
リスク最小化の新常識

大澤亮  
RYO OSAWA

論より証拠。  
プロ人材活用の結果、たった1年で  
一流企業18社と新規取引成立。  
経営コンサルタント・作家 神田昌典

マーケティング 広報 営業  
事業開発 採用 DX

**「圧倒的に優秀な人」をいやすく活用**

成果への  
コミットメント 人件費を  
変動費に変える 戦略から  
実行までお任せ

画像にマウスを合わせると拡大されます

「プロ」外注 1 2 3 4 2+

サンプルを読む

著者をフォロー

大澤 亮

フォロー

「プロ」に外注 売上最大化、リスク最小化の新常識 単行本 (ソフトカバー) – 2023/12/22

大澤亮 (著)  
3.8 ★★★★★ 14個の評価

はじめての本の購入で10%ポイントプレゼント エントリーはこちら

【神田昌典氏（経営コンサルタント・作家）推薦】  
企業とフリーランスをマッチングして、  
企業の生産性と個人の待遇をUP!  
日本経済を再生させるヒント「プロ人材」

▼優秀な人を、今すぐ、低コストで。

人材を採用できない……。どんな企業にも共通する課題だ。労働人口の減少が叫ばれる中で、人材採用のハードルはどんどん高くなっている。

一方で、「自分の能力をもっと生かせる場所で働きたい」と考える人も多い。

▼続きを読む

この商品に関する問題を報告する

| 本の長さ   | 出版社                    | 発売日        | 寸法                 | ISBN-10    |
|--------|------------------------|------------|--------------------|------------|
| 272ページ | クロスメディア・パブリッシング(インプレス) | 2023/12/22 | 18.8 x 13 x 1.6 cm | 4295409146 |

Kindle版 (電子書籍)  
¥0 kindleunlimited  
または¥990 (10pt)で購入

単行本 (ソフトカバー)  
¥2,068 (125pt)  
prime

の¥2,068その他の中古品、新品、コレクション商品

新品: ¥2,068  
ポイント: 125pt (6%) 詳細はこちら  
prime 翌日配送

無料配送 明日 4月26日にお届け (5時間47分以内にご注文の場合)  
詳細を見る

◎ 三森 捷輝 - 横浜市 236-0014 にお届け

在庫あり。在庫状況について

数量: 1

カートに入れる

今すぐ買う

出荷元 Amazon.co.jp  
販売元 Amazon.co.jp  
カスタマーサービス Amazon.co.jp  
支払い方法 お客様情報を保護しています

☐ ギフトの設定

リストに追加

### 03 正社員ひとりで回す施策別の組織体制

## 書籍出版

種類：

正社員

プロ人材

外部

正社員  
セールス

正社員  
セールス

正社員  
セールス

代表取締役CEO  
書籍内容

業務委託  
書籍プロモーション

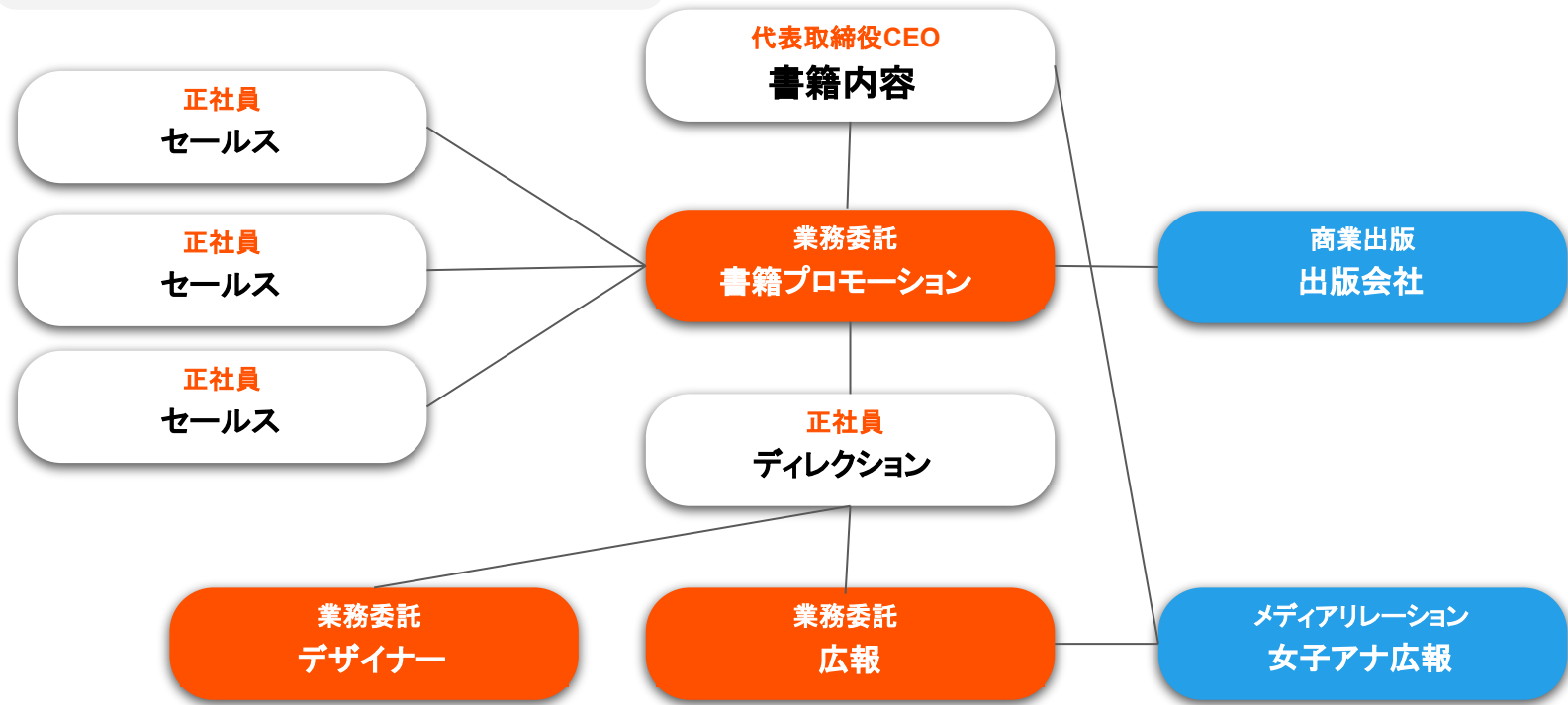
正社員  
ディレクション

業務委託  
デザイナー

業務委託  
広報

商業出版  
出版会社

メディアリレーション  
女子アナ広報

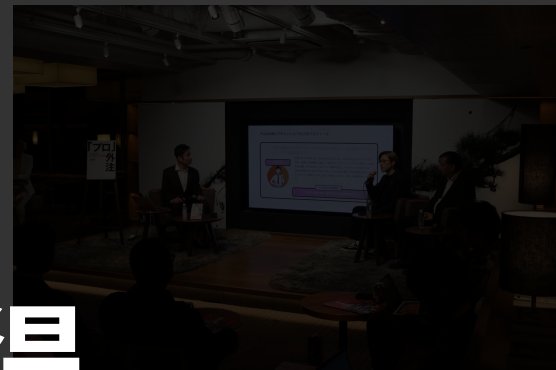


## 書籍出版イベント



## 書籍出版イベント

# Amazonにて 5部門で1位獲得



## 書籍出版

### 書籍出版をプロ人材にまかせる際のポイント

- ・プロモーションには社内の協力が不可避、連携を取ろう
- ・出版後の広報活動はやるべきことが意外と多い
- ・No1が欲しいのであれば、極力項目は細かくしよう



**広報**

# 女子アナ広報室 × プロ人材 パッケージ

**CARRY ME**

# お試し検索してみない？

プロ人材を検索する

プロ人材お試し検索  
お探しの方、大歓迎！  
キャリアアドバイザーがサポートします。

マーケティングプロ人材 No.1  
キャリアアドバイザーの活躍をプロ人材の現場で活かす。

## CARRY ME Premium PRまるごと支援プラン

Download Document

66 雑誌 209 WEB 720

読売新聞 朝日新聞

週刊朝日 SPA!

Business Journal ASCI

効果的効果

【本田圭佑氏がキャリアアドバイザーに就任した理由】プロとして活躍するために必要なことは？

キャリアアドバイザー・本田圭佑氏による「プロ人材の現場で活かす」ための実践的なアドバイス。

エンタープライズ

女子アナネットワーク

女子アナ

メディアへのアプローチ

全国の女子アナネットワークを活用した、最速なプロ（元女子アナ）を1名をアサイン

# まとめ



## 現在の結論

オンラインとオフライン、目的を分けて、上手く融合させよう

### オンライン



データ分析や  
ターゲティングに強み

キャンペーンのパフォーマンスをリアルタイムで追跡・分析できるため、迅速に戦略を調整することが可能ではあるものの、熱量が伝わりにくい

### オフライン



ブランド認知や  
信頼関係の構築

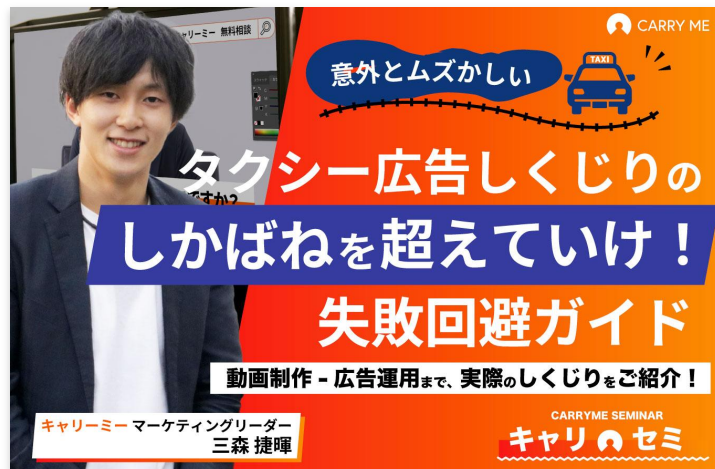
直接会うことで信頼と人間関係を構築し、できるものの、データ取得が難しく、効果測定が困難。

## Section 05

アンケートのお願い / 次回ウェビナーについて

7月10日 開催

**来週**  
**タクシーCMしくじりウェビナーを、**  
**開催いたします！！**



## キャリーミー

マーケティングの運用体制や、広告にお悩みなら  
**キャリーミー**に無料相談ください！！！！

CARRY ME

**マーケティングの課題を  
プロ人材が解決！**

「ビジネス界にプロ契約を」  
1万人のプロから選び放題！無料で面談できるから安心

料金表ダウンロード →

タクシー広告  
登録中

大企業からスタートアップまで幅広く活用されています

itsumo. basic SMARTCAMP PROPERTY AGENT KUBOTAグループ PRIMES System Shared PARCO Money Forward

## キャリーミー

マーケティングの運用体制や、広告にお悩みなら

**キャリーミー**に無料相談ください！！！！

プロが稼働するまで **完全無料**

マーケティングの課題を  
プロ人材が解決！

「ビジネス界にプロ契約を」  
1万人のプロから選り抜く！無料で面談できるから安心

料金表ダウンロード →

大企業からスタートアップまで幅広く活用されています

Logos: itsumo, basic, SMARTCAMP, PROPERTY AGENT, KUBOTAグループ, PRIMES, System Shared, PARCO, Money Forward

Additional text: No.1 JMR, タクシー広告 取組中, CARRY ME

## キャリアミーマのプロ人材とは

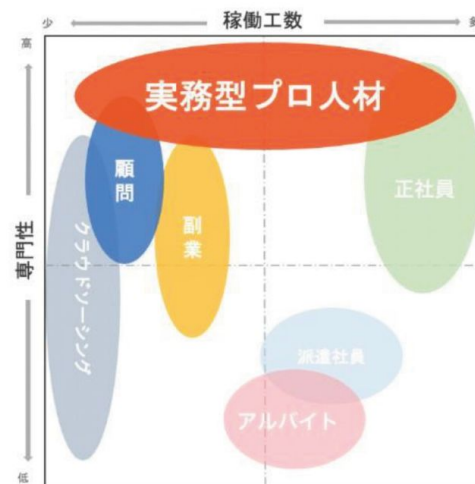
高度な専門性を有し、  
本業として実務遂行までコミットする。  
それが、実務型プロ人材です。

**01** 副業とは異なり、日中の稼働(一部出社を含む)が可能で、本業として成果にコミットして働ける即戦力中心

**02** 顧問/コンサルではなく、実務遂行までできる  
30~40代中心

**03** 業務委託を希望し派遣や転職市場では  
取れないレベルの人材

### プロ人材とは



## アンケート



アンケートご回答で  
資料プレゼント



次回 7/10 ウェビナー  
申し込み

**CARRY ME**

**マーケティングの課題を  
プロ人材が解決!**

「ビジネス界にプロ契約を」  
1万人のプロから選び放題! 無料で見学できるから安心

料金表ダウンロード →

大企業からスタートアップまで幅広く活用されています

itsumo. basic SMARTCAMP PROPERTY AGENT KUBOTA PR TIMES System Shared PARCO Money Forward

An advertisement for CARRY ME. It features a man in a light brown suit with his arms crossed. To his right is a circular logo with 'No.1' and 'JMR'. Below the man is a small video player showing a man speaking. The background is a mix of orange and white.

**CARRY ME**

意外とムスかしい

**タクシー広告しくじりの  
しかばねを超えていけ!**

**失敗回避ガイド**

動画制作 - 広告運用まで、実際のしくじりをご紹介!

キャリアミー マーケティングリーダー  
三森 捷暉

CARRYME SEMINAR  
キャリアのセミ

An advertisement for CARRY ME. It features a man in a dark suit smiling. To his right is a blue car icon with a speech bubble. The background is a mix of orange and white. The text is in bold, colorful fonts.

感謝

本日はウェビナーにご参加いただき  
ありがとうございました！