

【トウトウク広告】案

【概要】

- ・トウトウク広告(ポップな事業名に)
- ・対象となる顧客/ターゲット
 -
 - 初期:小規模個人事業者
 - 目標:法人企業
 - イベント開催時の告知や、新店舗オープン告知など
 -
 - ターゲットのニーズ
 - 小規模地域での広告集客やSNS広告の活用ができていない
 - ビルの広告などは費用がかかりすぎるため掲載しても費用に見合った効果が得られない
 -
 - ターゲットが得られる成果
 - 限定した地域での集客、費用に見合った広告効果
- ・新規事業のサービスイメージ
 - トウトウクの両面に広告を設置し、指定範囲(事業者の指定があれば)を走行
- ・金額
 - ①1週間 70,000円(1日5h)
 - ②広告作成費 30,000円(印刷費用別)
 - ③印刷費(松田工芸社)
 - ④公式ライン運用(三輪)
- ・サービスの提供方法
 - トウトウクの側面に広告を掲示、走行
- ・事業の将来性
 - 京都市のビックイベントなどで告知走行、法人企業からの安定した広告依頼

【事業企画の背景】

- ・なぜ自社がこの事業(サービス)をやるべきなのか?
トウトウクを所持し、非常に市民から注目を浴びており京都市唯一無二の広告事業が展開できるため

【目的・目標】

- ・期間や収益の目標
 - 立ち上げコスト: 広告募集掲載費 印刷費(2万円程度)
 - 初年度売上: 130万円 / 12か月
 - 単月黒字化: 4ヶ月(広告・印刷代・ガソリン代)※人件費別

【見込める効果】

- ・顧客や事業の関係者に与える影響
- ・間接的に自社に見込める成果
 - 売り上げ
初年度130万→次年度260万(目標)→3年目510万(目標)
 - 社内の合理化
トウトウクが走ることにより企業様の広告とともに居酒屋の告知にも繋がる

【想定される課題とリスク】

- ・課題
 - [1]近隣企業が必要としているか
 - [2]競合他社の進出
 - [3]広告の価値の説明

・リスク:

[1]トウトウクの故障時の補償

[2]

[3]

【販売方法】

・どんなマーケティングで販売するのか？

- どんな「チャンネル」で
Instagram、Google広告、トウトウク
- どんな「手法」で
広告の掲載、実際のイメージと共に走行
店舗への営業
- どんな「プロモーション」で
初年度制作費無料や継続掲載割などの提案

【既存事業とのシナジー有無とその詳細】

- ・事業シナジー:無し
- ・自社の強みを活かせる、もしくは強化する事業か？
自社専用のトウトウクがあり、企業価値の向上・認知に繋がる
- ・自社で活用できるリソース
トウトウク、広告制作

【スケジュール・予算】

※ある程度の根拠もセットで多めに見積もり

[スケジュール]

- ・企画にかかる期間:1ヶ月
- ・サービス開発の期間:2ヶ月
- ・収益化(利益)するまでの期間:5ヶ月

[予算・コスト]

- ・企画にかかるコスト:0円
- ・サービス開発のコスト:50,000円(人件費除く)
- ・販売にかかるコスト:ガソリン費年間約10万、インスタ広告5万円、Google広告15万円
- ・見込める利益(年間):初年度80万円