



特集 1

純増No.1



ソフトバンク モバイルの販促

2008年5月時点で、13カ月連続純増No.1を記録したソフトバンクモバイル。2007年度は各広告賞の常連となり、2007年度CMタレント好感度ランキングでテレビCMキャラクターの白戸家が各部門の上位を独占するなど、あらゆる面から同社のコミュニケーションに対する関心が高まっている。テレビCMに注目が集まりがちな同社だが、純増に直結する契約に販促施策が果たす役割は大きい。本特集では、店頭、商品企画、キャンペーンツールなど、ソフトバンクモバイルの様々なプロモーションにフォーカス。同時に勢いのある企業のコミュニケーション戦略も学ぶ。