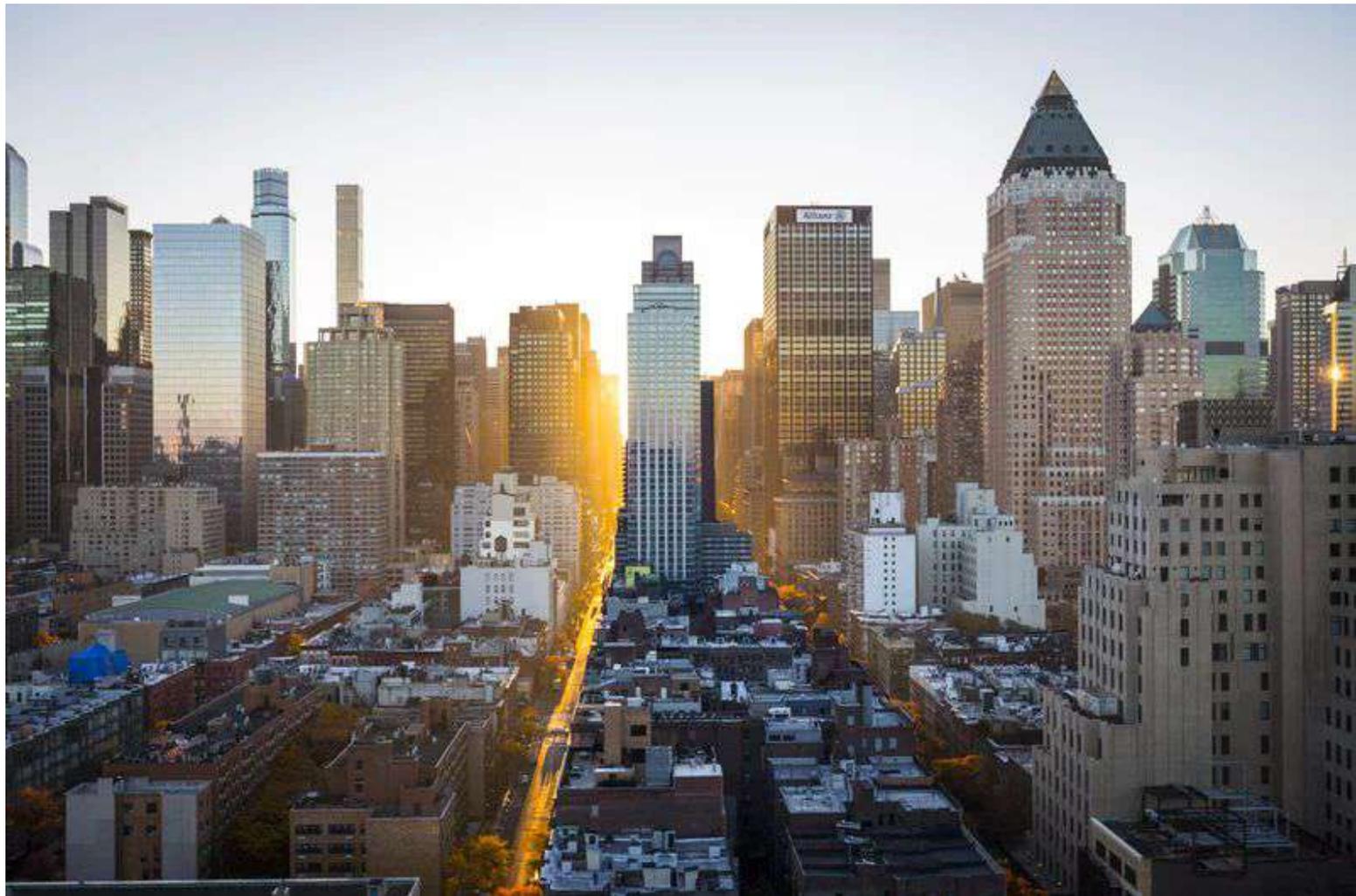




動画で企業のVISIONを実現する



会社名	株式会社EXIDEA
代表取締役	小川卓真
資本金	15,000,000円
住所	東京都墨田区本所1-4-18 EXIDEA TOKYO OFFICE
電話番号	03-5579-9934
設立	2013年5月27日
メンバー数	50人(正社員数35人)
事業所	LOS ANGELS OFFICE 21515 Hawthorne Blvd Ste 200 Torrance, CA 90503



TOKYO OFFICE



LOS ANGELS OFFICE



## 動画で企業のVISIONを実現する

お客様のVISIONを引き出し、動画で表現する。  
そしてそのVISIONが世界に広がっていく。  
そのような想いが、CINEMATOには込められています。



# 動画コンテンツマーケティング

時代の変化

環境の変化

オフライン  
から  
オンラインへ

購買の変化

Nice have  
から  
Must have

理由の変化

機能  
から  
共感

**コンテンツの**

**拡充**

**(量と質の確保)**

そもそもオンライン上で  
何者かがわからない

**コンテンツの**

**差別化**

**(オリジナリティ)**

他と何が違うかがわからない

**コンテンツの**

**最適化**

**(コンテンツ戦略)**

どこで人が止まっているかが  
を考える

事業売上への影響

ヒトから

コンテンツへ

1分が3600P分と言われる情報の圧縮性

情報の圧縮性

情報の俯瞰力

圧縮性による伝えたい情報を俯瞰的に把握することが可能

接触時間の増加と視覚、聴覚、構成によるストーリーテリング化

ストーリー化



**動画で企業のVISIONを実現する**

**SHOW THE CORPORATE VISION**

Clients





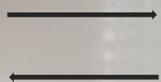
動画制作



VIDEO DIRECTION



クライアント様



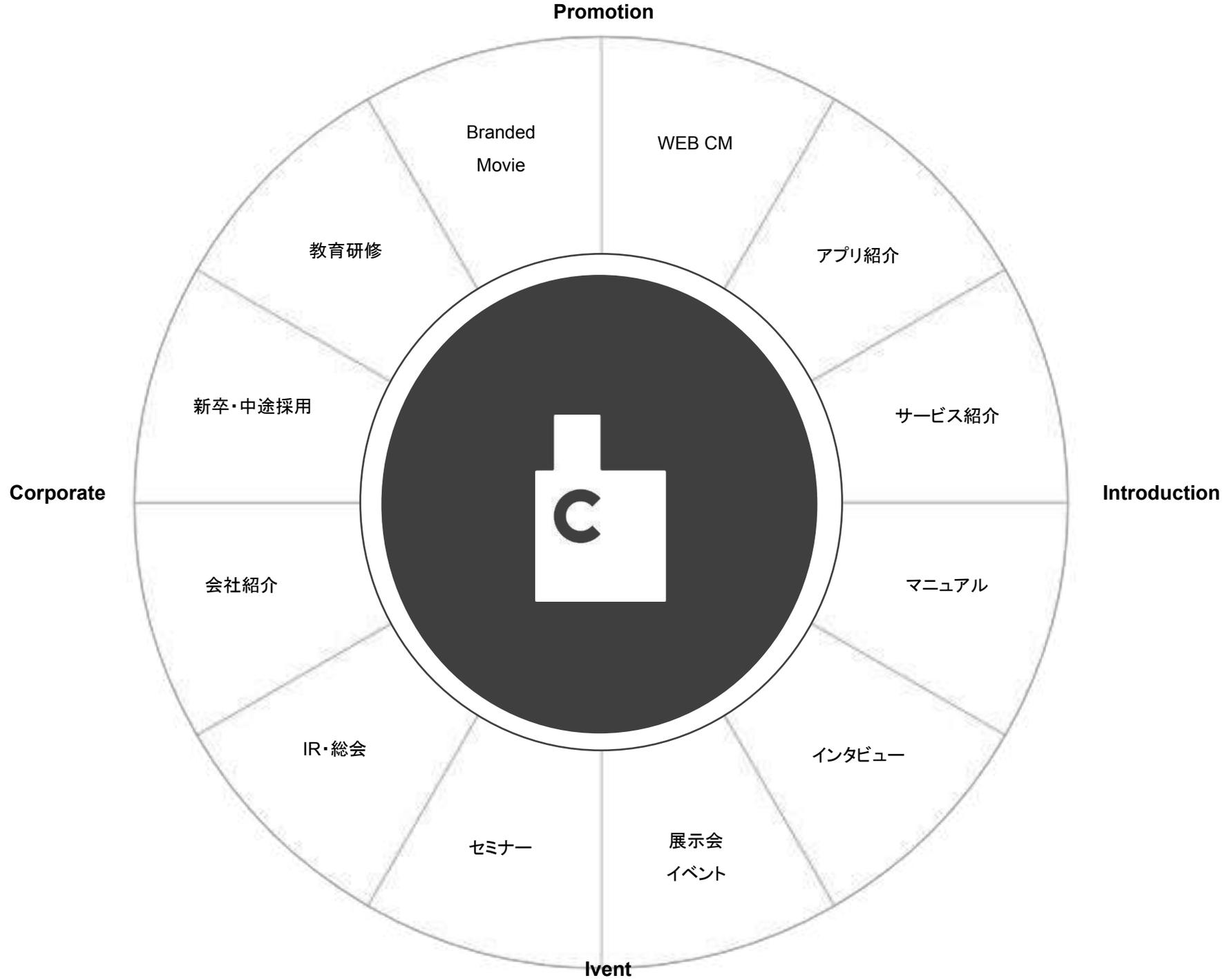
CINEMATO

弊社プロデューサー  
Team



100名以上の  
登録クリエイター

これまで1000本以上Web動画を制作してきたプロデューサーTeamが  
お客様のサービス、ビジネスを徹底理解し、ユーザーに届くクリエイティブを実現します。  
また、アニメーション、CG、実写、キャスティング、ロケーションetc動画制作に  
関わる全ての業務を一貫して承ります



# Chief producer TEPPEI SHIOGUCHI



新卒でデロイト・トーマツグループに入社。  
その後、株式会社ブルークスを共同創業、取締役に就任。

大手、メガベンチャー企業を中心に多数の webマーケティング  
プロデュースを手がける。アドテック関西では、  
動画マーケティングについてのスピーカーを務める。  
2017 youtube ads leaderboard下期受賞

現在株式会社 EXIDEA(エクシディア)にて、  
取締役CMOとして、クライアントのグロースハック、  
社内の事業開発を行っている。

【Client work】  
ジャパンネット銀行

TSUTAYA

富国生命保険

損保ジャパン日本興亜ひまわり生命

デンソー

JINS

タイムズ24

ロコンド

アトラエ 等



# Producer SHUN MIYAHARA



動画ベンチャーに入社後、最年少でマネージャーへ就任。

大手、メガベンチャーを中心に多数の動画マーケティングプロデュースを務める。

現在株式会社 EXIDEA(エクシディア)にてアカウントプランナーとして、動画マーケティングをはじめ、運用型広告、コンテンツマーケティング等、フルファネルで、クライアントサポートを実施している。

## 【Client work】

freee

キャンノン

JAL

同志社大学

メディアケア生命

メディーバ

ハウス食品

NEC 等



# Producer TAKASHI KUMAGAE



新卒でデロイト・トーマツグループに入社。  
その後、株式会社ブルークスの創業期にジョイン。

大手企業を中心に webCM、e-Learningコンテンツ制作等、  
年間約80本のプランニングを手がける。

現在株式会社 EXIDEA(エクシディア)にて、  
アカウントプランナーとして、動画マーケティングをはじめ、  
運用型広告、コンテンツマーケティング等、  
フルファネルで、クライアントサポートを実施している。

## 【Client work】

野村ホールディングス

ファーストリテイリング

コカ・コーラボトラーズジャパン

ビズリーチ

船井総合研究所

NTT

JCB

サイボウズ 等



# AI Advertising

より効果の出るソーシャル広告AIツール

世界中が評価する”kenshoo”を中心に動画広告のパフォーマンスを最大化

Facebook Instagramのアルゴリズムを熟知したkenshoo社だからこそ  
できる動画広告の最適化

kenshoo  
SOCIAL

SNS 広告

自動ビiddingツール

Facebookのアルゴリズムを構築したkenshoo社が提供するKenshoo Socialはソーシャル広告のための強力なツールです。キャンペーン業務を短時間で実行し、パフォーマンスを分析して業績を向上させるための時間を稼ぎます。

k ECOMM

Amazon 広告

自動ビiddingツール

kenshooE コマースは、売り手とブランドが大規模な商品主導型キャンペーンを作成、管理、予測、最適化することが可能です。Amazonの広告を新たな高みに導き、これまでにないような成果をもたらします。

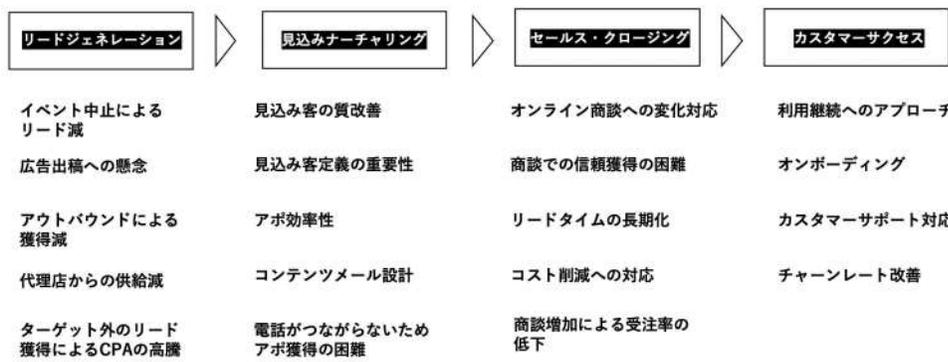
さらに現在注目されている動画広告枠も配信可能  
最適なプランニングを行います



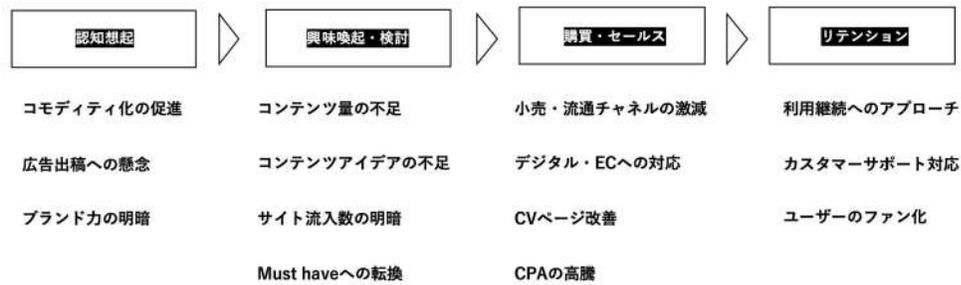
タクシー広告

THINK  
OUTSIDE  
THE BOX

## 動画コンテンツの理解と事業グロースハッカー強みを活かし 動画を使ったコンテンツ戦略をアドバイス



リードジェネレーション	見込みナーチャリング	セールス・クロージング	カスタマーサクセス
CVをベースにしたKWの見直し CVページのリライト CVページを上位表示させるためのミドルワード対策（コンテンツアップ） CVページの情報アップデート 動画によるCV改善（LP・SEO） 獲得系動画広告の運用 SNS社員個人運用 WP/オンラインセミナーコンテンツでの広告運用	ABM施策でのターゲット選定 ターゲットに向けたコンテンツ企画会議 メールマーケティング設計 MAによるメールマーク改善 ウェビナー施策 動画コンテンツDLによる見込み化 CV記事の作成 最新事例コンテンツの拡充	商談開始前の動画コンテンツによるサービス紹介 商談時に紹介する事例インタビューコンテンツ（記事・動画） デモ動画送付による見込み率増加 営業動画によるセールススキル強化 クロージングへのステップメール SFA/CRMの導入、フェーズ管理	オンボーディングコンテンツの改善 オンボーディングにおけるステップメール 利用促進のためのHow to動画 ナレッジコンテンツのアーカイブ化 他社事例の動画コンテンツ化 既存向けウェビナーコンテンツ クロスセルを目的とした営業ステップメール設計



認知・想起	興味喚起・検討	セールス・CV	リテンション
ブランドの見直し SNSでのブランド定義 共感・話題性を重視した広告コンテンツ（動画中心） インフォメーションルックエリ対策 PRコンテンツ ニュースコンテンツの創出 SNSでのアンバサダー施策	ミドルワードのKW戦略 インフォメーションルックエリへの動画挿入によるCV改善 構造化マークアップ 動画コンテンツマーク E-A-Tの高いコンテンツ作り（記事・動画） SNSでのオーガニック企画（共感コンテンツ） トレンドへのリフレーミング	CVポイントの変更 CVページのリライト 比較ワード対策 口コミ、評価系KW対策 SNS～web～ECの導線改善 オンライン1on1ツール・施策 広告KW～LP～CVポイントの導線改善 動画によるLPO改善	会員に対するMA メールマーケティング 利用促進のためのHow to動画 SNSでのファンマーケティング ターゲットの見直し 既存向け契約案内動画

## 株式会社ジンジブ/ジョブドラフトキャンペーン

### 対象商材

高卒採用に特化した求人メディア「ジョブドラフト」が対象。

### 目的

企業の掲載社数を増やす。

### ターゲット

高卒採用を以前実施したことがある企業の経営者、人事責任者

### 戦略

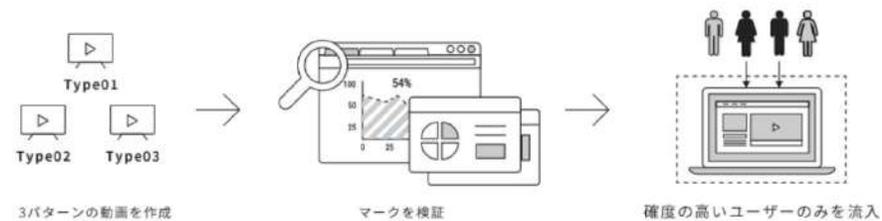
・動画マーケティング  
採用への関心が高まる、4月-6月の間に高卒採用に特化したサービスがあることを知ってもらい興味醸成狙った。

### 動画マーケティングの役割

ジョブドラフトの想起と、セッション

### ポイント

- ・クリエイティブポイント  
企業が高卒採用に感じている3つのインサイトを仮定し「高校生に直接アピールができない」「高校生が集まらない」「高校生のポテンシャルが気になる」3パターンの動画を製作。
- ・広告運用  
リターゲティング用のマークが溜まるまでに、飛ばし先、セグメント、配信媒体、配信日程、LPOを約2週間に1回のペースで検証。勝ちパターンを導き出し、マークが溜まった後は、リターゲティング拡張でより確度の高いユーザーのみを流入させた。





中野製薬様 caradeco Web CM



ジンジブ様 ジョブドラフト Web CM



free様 コーポレートロゴムービー



ポリリファイ様 生体認証サービス紹介



東京海上アセットマネジメント様 宇宙ファンド紹介映像



free様 クライアントインタビュー

