

出展パッケージ一覧

(税別)

出展パッケージ		プラチナ	ゴールド	シルバー
出展費用		450万円	280万円	100万円
募集社数		最大4社	最大10社	
展示ブース (※1)	ブースタイプ	デラックス	デラックス	スタンダード
	掲載コンテンツ数	10種類まで	6種類まで	3種類まで
講演 (撮影込) (※2)	講演タイプ	ライブ+オンデマンド	オンデマンド	—
	講演時間	30分まで	30分まで	—
	講演後のブース誘導	○	○	—
ブース集客/ 告知プラン	出展コマ位置	展示会場中央	展示会場前段	展示会場後段
	会場バナー掲載	○	—	—
	マスメールへの広告掲載	○	—	—
来場者リスト提供	訪問者ファイル提供	自社ブース+講演参加者	自社ブース+講演参加者	自社ブース来訪者

※1 追加ブースは一基30万円にて承ります(プラチナ・ゴールドのみ)

※2 追加講演は1講演当たり60万円(ライブ)、40万円(オンデマンド)にて承ります

※3 出展費用のうち、20%分はインフラ利用料として実費ご請求となります

バーチャルで実現する 日本初、環境ビジネス マッチング型イベント



ECO
PRO
BIZ

11

出展募集・出展準備のスケジュール

ご出展募集期間
(9月1日～11月12日)

ご出展準備期間
(11月17日～12月24日)

イベント開催期間
(11年1月17日～3月31日)

オンデマンド開催とは

イベント開催期間中、来場者はいつでも自由に会場内や出展内容を見て回る事が出来ます(=オンデマンド開催)。来場者とは適宜メール等を使ったコミュニケーションが可能です

ライブ開催とは - 2月4日(金) 予定

ライブ開催日は、全ての来場者と出展社が一同に会する日です。この日しか見られない各種イベントプログラムやライブ講演に加え、チャットや名刺交換等により来場者と出展社はリアルな商談が可能です

エコプロビジネス2011 出展ご案内

日本の環境課題の解決に向けた
受注機会&パートナー 創出へ

- ▶ 名称 エコプロビジネス2011
- ▶ 主催 日本経済新聞社デジタル編成局(予定)
- ▶ 会場 インターネット上のバーチャル会場
- ▶ 会期 2011年1月17日(月)～3月31日(木)
2月4日(金)にライブ開催
- ▶ 対象 環境製品及びソリューション導入決定者
- ▶ 来場 3,000名

お問い合わせ・お申し込みは

日本経済新聞社デジタル営業局

☎ 03-6256-7400 Fax 03-6256-7845

email ecoprobiz2011@nikkei.co.jp

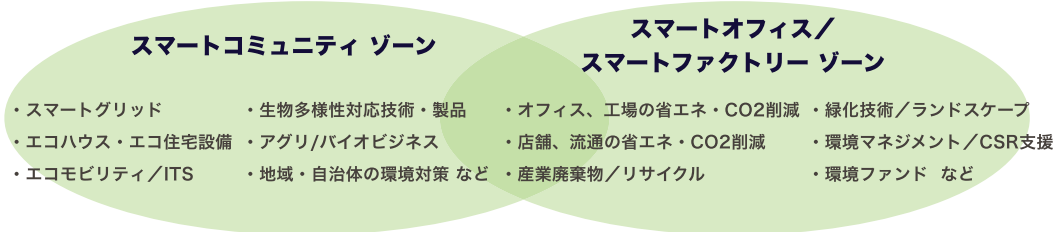


エコプロビジネスがカエル、環境ビジネスマッチングの新しい形

環境対策に関する社会動向、法改正や補助事業などの動きが高まるなか、自社のCO2削減対策やエコビジネスへの参加が活発化しています。本イベントは、日本最大級の環境展示会であるエコプロダクツ展から、企業間ビジネスに関連したテーマだけを抽出したビジネスマッチングイベントです。明確なテーマと多角的なプロモーションで貴社のビジネスチャンスを最大化します。

貴社ソリューションの受注機会と、パートナー創出の双方を実現するテーマ構成

本イベントでは、地域開発や社会インフラのエコビジネスを目的とする「スマートコミュニティ」と、個別企業のCO2削減や環境経営を目的とする「スマートオフィス/スマートファクトリー」の2つのゾーンから構成されます。供給⇔需要のエコビジネスのマッチングに留まらず、オープンイノベーションや企業間連携につながるプレゼンテーションを可能にし、優良な来場者と出展社様を結びつけ、最新の環境トレンドの事業化を支援します。



精緻な企画連動で来場意欲を促進

日経の持つ豊富なコンテンツから、本プログラムに向けて特別な企画連動が用意されています。ここだけでしか見られない人気コンテンツとウェブ・紙面の連動で多面的なエコビジネスを描き出します。

講演プログラム企画連動

媒体での企画連動

多角的なプロモーション計画

エコプロダクツ展の豊富な来場データに加え、現在も増え続ける日経IDをここに適切な来場ターゲットを設定します。さらに日経ID会員の属性と行動から「興味」自体をマッチングし、媒体連動を加えることで、日経グループの総合力を発揮した的確な集客を実現します。

50万人を超える日経IDより関連の部門・役職者を抽出

日経の各種コンテンツへの接触履歴から、「興味」をマッチング

日経グループの強みを活かした媒体連動

バーチャル空間がカエル、環境に優しく効果的なイベントの進化形

エコプロビジネスは最新のバーチャルイベント環境を用いてオンラインでの展示会・セミナーを実施します。検索とレコメンデーションを組み合わせ、来場者は素早く目的のコンテンツを発見できます。また遠隔地からも展示スタッフが参加できるので来場者の専門的な質問にも的確な対応が可能です。セミナーから自社展示ブースへの誘導も、バーチャル空間なら一瞬です。もちろんバーチャルだからこそ、日本中、そして世界中どこからでも参加でき、しかも環境に負担をかけません。B2B専用で作られた仕組みを使う事で、リアルイベントとの相乗効果で新しい価値を出展社様に提供します。

マッチングを支える仕掛け

エコプロビジネス会場では、環境技術の各分野に関心を持つ来場者と出展社のマッチングを促進すべく、検索やレコメンデーションの機能で来場者の関心と出展社を繋ぎます。また各講演終了時にはその出展社のブースに自動的に誘導するため、引き続き展示スタッフと質疑応答が可能です。ブースでのチャットや名刺交換によってリアルイベント同様に商談ができます。



※展示会場例

行動履歴把握で効果的な営業活動

バーチャルイベント会場内では来場者の活動は詳細に履歴として記録することが可能です。入退場、滞留時間、個別のブースや講演の訪問、誰と何を会話したのか、ダウンロードした資料等、潜在的なリードを発掘する為の重要なデータが収集・提供されます。



※オンラインレポート例

多彩な展示とコミュニケーション

エコプロビジネスの展示ブースは出展社と来場者のコミュニケーションの場として、スタッフの在席・チャットや名刺交換、アンケートの収集ができます。また出展社の各種カタログや外部ウェブサイト等の情報を展示する場でもあります。更に展示企業ロゴ掲載やプロモーション動画の掲載をすれば、企業のブランディングの場としても効果的です。



※展示ブース例

容易な出展準備、万全のサポート

エコプロビジネスの出展準備はとても簡単です。ウェブサイトから設定ツールに従ってデザインを選択、ロゴや掲載資料をアップロードするだけの簡単準備です。もちろん出展社様をサポートする体制も万全です。

※出展準備ツール例