

セミナー タイムテーブル

各セミナーのセッション番号をクリックいただくと、講演内容などの詳細ページへ遷移いたします。

| 6.19 [水] | | 6.20 [木] | | 6.21 [金] | |
|--|--|---|---|---|--|
| 基調・特別講演 | 専門セミナー | 特別講演 | 専門セミナー | 特別講演 | 専門セミナー |
| 10:00~11:30 | 10:00~11:30 | 10:00~11:20 | 10:00~11:30 | 10:00~11:20 | 10:00~11:30 |
| 【SP-K】マーケティング展望 | 【SP-1】デジタル時代のDM戦略 | 【SP-S1】コミュニケーション戦略 無料 | 【WS-2】SNS活用 | 【WS-S2】EC戦略 無料 | 【SO-2】電子マネー・ポイント活用 |
| シンフォニーマーケティング (株) 代表取締役 庭山 一郎 バナソニック (株) コネクティッドソリューションズ社 常務 山口 有希子 なぜ今、ここまでのマーケティング改革が必要なのか？ | (株) 生活総合サービス 経営管理部 リーダー 戸田 良輝 年間2,000万円の売上アップ！「すっぽん小町」のDM戦略を大公開 富士フイルム (株) e戦略推進室 マネージャー 一色 昭典 富士フイルムが挑むデータドリブンによるDM戦略 | (株) メルカリ マーケティンググループ シニアマーケティングディレクター 南坊 泰司 フリマアプリからライフインフラへ アプリから消費行動を変える存在へ変化するメルカリのブランド戦略 | 井村屋 (株) 商品営業企画部 部長 Twitterは「となりの井村屋さん」になること。 牛乳石鹸共進社 (株) マーケティング部 課長 春名 洋至 90周年を迎えた「カウブランド赤箱」のリブランディングとSNS戦略 | アスクル (株) BtoCカンパニー 取締役 COO 吉岡 晃 LOHACOが目指す持続可能な共創eコマース アマゾンジャパン (同) Amazonビジネス事業本部 事業本部長 石橋 憲人 進化するアマゾンが考える B2B ECとアマゾンの戦略について | (一社) キャッシュレス推進協議会 事務局長 常務理事 福田 好郎 キャッシュレスのメリットとは？ 日本の店舗がこれから取るべき施策 |
| | | | | | |
| | | 12:20~13:40 | | | 12:15~13:45 |
| 12:30~13:50 | 12:30~14:00 | 【SO-S2】集客戦略 無料 | 12:30~14:00 | 12:30~14:00 | 【WS-3】広告効果測定 |
| 【WS-S1】デジタルマーケティング 無料 | 【SO-3】インバウンド対策 | (株) 吉野家 CMO 田中 安人 創業120周年吉野家CMOが考える、これからのマーケティング戦略とカスタマーエクスペリエンス (株) SHIBUYA109エンタテイメント 代表取締役社長 木村 知郎 SHIBUYA109のリブランディングから見る集客戦略 (仮) | 【SP-2】コラボマーケティング | 【SP-S2】プロモーション戦略 無料 | (株) 船井総合研究所 エグゼクティブ経営コンサルタント 大山 広倫 広告効果測定からマーケティング戦略を見直す方法！ ジョンソン・エンド・ジョンソン (株) コンシューマーカンパニー マーケティング本部 アソシエイトマネージャー 安藤 尚人 広告効果測定を踏まえたリスティングのマーケティング戦略 |
| スマートニュース (株) 執行役員 西口 一希 4,000万DLを突破した、スマートニュースの統合マーケティング (株) サイバーエージェント インターネット 広告事業本部 販促革命センター 局長 高橋 篤 購買起点の“デジタル販促”における今とこれから | (株) バルコ CRM推進部 業務課長 山口 豪 バルコのインバウンド戦略 ～「旅ナカ」消費の商機を捉えるモバイル集客～ (株) タカラトミーアーツ ガチャ・キャンディ事業部 営業課 マーケティングチーム エキスパート 森川 修 訪日外国人になぜ人気？ タカラトミーの“空港ガチャ”はどのように生まれたのか | | (株) スペースマーケット マーケティングチーム 堀田 遼人 スタートアップのスペースマーケットが実践する共感性コラボマーケティングとは 京浜急行電鉄 (株) 鉄道本部 運輸営業部長 櫻井 和秀 今注目の“鉄道コラボ”から学ぶ、話題を呼ぶプロモーション戦略とは | ボルシェ ジャパン (株) 執行役員 マーケティング部長 山崎 香織 「ボルシェ」のブランド価値創造 ～デジタル時代の体験・共感の生み出し方～ LINE (株) 執行役員 広告ビジネス担当 池端 由基 LINEが実現した店頭販促のデジタル化と次の展開 | |
| | | | | | |
| | | | | 14:40~16:00 | 14:30~16:00 |
| 14:50~16:10 | 15:00~16:30 | 【SE-S】AIで実現する営業改革 無料 | 15:00~16:30 | 【AD-S】広告戦略 無料 | 【SP-3】ヒット商品の販促企画 |
| 【SO-S1】店舗ブランディング 無料 | 【WS-1】動画マーケティング | (株) セールスフォース・ドットコム 取締役 副社長 古森 茂幹 営業を変える3つのトレンド ～人工知能/インサイドセールス/カスタマーサクセス～ 日本オラクル (株) クラウド・アプリケーション事業統括 CXクラウド事業本部 本部長 桑野 祐一郎 営業活動を加速する新しいサイエンス AI×データドリブンセールス | 【SO-1】売り場づくり | 【AD-S】広告戦略 無料 | 資生堂ジャパン (株) パーソナルケアマーケティング部 ブランドマネージャー 中石 尚吾 若者に支持され続けるシーブリーズのブランド戦略 ライオン (株) ヘルス&ホームケア事業本部 ブランドマネージャー 柳田 洋頭 若者のインサイトを掴んだ「NONIO」のマーケティング戦略 |
| ハウステンポス (株) 取締役 マーケティング部 部長 関 好古 8年で来場者が倍増！ハウステンポスはいかにブランドを築いたのか アパホテル (株) 代表取締役専務 元谷 拓 アパホテルの独創的経営戦略 | キリンホールディングス (株) デジタルマーケティング部 兼 ヘルスサイエンス事業部 デジタルマーケティング担当 田中 圭衣 キリンの大ヒット動画にみる、Web動画を活用したブランドコミュニケーション ユニリーバ・ジャパン・サービス (株) ブランドマネージャー 板倉 拓摩 累計再生回数1,403万回を達成！LUX新商品の動画活用のポイント | | すごはん 販促シナリオライター 増澤 美沙緒 山積み商品が棚から消えた！？すごい手書きPOPの書き方とは 全P連 研究員 八住 敦之/研究員 関戸 康嗣 POPでつたえる「記憶に残る」購買体験とそれにまつわるちょっとした発想法 | UQコミュニケーションズ (株) 営業部門 販売促進部長 西山 暢一 格安スマホUQモバイル、ヒットの舞台裏にあった広告戦略 楽天 (株) 執行役員 紺野 俊介 デジタルマーケティングが切り拓く新しいオフライン購買 | |
| | | | | | |
| | | | | | |

敬称略。講師・プログラムが変更になる場合、およびテキスト配布のない場合もございます。なお、掲載枠の都合上 講師の役職・所属・講演タイトルを省略している場合がございます。(2019年5月7日 現在。)