

9:00 ● 受付

9:30-10:30 ● Top Executive Guest Speech 今後のマーケティング戦略におけるトップマネジメントの考え方

ソニーのマーケティング戦略 ～ソニーファン創造にむけたデジタルマーケティング～

- ソニーのチャレンジ
- ソニーのマーケティング戦略
 - コミュニケーション戦略の進化 ～プロダクトマーケティングとカスタマーマーケティングへ～
 - リアルとネットの融合 ～デジタルマーケティング事例～
- ソニーファン創造にむけて

ソニーマーケティング株式会社 代表取締役社長 河野 弘 氏

プロフィール 1962年6月11日生まれ。1985年4月ソニー(株)入社。米国欧州など海外の家電市場のセールスマーケティングに携わる。米国でのeコマースビジネスの責任者、(株)ソニー・コンピュータエンタテインメントジャパンアジアのプレジデントなどを歴任。現在、ソニーマーケティング(株)代表取締役社長に就任しグローバルのデジタルマーケティング戦略、並びに国内のセールスマーケティングを担当する。



講演内容のポイント

継続的な顧客価値創造に向け、デジタルの活用と強化、リアル店舗の戦略的な位置づけや狙いは、その特性をどのように活かしていくべきでしょうか。米国欧州などのセールスマーケティングやeコマースビジネスでのマネジメントのご経験を有し、現在、グローバルのデジタルマーケティング戦略、そして国内のセールスマーケティングを統括する役割を担っていらっしゃる河野様より、マーケティング戦略全体を考えるうえで、「マネジメント層が押さえておくべきポイント」などに触れていただきながら、自社のお取り組みとともにお話しいただきます。

10:30-11:20 ● Main Sponsor Speech AI × マーケティングの最前線! × 国内外の先進事例

IBM Watsonが加速するデータ・ドリブン・マーケティング

本講演では、IBM Watson Marketingの国内外の事例と共に、コグニティブ・マーケティングの実現に向けて企業が準備すべきポイントについて解説します。

- デジタルマーケティングとWatsonマーケティングの違いとは?
- IBM Watsonを活用したマーケティングの事例を紹介
- Watsonをマーケティングに活用するために今から準備すべき事とは?

日本アイ・ビー・エム株式会社 コグニティブ・マーケティング & コマース事業部 事業部長 樋口 正也 氏

プロフィール 新潟県出身。京都大学工学部卒。日本IBM1993年入社。大和研究所、本社等にてソフトウェア関連事業、クラウド・コンピューティング事業の立ち上げを行い、2009～2010年に米国本社に赴任。2011年の震災直後より東北の復興支援、スマートシティ事業などに関わり、2012年より東北支社長、2013年北海道・東北支社長、パートナー・アライアンス事業部ソリューション事業部長、Watson事業部 EcoSystem担当 事業部長、コグニティブ・ソリューション事業 常務補佐を経て、現職。



講演内容のポイント

デジタルマーケティングの企業での浸透とともに、今、AI(人工知能)技術のマーケティング分野での活用が急速に進んでいます。その背景には、デジタル時代の戦略としてデータ活用で差別化を図り、顧客に対し新たな価値を届けることが急務になっているからではないでしょうか。本講演では、AIの代名詞ともいえるべきIBM Watsonが企業のマーケティング施策において担う役割、可能性をご紹介いただくとともに、IBM Watson Marketingの国内外の先進的事例と共に、皆様がこれからAI活用に向けて準備を整えておくべき、3つのポイントについて解説いただきます。

11:20-11:25 ● Rest Time

11:25-12:25 ● Special Guest Speech データ分析の考え方と実行へ移すプロセスを整理する

小売・流通・EC業界のためのデータを価値に変える方法

従来、データ分析は一部の専門家だけのものでしたが、近年全てのビジネスマンにとって必須スキルと言っても過言ではないものになっています。しかしながら、「どう分析するか」についての専門書は数多存在していても「何を分析するか」「分析結果をどう活かすか」という点についての知識はまだ日本に普及していません。本講演では小売・流通・EC向けにデータ分析を利益に繋げるために何をすべきかをお伝えしたいと思います。

統計家 西内 啓 氏

プロフィール 東京大学大学院医学系研究科医療コミュニケーション学分野助教、大学病院医療情報ネットワーク研究センター副センター長、ダナファーマー／ハーバードがん研究センター客員研究員を経て、2014年11月より株式会社データバークルを創業。自身のノウハウを活かしたデータ分析支援ツール「Data Diver」などの開発・販売と、官民のデータ活用プロジェクト支援に従事。著書に『統計学が最強の学問である』、『統計学が最強の学問である[ビジネス編]』(ダイヤモンド社)、『統計学が日本を救う』(中央公論新社)などがある。



講演内容のポイント

35万部突破のベストセラー『統計学が最強の学問である』の著者であり、流通・サービス業のデータ分析に明るい西内啓氏。今回、データ分析を利益に繋げるため、ビジネスの現場での実際の手順や活用に当たっての実践的ヒントをお話しいただきます。皆様が直面するビジネスの現場で行うべきデータ解析方法や理解促進への一助となれば幸いです。

12:25-13:05 ● Lunch Time ※会場内にてお弁当をお配り致します。

13:05-13:45 ● Sponsor Speech Web・ECにおけるデータアナリティクス最前線!

Webサイト行動履歴と企業データを統合して成果を出すためのアナリティクス ～プライベートDMPで統合されたデータから顧客分析・売上に つなげた事例～

- Web行動履歴と顧客データをプライベートDMPへ統合
- 顧客行動履歴を機械学習して、顧客へ最適なアプローチ
- 統合したデータから顧客を可視化して、施策立案・成果を出した事例

株式会社アクティブコア 代表取締役社長 山田 賢治 氏

プロフィール パッケージベンダーにて顧客サポート・開発部門に従事。データベースカーネルの開発、海外勤務を経験後、データウェアハウス(DWH)事業の立ち上げ、BIシステムの導入・設計・開発に携わる。大手企業のDWH提案・設計・開発・構築を担当。インターネット系ベンチャーの技術部長を経て 2005年にアクティブコアを設立、代表取締役社長に就任。アクティブコアの経営全般および全製品のエンジン設計・開発を担当。特許技術保持者。



講演内容のポイント

『EC』という『デジタル時代を象徴する売り場』は、特にB to Cの商材を扱う企業にとって、もはや切っても切り離せない時代です。ここから顧客データを分析し、売上向上につなげる施策は今後の企業戦略にとって非常に重要なファクターと捉えられつつも、面倒で難しい作業であり、多くの企業が実践へ二の足を踏んでいます。本講演では、この課題解決へのアプローチをご紹介しますとともに、実例をヒントに解決の糸口を探ります。

13:45-14:45 ● CASE I 顧客との新たな接点づくり、顧客への新たな提供価値

コミュニケーションからサービスへ。 コカ・コーラ社が取り組む次世代デジタルマーケティング戦略とデータ活用事例

- 生活者との新たな接点づくり
 - ～デジタルマーケティングプラットフォームを活用したロイヤリティの向上
- 購買時の新たな体験を育むための、データ分析
- これまでの成果と今後の展望

日本コカ・コーラ株式会社 マーケティング本部 IMCiマーケティング 統括部長 豊浦 洋祐 氏

プロフィール 2001年にP&G Japanに入社。デジタルマーケティングを統括。2009年にNIKE Japan入社。デジタルマーケティングの責任者を経て、ランニングカテゴリーの広告クリエイティブ、メディア、デジタル全般の消費者コミュニケーション開発を担当。2013年に日本コカ・コーラ入社。iMarketing統括部長として、オウンドメディア、ソーシャルメディアを含むデジタルマーケティング全般を統括。



講演内容のポイント

2016年4月に、新たな購買体験を提供するデジタルマーケティングプラットフォームとしてサービスを開始した「Coke ON」。このサービス開始の背景には、メーカーとして生活者／消費者との接点づくりをマーケティングの最大の課題と捉え、認知拡大の一環としてのテレビCMを中心とした従来のマーケティング施策を行うと同時に、新たな独自接点づくりが、デジタル施策を通じて構築できるかを日々強く求められているという危機感があったそうです。本講演では、この施策をマーケティング面からマネジメントし統括されている豊浦様をお迎えし事例ご紹介をいただくとともに、「Coke ON」を媒介して新たな体験を育むためのデータ分析や、これまでの成果、そして今後の展望についてお話しいただきます。

14:45-15:00 ● Coffee Break

15:00-16:00 ● CASE II

※調整中
※最新の情報は、お手数ですが「右記URL」よりご確認ください。 ▶ <http://www.b-forum.net/analytics2017>



16:00-17:00 ● CASE III 最新テクノロジー活用で目指す、新たな価値提供の方法とは

パルコが挑む、次世代型の接客 ～最新テクノロジー活用で実現する新たな価値提供の取り組み～

- 「POCKET PARCO」を駆使した、新たな顧客分析とデジタル販促施策
- 新しいことに挑戦するうえで大切にしているポイント
- これまでの課題と今後の展望

株式会社パルコ 執行役員 WEB/マーケティング部、メディアコミュニケーション部担当 林 直孝 氏

プロフィール パルコ入社後、全国の店舗、本部及び、Web事業を行う関連会社(株)パルコシティを歴任。現在、店舗のICT活用やハウスカードとスマホアプリを連携した顧客マーケティングを推進する「WEB/マーケティング部」と、メディア戦略立案とセールスプロモーションを実行する「メディアコミュニケーション部」を担当。2015年 CNET Japan CMO Awardを受賞。



講演内容のポイント

AI(人工知能)を駆使したスマホアプリを活用など、パルコにおける、デジタル戦略や最新技術を使った新たなサービスを次々と繰り出し、挑戦を続けていらっしゃるのが、林様です。スマホアプリ「POCKET PARCO」で挑まれている、デジタルで顧客とつながる“新たな接客”へのお取り組み事例のご紹介とともに、過去のご経験に裏打ちされたマネジメントスタイルや、デジタル戦略を推進するうえでのリーダーの役割などについて、お話しいただきます。

17:00 ● 終了

流通 小売 EC業界 向け アナリティクス フォーラム

他社と差別化する データ・ドリブン・マーケティング

～迫るAI時代における 『データ活用』と『マーケティング戦略』とは～

