

# Digital Velocity Tokyo 2019

～顧客データ戦略でデジタル変革を創る～

開催日時

2019年10月24日(木) セミナー 13:00-18:10(受付12:00開始) 懇親会 18:20-20:00

会場

グランドハイアット東京 ※詳細は受講票に記載させていただきます。

〒106-0032 東京都港区六本木6-10-3

アクセス 東京メトロ 日比谷線「六本木駅」1C番出口より 徒歩3分 / 都営地下鉄 大江戸線「六本木駅」3番出口より 徒歩6分

参加定員

150名(完全事前登録制) / 無料ご招待 ※申込み多数の場合は抽選とさせていただきます。

参加対象

企業のマーケティング部門責任者様、IT部門責任者様、データ戦略責任者様、デジタル戦略責任者様、および管理職の方々など

主催

Tealium Japan 株式会社

スポンサー

プラチナスポンサー

NTT DATA

TIS  
TIS INTEC Group

HAKUHODO

ゴールドスポンサー

IMJ  
Part of Accenture Interactive

シルバースポンサー

DAC Consortium

ブロンズスポンサー

trans  
cosmos  
people & technology

開催趣旨

Tealium(ティーリアム)は、グローバルで900社のデジタルトランスフォーメーションを支援する、リアルタイム顧客データ統合ソリューションの世界的リーダーです。Digital Velocity(デジタル ベロシティ)は、毎年アメリカ、イギリス、シドニー、東京で開催し、デジタルエクスペリエンスや顧客データ業界の第一線で活躍する特別ゲストを交え、様々な業界の最先端事例をご紹介します。

今年4回目となるDigital Velocity Tokyo 2019は、日本ロレアルにて日本初のCDO就任および「Japan CDO of The Year 2017」を受賞、現在LHD JapanにてCDO兼執行役員を務める、長瀬次英氏による特別講演や、Tealiumユーザー企業様としてエトヴォスCOOの田岡敬氏の事例講演をはじめ、Tealium経営陣によるグローバルの最新情報の発表や、お客様同士のネットワーキングをお楽しみいただけます。お席に限りございますので、お早めにお申し込みください。皆様のお越しを、Tealiumスタッフ一同、心よりお待ちしております。

協力：株式会社ビジネス・フォーラム事務局



プログラム詳細・ご登録はこちらから

<http://www.b-forum.net/dvt2019>



お問い合わせ先・発送元：株式会社ビジネス・フォーラム事務局 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-2 センタークレストビル9F  
TEL:03-3518-6531(受付時間9:30～18:00 ※土・日・祝日を除きます)

13:00 - 13:05

開会のご挨拶

Tealium アジアパシフィック VP &amp; GM ニック・デニス

13:05 - 13:15

キーノートセッション

ザ フューチャー オブ データ

同時通訳あり

TealiumのCEO、ジェフ ランスフォードが、業界の動向と「顧客データの未来」についての見解を解説し、Digital Velocity Tokyoの最初のセッションをスタートします。

## Tealium CEO ジェフ・ランスフォード

**プロフィール** テクノロジーとインターネットの分野で、20年以上にわたり管理職とリーダー職を経験。前職は、Limelight Networksの社長、CEO、会長。2007年同社の株式を公開し、IPOで2億4千万ドルの資金調達に成功した。2003年から2006年までWebSideStoryのCEO。SaaS型ウェブ分析のパイオニア企業である同社は2004年に株式公開、現在はAdobe Systemsの傘下にある。それより以前は、ソフトウェア開発ツール会社TogetherSoftのCEO。同社はのちにBorland Softwareに売却。元海軍飛行士。ジョージア工科大学にて情報およびコンピュータサイエンスの理学士号(B.S.)を取得。



13:15 - 13:45

特別講演

デジタルペロシティを生み出す企業文化の創り方 ~D2C時代の顧客価値提供のカギ~

オフライン、オンラインの垣根に関係なく、ユニリーバ(リプトン)の商品開発時代からインスタグラム事業、ロレアル、そして現在に至るまで、常に「目の前の顧客とのつながり」にフォーカスしてきた長瀬氏。2015年に日本ロレアルにて日本初のCDO(チーフデジタルオフィサー)に抜擢され、最先端を突き進んできたからこそ見えてきた、これからの企業の在り方、そして顧客への価値提供のカギについてお話いただきます。

- すべては「現場」で起きている!
- 顧客の「いま」のニーズを共有できる基盤を整備せよ!
- 目の前の個客の「いま」のニーズを汲み取れ!
- 社員全員がCDOになる組織を目指せ!

## 元日本ロレアル CDO(日本初CDO) 元インスタグラム日本事業責任者 長瀬 次英 氏

**プロフィール** JWT、ユニリーバ、インスタグラム日本事業責任者を経て、2015年に日本ロレアルにて日本初のCDOに就任。同社のデジタル変革を手がけ、2018年1月に「Japan CDO of The Year 2017」を受賞。現在、LDH JAPANにてCDO兼執行役員。Forbes・Japan(2017年12月号)で「カリスマCxO」の一人として特集され、現在は同誌のオフィシャルコラムニストも務める。史上初2年連続アド・テック東京(2017&18)で#1スピーカーを受賞。



13:45-14:05 休憩

14:05 - 14:45

キーノートセッション

Tealium 製品ロードマップ

同時通訳あり

Digital Velocityで毎回人気セッションの一つとなっているTealium製品ロードマップ。Tealium創業者兼CTOである、マイク アンダーソンが、今後のTealium製品についてお話しします。

## Tealium 創業者 兼 CTO マイク・アンダーソン

**プロフィール** 2008年にTealiumを設立し、チーフ設計者として、市場をリードするタグ管理システムの設計を手がけ、マーケティングプラットフォームを統合。前職はWebSideStory(現Adobe Systems)のコア構築チーム所属シニアエンジニア。同社ではプロフェッショナルサービスチームを構築し、リーダーとしてDisney、Best Buy、Target、Cisco、Citi、FedEx等の解析タグ導入の管理業務に当たった。カリフォルニア大学サンディエゴ校で電気工学、カリフォルニア州立大学サンマルコス校でコンピュータサイエンスを学んだ。



14:45 - 15:15

事例紹介セッション 1

MAとデータ活用の変遷、そしてTealiumとの連携で目指す未来

ファンケルでは2013年からMAを導入しデータ活用のノウハウを蓄積してきましたが、今年Tealiumとの連携を開始し、新たなフェーズを迎えています。このセッションでは、同社におけるデジタルトランスフォーメーションを牽引する長谷川氏に、以下のポイントについてお話いただきます。

- MAとデータの活用における苦労と成果。
- これまでのマーケティングにリアルタイム性を求めたワケ。
- デジタルで紡ぐ未来展望。

## 株式会社ファンケル 通販営業本部 ダイレクトマーケティング部 ネットCRMグループ 課長 長谷川 敬晃 氏

**プロフィール** 2003年ファンケル入社。同社のECサイト運営やリニューアル、Webサービスのシステム開発を主に担当する他、外部ECモールへの公式店出店にも携わる。スマホアプリやマーケティングオートメーションの立ち上げをはじめ、同社のデジタルマーケティングやテクノロジー導入プロジェクトを牽引している。



15:15 - 15:45

事例紹介セッション 2

※詳細はWebサイトからご確認をください

15:45-16:05 休憩

16:05 - 16:35

事例紹介セッション 3

※詳細はWebサイトからご確認をください

16:35 - 17:05

事例紹介セッション 4

リテンションに賭ける

同時通訳あり

顧客獲得には、顧客維持の5倍のコストがかかります。しかし、44%の企業は顧客獲得に集中し、わずか18%の企業が顧客維持に集中しています。もし貴社の戦略を180度変えてみたら何が起るでしょうか。オーストラリアのプレミアインターネットベッティングおよびエンターテインメントサイト、Sportsbet(スポーツベット)はまさにそれを実践しています。世界で最も競争が激しいと言われる業界で、データとテクノロジーを活用しながら、顧客中心主義のアプローチを実践しています。本セッションでは、次のことについてお話いただきます。

- なぜSportsbetが顧客獲得におけるリーダーでありながら、顧客ライフサイクル、タイムベースジャーニー、そして顧客リテンションに戦略をシフトしたのか
- 継続的、包括的なカスタマービューを持つことと、全てのタッチポイントでエンゲージメントと支持を得ることの重要性
- データとテクノロジーによって、どのようにSportsbetがより顧客を理解し、効果測定を実現できたか
- どのようにして非常に競争が激しくペースの速い業界で、Sportsbetが倫理的に顧客エンゲージメントとロイヤリティを高めることができたのか

## Sportsbet ヘッドオブパーソナライゼーション ジェフ・ハウランド 氏

**プロフィール** ハウランド氏は、ECおよびメディア業界で10年以上にわたり統合的なマーケティングキャンペーンに携わってきた経験があります。デジタルマーケティングと製品開発に加え、テクノロジー領域の幅広い知見があり、高い分析力と顧客体験を最適化するための深い顧客理解を武器に、現在Sportsbet社のデジタルマーケティングをリードしています。



17:05 - 17:35

事例紹介セッション 5

※詳細はWebサイトからご確認をください

17:35 - 18:05

事例紹介セッション 6

購買分析から始める Tealium 最大活用

長年に渡りダイレクトマーケティングおよびECに携わってきた田岡氏。ニトリからエトヴォスのCOOに就任し、同社の成長戦略を担う田岡氏はTealiumを最大限活用するためECにとっての重要な4つの施策の優先順位を抑えた上で、「購買分析」がカギと語る。本セッションでは、リアルタイムにOne to Oneコミュニケーションをする際の購買履歴の重要性についてお話頂きます。

- ECにとって重要な4つの柱
- オムニチャネルでのリアルタイムなOne to Oneコミュニケーション
- 購買履歴の分析と活用
- エトヴォスでのTealium活用事例

## 株式会社エトヴォス 取締役 COO 田岡 敬 氏

**プロフィール** リクルート、ポケモン法務部長&US子会社SVP、マッキンゼー、ナチュラルローソン執行役員、IMJ常務執行役員、JIMOS代表取締役社長、ニトリホールディングス上席執行役員を経て現在化粧品会社エトヴォス取締役COO。現在アジェンダノートにてインタビューとして連載企画「ビジネスにイノベーションを起こす「思考法」」を担当。



18:05-18:10 セッションクロージング

18:20-20:00 懇親会 &amp; Digital Velocity アワード