

Customer Community Forum

“企業”と“顧客”をつなぐ IT×コミュニティによる変革

～お客様体験のデザインによる顧客ロイヤリティ向上～



開催日時

2016年7月4日(月) 14:00～17:20(受付/13:30～)

会場

JPタワーホール&カンファレンス 5階 カンファレンスルーム B (東京駅 丸の内)

〒100-0005 東京都千代田区丸の内二丁目7番2号 JPタワー・KITTE 5階

[アクセス] JR東京駅 徒歩約1分

丸の内線東京駅 地下道より直結

参加定員

150名(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

全業種の経営層および経営企画、商品企画、販売企画・販売戦略、マーケティング部門などの管理責任者の方々

開催趣旨

昨今の様々なモバイルツールやソーシャル、IoT 技術の急激な普及により顧客接点が複雑化し、企業と顧客のコミュニケーションのあり方も日々変化しています。さらに、商品やサービスのコモディティ化により、機能やスペックによる他社との差別化が難しくなっている中で、企業は顧客と新しいカタチでつながり、顧客に感動を与える新しい体験を提供することで、ロイヤルカスタマーやファンを増やして長期的な“つながり”を構築し、顧客生涯価値(LTV:ライフタイムバリュー)の向上と継続的な売上成長を維持することが1つの大きな課題となっています。

様々な顧客接点において“顧客”と“企業”が、さらには“顧客”と“顧客”がつながり、今までにない新しい体験をお客様に提供するためには、どのような仕組みが必要なのでしょう。

本セミナーでは、お客様のロイヤリティを高め、ライフタイムバリューの最大化と継続的な売上成長を実現するためのカスタマーコミュニティ・プラットフォームとその有効性について、最新のお客様取り組み事例を交えてご紹介します。

共催: 株式会社セールスフォース・ドットコム 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/ccf>



13:30

受付

14:00

特別講演

サービス・マネジメント：「価値づくり」の未来

皆さんの中には、これまでに「サービス・マネジメント」という言葉をお聞きになったことがある方はいらっしゃるでしょうか。経営学においても比較的新しい領域である「サービス・マネジメント」は、サービス業だけを対象とした研究でもなければ、学術成果のみを目指す学問でもありません。「脱コモディティ化」、「製造業のサービス化」、「モノのインターネット」などの現象に見られるように、サービス企業にとっても、モノづくり企業にとっても、従来の産業の垣根を超えて「サービス・マネジメント」の重要性が高まりつつあります。

本セッションでは、まず、現在、地球規模かつ数十年単位で進む変化を3つのキーワード

- 「SHIFT」（世界経済のサービス化の進展）
- 「MELT」（産業の垣根がますますあいまいになりつつある）
- 「TILT」（世界経済の重心が北半球から南半球に傾きつつある）を通して紹介します。



一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 准教授 藤川 佳則 氏

プロフィール

一橋大学経済学部卒業。同大学院商学研究科修士。ハーバード・ビジネススクールMBA（経営学修士）、ペンシルバニア州立大学Ph.D.（経営学博士）。ハーバード・ビジネススクール研究助手、ペンシルバニア州立大学講師、オルソン・ザルトマン・アソシエイツ（コンサルティング）、一橋大学大学院国際企業戦略研究科 専任講師を経て現職。専門はサービス・マネジメント、マーケティング、消費者行動論。Harvard Business Review (Harvard Business Press), 『一橋ビジネスレビュー』（東洋経済新報社）、『マーケティング革新の時代』（有斐閣）、『マーケティング・ジャーナル』（日本マーケティング協会）などに執筆。訳書に『心脳マーケティング』（ダイヤモンド社、2005）がある。経済産業省「産業構造審議会 サービス合同小委員会」委員、「サービス・グローバル研究会」委員、サービス産業生産性協議会「ハイ・サービス 300選」委員、「日本版顧客満足度指数」開発グループ、文部科学省「サービス・イノベーション人材育成推進プログラム」委員、など。

15:00

salesforce講演

唯一の顧客体験を演出するコミュニティの世界

～お客様起点で始まるビジネスの新しいカタチ～

ソーシャル、モバイル、IoTの技術が当たり前となる現在、企業においてもお客様との“つながり”方に全く新しい形が求められています。お客様にとって唯一の顧客体験を提供しロイヤリティを高め永続的な友好関係を築き、結果としてお客様のLTV（Life Time Value）を向上させ企業の持続的な成長を実現する。昨今そういったビジネスのカタチが求められてきています。

当セッションではSalesforce Community Cloudの最新事例を通じて、新しい形の顧客エンゲージメントモデルについて解説します。



株式会社セールスフォース・ドットコム

セールスエンジニアリング本部 プリンシパルソリューションエンジニア 山瀬 浩明

15:45-16:00

ご休憩

16:00

企業事例講演 I

顧客ロイヤリティをデザインする

「二世帯プライベートFP」というサービスコンセプトを元に、いかにお客様と長く近いつながりを築き、それを続けていけるか、そこを中心に考えたとき、どのようにお客様との接点、価値、関係、組織をデザインしていくか、その考え方と具体的な取り組み、成功・失敗談について紹介します。

GAIA株式会社 取締役 兼 CMO 麻生 陽平 氏

プロフィール

三菱電機株式会社にてモバイル端末企画に従事。2001年よりWalt Disney Japanにて、マーケティングおよびオンラインプロデューサーを歴任。BtoCサービス開発、CRM、Disney Storeの再建にも携わる。2012年度日本創造学会論文賞受賞。2013年慶応義塾大学大学院SDM研究科イノベーション・デザインプログラム非常勤講師を担当。同年GAIA株式会社 取締役兼CMOに就任。



16:40

企業事例講演 II

麒麟デジタルマーケティングの取り組み事例のご紹介

- 「麒麟ビール カンパイ会議」活用事例
- 「麒麟ビール ソーシャルメディア」活用事例

麒麟株式会社 CSV本部デジタルマーケティング部 デジタルマーケティング担当 小川 直樹 氏

プロフィール

92年入社。04年以降、メールニュース・地域情報ページ・オンラインショップ・「ワインすき!」コミュニティを担当。12年に7つのSNSを垂直立上げ、麒麟一番搾り一生分プレゼントCP・麒麟チャレンジカップカンパイゴール!CPを実施。現在は、コアファン向けコミュニティ「カンパイ会議」を企画運営中。



17:20 終了