

Tealium Conference

Digital Velocity Tokyo 2018

開催日時

2018年11月15日(木) 13:00 ~ 17:25 17:30 ~ 20:00 (受付開始 12:00~)

会場

ザ・リッツ・カールトン東京 〒107-6245 東京都港区赤坂9-7-1東京ミッドタウン

アクセス 「都営大江戸線 六本木駅」8番出口より地下通路直結

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

企業のマーケティング部門責任者様、IT部門責任者様、および管理職の方々など

主催

Tealium Japan 株式会社

協賛

プラチナ



ゴールド



NTT DATA



シルバー



開催趣旨

Tealiumは、グローバル830社以上のデジタルトランスフォーメーションをサポートする、リアルタイム顧客データ統合ソリューションの世界的なリーダーです。Tealium Conference DIGITAL VELOCITY は、毎年アメリカ、イギリス、シドニー、東京で開催し、デジタルマーケティング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、様々なグローバル最先端事例をご紹介します。

今年3回目となる DIGITAL VELOCITY TOKYO 2018 は、Tealiumの経営陣によるキーノートをはじめ、Tealium ソリューションのロードマップ、お客様による事例発表やパートナーソリューションの紹介・展示も行われます。さらに、懇親会では多くの参加者とのネットワークを広げて頂けます。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/dvt2018>

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)

Tealium Conference Digital Velocity Tokyo 2018

13:00 - 13:05 開催のご挨拶

Tealium アジアパシフィック担当副社長 兼 Tealium Japan 代表取締役 アンディ・クラーク



プロフィール ダイナミックな成長志向を持つアジアパシフィック地域のテクノロジー企業各社で、約20年にわたり、いくつものチームをつくり上げ、指揮をとった経験を持つ、デジタルテクノロジー分野のベテラン。Tealium 入社前は、Limelight Networksのアジアパシフィック地区グループバイスプレジデント。費用効率の高い多チャネル型デジタルコンテンツ配信プラットフォーム技術の開発に携わった。Crossbeam SystemsとRightNow Technologiesの日本支社にて管理職を務めた他、IBMアジア地区の統合ソフトウェア開発を指揮した経験を持つ。ワシントン大学で日本文学の学士号を取得。慶応大学(東京)で日本語と日本文学を学んだ。

13:05 - 13:20 CEOキーンノート

Future-Proofing Your Company Strategy in the Customer-Driven Era

- データドリブンの顧客体験戦略とは
- 今日およびこれからの顧客が購入に至るまでのカスタマージャーニー
- 顧客主義がいかに企業のシステム構築や導入において重要な鍵となるのか

Tealium 最高経営責任者 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。

13:20 - 13:50 CTOキーンノート

4 Pillars of Data Driven Customer experience

- モバイル: 企業はどのようにモバイル対応すべきか、またモバイル対応で考慮すべき点について。さらに、モバイルが持つ可能性とは
- デジタルディスラプション: ITやリソースの民主化により、企業が既存ビジネスモデルを打ち破り参入しやすくなった今日において、データにフォーカスすべき理由
- カルチャー: データ戦略を成功に導く企業文化とは
- Tealium のプロダクトロードマップ

Tealium 創業者、最高技術責任者 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。

13:50 - 14:20 お客様事例講演

データドリブン One to One マーケティングの実現(仮)

- 顧客の態度変容を捉えた One to Oneマーケティングとは
- ツール毎にサイロ化した顧客データの統合

ソニーマーケティング株式会社 カスタマーリレーション部 マーケティングマネージャー 橋本 好真 氏



プロフィール ソニーマーケティング株式会社にデジタルマーケティング領域をリード。オンライン広告、ウェブサイトマネジメント、CDP、マーケティングオートメーションなどを担当し、One to Oneマーケティングを推進。過去にはEコマースのプロダクトマーケティング担当としてaiboやミラレスカメラなどの新カテゴリーの立上げを担当。一橋大学大学院国際企業戦略研究科修了(MBA)。

14:20 - 14:35 休憩

14:35 - 14:55 主催者講演

AI & Machine Learning Driven Customer Experience

内容調整中

Tealium ソリューションコンサルティング APAC ディレクター キャサリン・バランタイン



プロフィール 25年以上に渡り、IT、マーケティング、デジタル領域のツールにまつわるデータ関連のビジネスに関わる。Tealiumでは、企業のオムニチャネル環境の問題を解決するための最適なリソースを提供するチームを管理。Tealium入社前は、オラクル、IBM、Acxiom、マルケトでリージョンを統括する他、フリーのデジタルコンサルタントとしても活躍。

14:55 - 15:15 プラチナスポンサー講演 株式会社博報堂 (*内容調整中)

15:15 - 15:45 お客様事例講演

ファンのエンゲージメントを高める顧客データ統合と施策の連携(仮)

同社ではマーケットを導入し、マーケティングオートメーションを推進しようとしていましたが、ビジネス毎に顧客データが断片化し、会員やファンへのコミュニケーションが効果的に行える状態ではありませんでした。しかし、Tealiumによって、分断された顧客データをシングルカスタマービューとして即時統合することが可能となり、ファンへのエンゲージメントを高めることができるようになりました。セッションでは、シングルカスタマービューをどのように手に入れ、マーケットとの連携でどのような効果を得たのかについて、具体的にお話しします。

Cronulla Sharks Rugby League Football Club Head of Digital Scott Maxworthy 氏



プロフィール 30年以上デジタルメディアとマーケティングの分野で活躍。その範囲はスタートアップから大企業まで及ぶ。現在、オーストラリアナショナルラグビークラブ Cronulla Sharks の Head of Digital Media に就任し、デジタルとは無縁の組織から、デジタル・サヴィーで顧客主義の商業メディアビジネスへと転換するため同社をサポート。

15:45 - 16:00 休憩

16:00 - 16:20 プラチナスポンサー講演 TIS株式会社 (*内容調整中)

16:20 - 16:50 CMOキーンノート

Forrester and Tealium Unveil Data Maturity Research Findings

今日のビジネスにおいて継続的な成長を遂げるには、顧客理解に関する戦略的な意思決定が求められます。真に成功する企業は、顧客データを活用し、顧客のニーズや期待に応える努力をしています。しかし、多くの企業が正しいデータを収集し分析することに苦労しています。組織内の異なる部署やチャネル、ツール間におけるサイロ化が、データの断片化を生み、顧客の理解やエンゲージメントに限界を生み出します。本セッションでは、Tealiumとフォレスター社が共同で行った、企業におけるデータの成熟度についての調査結果を発表します。調査では、企業の戦略、プロセス、人材、構造、管理、分析と測定、そしてテクノロジーについて触れています。

Tealium 最高マーケティング責任者 アダム・コーリー



プロフィール Tealiumのマーケティングチームのリーダーとして、Tealiumのブランド認知向上および顧客データソリューションアライアンス開拓を統括。デジタル分析、マーケティングおよび事業開発の分野で13年以上の経験。Tealium入社前、UpsightやCrowdFactory(現在はMarketoの一部)でソリューションコンサルティンググループのリーダーを務めた。ABCNEWS.comにて、テクニカルプロダクションの指揮を執っていたユニークなバックグラウンドを持つ。

16:50 - 17:20 お客様事例講演

B2B事業におけるデジタルトランスフォーメーション(仮)

- B2Bマーケティングの領域において、どのようにデジタルトランスフォーメーションを推進しているか
- マーケティング部門と営業部門の垣根を超えたABMの実践と文化づくり
- リアルタイム顧客データの活用

日本電気株式会社 IMC本部 本部長代理 東海林 直子 氏



プロフィール 日本電気株式会社入社後、通信ネットワーク系の代理店販売業務を担当。2001年よりEビジネス事業部に法人向けインターネットサービス企画および営業支援に携わる。2004年より現部門の前身となる市場リレーション推進本部にてメルマガ会員向けビジネス情報サイト「WISDOM」を立ち上げ、メールマーケティングをベースとした全社マーケティング活動を開始。2015年4月よりフィールドマーケティンググループ シニアマネージャーとして、展示会やウェブ、MA、テレマーケティングなどの施策を組み合わせでデマンドを創出し、セールス部門に引き継ぐことをミッションに活動中。

17:20 - 17:25 閉会のご挨拶

Tealium Japan カントリーマネージャー 安藤 嘉教



プロフィール 大手通信企業にて、20年以上にわたりビジネスプロセス改革、顧客データ統合、データドリブンマーケティング、基幹CRMの統合等の主要プロジェクト、コンサルティングセールスを牽引。Tealium 入社前は、日本ビューレット・パナカード・エンタープライズ(HPE)にてアプリケーションのクラウド移行、セキュリティ保護、顧客データの分析・活用に関するソリューションの提供を中心に、同社の新規ビジネス領域の日本市場開拓における要職を務める。2016年Tealium Japan株式会社 カントリーマネージャーに就任。公益社団法人企業情報化協会(IT協会) 企画委員。