

第1回 DMマーケティングプロフェッショナル研修会カリキュラム

※都合により、講師ならびに講義内容に変更が生じる場合があります。予めご了承ください。

1日目		7/23(木) 10:00~17:30 (9:30~受付)	
10:00~10:10	10:10~12:00 (110分)	13:00~14:30 (90分)	14:40~16:00 (80分)
オリエンテーション	①アドテクノロジー進化の中のダイレクトマーケティング戦略とは ~紙DMの役割の変化、紙DM市場が活性化する7つの理由~ ■急激に進化するアドテクノロジーとダイレクトマーケティング戦略の重要性 (オムニチャネル・DMP/マーケティングオートメーションといったキーワードの出現) ■テクノロジー進化の中での紙のダイレクトメールの役割変化 ■ダイレクトメール市場について ■ダイレクトメール市場が活性化する7つの理由 講師：フュージョン(株) 佐々木 卓也	②DMはロジックが8割 成功率100%DMの作り方・DM戦略編 ■顧客フェーズに合わせたCRM戦略の立て方 ■点から線へ、線から面へ。DM戦略は兵法 ■DMのROIとLTV 講師：(株)ダイレクトマーケティングゼロ 田村 雅樹	③DMはロジックが8割 成功率100%DMの作り方・DMクリエイティブ編 ■訴求が核になる ■DMの5要素とAMIDAS ■フォーマットと個別テクニク成功事例10選別 講師：(株)ダイレクトマーケティングゼロ 田村 雅樹
	昼食 (60分)	休憩 (10分)	休憩 (10分)
			④分析で価値を出すために必要なこと ~分析設計から施策実施まで、知っておくべきことと考え方~ ■分析を行う前に知っておくべきこと ■分析の立ち位置と役割 ■分析を施策に活かす為に必要な3つの力 ■施策におちる分析の考え方とワークショップ 講師：フュージョン(株) 藤本 慎也
			懇親会 (予定)
2日目		7/24(金) 10:00~17:30 (9:30~受付)	
10:00~11:50 (110分)	13:00~14:00 (60分)	14:10~15:20 (70分)	15:30~16:30 (60分)
⑤DMコンサルタントになるための基礎 ■提案とコンサルティングの違い ■コンサルタントに必要な要件 (知識力・数値化力・状況判断力・目標設計力等) ■DMをコンサルティングするとはどういうことか ■DMコンサルティングメソッド 講師：兼松経営(株)・(株)DMPA 兼松 祐二	⑥自社を売り込め! B2BにおけるDMの優位性と活用事例 ■B2Bビジネスの主な特徴 ■B2Bの行動モデル ■B2Bのカスタマージャーニーとタッチポイント ■B2Bプロモーション事例 講師：(株)エムアールエム・ワールドワイド 岩野 秀仁	⑦事例からみるDM成功戦略 ~成功事例・失敗事例から学ぶDM成功のポイント~ ■米DMA国際エコノミー賞受賞作品から、全日本DM大賞まで事例を徹底研究 ■成功事例、失敗事例から学ぶDMレスポンスアップのヒント ■DMのリバースエンジニアリングによる改善提案のポイント など 講師：日本ダイレクトメール協会 吉川 景博	⑧クロスメディア時代のDM制作チェックポイント 最新のデジタル印刷技術から、DMのプロがおさえておくべき印刷配時のポイントなど、クロスメディア時代のダイレクト・コミュニケーションに必須な要素を紹介します。 ■DM開封に関する調査でわかる「効くDMの条件」 ■印刷工程の一般知識 ■最新デジタル印刷の活用方法 ■DM印刷配のチェックポイント 講師：トッパン・フォームズ(株) 菅沼 満
	昼食 (70分)	休憩 (10分)	休憩 (10分)
			習熟テスト

講師 Profile | DMマーケティング界をリードする講師陣がマーケティング戦略の実践的なノウハウを伝授します。

 <p>岩野 秀仁 (株)エムアールエム ワールドワイド マーケティング ソリューションズ ディレクター</p>	<p>1990年電通ワンダーマンダイレクト(現電通ワンダーマン)に入社。ダイレクトマーケティングとCRMの実務を7年間経験後、外資系IT企業にてビジネスプランナー、プロダクトマーケティングマネージャー、リレーションシップマーケティングマネージャーを担当。 2007年7月、エムアールエム ワールドワイドに入社。入社当初は神戸のオフィスマネージャー兼アカウントディレクター、その後東京に戻りプランナーとしてインサイトプランニングからデータアナリティクスまで一貫したCRM/CEMのプランニングを実施、プランニングエリアは業種、業態問わず幅広く手掛けている。 ■全日本DM大賞二次審査員</p>	 <p>田村 雅樹 (株)ダイレクトマーケティングゼロ 代表取締役</p>	<p>早稲田大学法学部卒。一般社団法人通販エキスパート。日本最大手の通信販売会社「ベネッセコーポレーション」にて、ダイレクトマーケティング・戦略策定マネジメント等、約10年のクリエイティブ・マーケティングキャリア。同社でのNO.1レスポンス率を誇る。その後、大手化粧品通販会社にてCRM事業部長に就任。赤字だった同社を、抜本改革により、わずか1年で黒字化。2年で300%以上の成長をさせる。2009年独立、100社以上の顧問・コンサルティングを行う。DMA国際エコノミー賞を2年連続・通算3冠受賞。全日本DM大賞では金賞受賞はじめ通算19部門受賞。 著書「ゼロからはじめる通販アカデミー」(ダイヤモンド社)。</p>
 <p>兼松 祐二 兼松経営(株) 代表取締役 (株)DMPA ダイレクトマーケティング推進室 室長</p>	<p>会計をベースにした経営コンサルティング会社で経営改善・事業計画策定などに取り組んだ後、印刷会社で顧客分析やGIS分析を基にしたDMを中心とした販促提案に取り組む。2012年に独立し、経営と販促の両面から中堅中小企業を支援するコンサルタントとして多くの企業を支援している。現在は株式会社DMPAのダイレクトマーケティング推進室も兼務し、日本郵便株式会社の社員研修や全国販促セミナーの講師を務める。 ■日本郵便株式会社 販促セミナー専任講師 ■「3日でわかるビジネスGIS特訓ドリル」 商業界(平下治編著、兼松祐二・青木武生共著)</p>	 <p>藤本 慎也 知識融合化法認定法人 フュージョン(株) アナリティクスチーム マネージャー</p>	<p>大阪府岸和田市生まれ。大学職員として勤務後、2011年にパラシュート(株)に入社PODI担当。その後、フュージョン(株)に異動 調査・分析チーム担当、2014年現職アナリティクスチーム マネージャーに就任。大手小売、ホームセンターや、化粧品メーカーのアンケート業務から各種分析PJ等、マーケティングリサーチ/分析業務全般を担当。現在も複数の分析プロジェクトのプロジェクトリーダーを担当。管理するPOSデータのレコード数は100億レコードを超える。</p>
 <p>佐々木 卓也 知識融合化法認定法人 フュージョン(株) 代表取締役社長</p>	<p>大学卒業後大手印刷会社を経て、2000年にフュージョン株式会社に入社。大手化粧品ブランド1000店舗のエリアマーケティング支援、東証一部小売業ポイント戦略コンサル等、小売業・通販業・メーカーにおけるCRM支援、KPI設定のためのデータ分析支援、リアル店舗・EC企業のオムニチャネル戦略支援等、幅広い知見で企業のコンサルティングを行う傍ら、過去数百回に渡りダイレクトマーケティング普及に向けたセミナー・講演を積極的に行っている。2010年より代表取締役社長。 ■DMA(Direct Marketing Association) 公認ダイレクトマーケティングプロフェッショナル ■一般社団法人データサイエンティスト協会 スキル定義委員</p>	 <p>吉川 景博 一般社団法人 日本ダイレクトメール協会 ダイレクトマーケティング委員会 委員長</p>	<p>1993年大手小売業入社。マーケティング部門にて広告全般を担当。主に顧客戦略策定、FSP開発、データ分析等、顧客データを活用したプロモーションを実践。2005年に独立。複数企業のマーケティング戦略立案、DM企画提案、営業支援顧問、研修講師などを請け負う。全国でセミナーを幅広く展開。全日本DM大賞金賞他多数入賞実績有り。 ■DMA(Direct Marketing Association) 公認ダイレクトマーケティングプロフェッショナル ■全日本DM大賞二次審査員</p>
 <p>菅沼 満 トッパン・フォームズ(株) 企画本部マーケティング 部長</p>	<p>1981年グラフィックデザイン担当として入社。1995年日本DM大賞出版・印刷業、情報サービス等部門銅賞受賞(クリエイティブ・ディレクション担当)。1997年デジタルメディア事業部門にて、DMにID、パスワードを印字しwebのパーソナルページと連動する『サイバーDMシステム』を開発しビジネスモデル特許取得。現在、国内最大級4万点のDMライブラリに加え、ダイレクト・コミュニケーションに関する科学的な調査・分析・コンサルティング機能『LABOLIS』を運営。LABOLISのキャンペーンで2015年全日本DM大賞グランプリ受賞。 ■一般社団法人日本ダイレクトメール協会 業務執行理事 ロジスティクス委員会 委員長</p>	<p>一般社団法人 日本ダイレクトメール協会 【申込み・お問合わせ】 TEL:03-5541-6311 URL: http://www.jdma.or.jp 受付時間/9:30~17:00 月~金(年末年始、祝祭日除く) ※ホームページからもお申込みいただけます。</p>	