

データドリブン・コミュニケーションセミナー 2021 ニューノーマル時代に向けたダイレクトマーケティング ～超デジタルマーケティングのラストワンマイルを考える～

開催日時	2021年2月26日(金)～3月4日(木)
開催方法	オンデマンド配信(期間限定)
主催	一般社団法人 日本ダイレクトメール協会
視聴料	一般:8,000円(税込8,800円)、DM協会会員:5,000円(税込5,500円)

ニューノーマル時代のダイレクトマーケティング研究に欠かせない最新技術や成功事例をふんだんに盛り込んだ内容となっており、オンデマンドでお好きな時間に視聴いただけます。ぜひお申込みください。

▶ 内容の詳細は裏面をご覧ください。

申し込み～視聴までの流れ

当協会の申込フォーム(<https://cloud.dynacom.co.jp/form/g/jdma/MnPUKFQ4Pd/index.php>)
またはQRコードよりお申込みください。



お申し込みフォームはこちらのQRコードからアクセスできます▶

申込時のメールアドレスにお振込等のご案内メールを送信いたしますので、期日までに申込下記口座へ参加費用をお振込ください。(お振込みをもって「申込み完了」となります。)

銀行名 三菱UFJ銀行 六本木支店

口座番号 普通預金 No.1066883

口座名義 シャ)ニホンダイレクトメールキョウカイ

※恐れ入りますが、手数料をご負担いただきますようお願いいたします。

※原則、請求書や領収書は発行いたしません。ご希望の場合は、申込フォームの備考欄にご入力ください。

ご入金確認後、配信日までに視聴URL・パスコードをメールでご案内いたします。

視聴期間中(2月26日(金)～3月4日(木))にアクセスしてください。

[注意事項]

- ・ご入金後のキャンセルはお受け致しかねます。参加者の変更は可能ですので、ご都合が悪くなった場合は、代わりに視聴される方の連絡先を事務局へお知らせください。
- ・配信はZOOMを使用します。スマートフォン・タブレット等モバイル端末から視聴される場合は、「Zoom Cloud Meeting」アプリをダウンロードしてください。
- ・本セミナーは、参加者本人のみ視聴いただけます。「複数名での共有」はできません。
- ・参加者確認のため、視聴時にはお申込み時のお名前、メールアドレスをご入力いただけます。
- ・本セミナーの録画・録音・撮影、スクリーンショットおよびセミナー資料等の無断転用や視聴URLの無断転載は固くお断りいたします。万が一これらの行為が発覚した場合、著作権および肖像権侵害で対処させていただくことがございます。

申込締切 2021年2月17日(水) ※参加費は2月18日(木)までにお振込みください。

お問合せ先 一般社団法人日本ダイレクトメール協会 TEL:03-5541-6311 Mail:seminar@jdma.or.jp

開催日時 2021年2月26日(金)～3月4日(木)

講演プログラム (講師名は敬称略)

① 基調講演 AI×SNSで人を理解する、人を動かす [約50分]

我々は人がある人や物、サービス等に対して感じる「魅力」に興味を持ち、魅力の予測や要因解析、さらには魅力の増強を行うという一連の研究を行っています。ソーシャルメディアは我々の生活の中で欠かせないツールの1つとなっており、そこから抽出できる「魅力」にまつわる課題も多く存在します。そこで、本講演ではソーシャルメディアを用いた閲覧数・いいね数の予測やそれらを増やすためのハッシュタグ推薦技術、ソーシャルメディアを用いたブランドや人同士の「距離」の推定など我々のグループの最新の研究成果についていくつか代表的なものを紹介します。



東京大学大学院
情報理工学系研究科
電子情報学専攻 准教授
山崎 俊彦

② 事例紹介 Ponta-DMP活用によるデータドリブンなIDマーケティング [約40分]

9,800万超の会員基盤をもつPontaの共通ID。オン/オフラインで多数展開するリーチ商材では延べ1億件超のパーミッションを保有。リアル店舗やデジタルでの消費行動等から自社リサーチや分析により「CVの可能性の高い顧客」を特定、新規送客のご支援をリテール/サービス～メーカーまで幅広く行っております。今回は郵送DMでのプロモーション手法を中心に、Ponta-DMP活用で実現できるデータドリブンなIDマーケティングの仕組みと成功事例をご紹介します。



株式会社ロイヤリティマーケティング
執行役員・営業統括グループ
営業推進本部 本部長
蛭川 和伸

③ 事例紹介 Web上の行動履歴をDMにタイミングよく組み合わせた成功事例 [約40分]

コロナ禍によるデジタルシフトが加速している昨今、早くから次世代のプリントサービスを検討してきた大日本印刷と旧来からアナログメディアにて顧客接点を作ってきたゆこゆこが、デジタル×アナログを組み合わせ、顧客体験の向上施策として実施したパーソナライズドDMの成功事例。次世代プリントPF開発秘話や本事例開発に至るまでのプロセスや仕組みについてご紹介します。



ゆこゆこホールディングス株式会社
マーケティング部 部長
小堺 秀真



大日本印刷株式会社
情報イノベーション事業部
第1CXセンタープロセスデザイン本部
ソリューションマネジメント部 部長
秋本 恭司

④ スペシャルセッション ニューノーマル時代のDMの価値とは
～受け取りDM集計結果から見るウィズコロナで変化したこと～ [約40分]

2020年は世界的な新型コロナウイルス感染症拡大で、働き方も暮らしも一挙に様変わりしました。このセッションでは、家庭に送られてくるDMを集計し前年と比較したデータ(トッパン・フォームズ調べ)から、現時点の生活者のインサイトを共有してニューノーマル時代に向けたダイレクトマーケティングを議論していきます。



ゆこゆこホールディングス
株式会社
マーケティング部 部長
小堺 秀真



株式会社
ロイヤリティマーケティング
執行役員・営業統括グループ
営業推進本部 本部長
蛭川 和伸



トッパン・フォームズ株式会社
企画本部担当部長
菅沼 満

2000年TV番組制作会社に新卒入社。放送作家、取材作家として4年間、「金スマ」「恋のから騒ぎ」等、複数の番組を担当。その後、IT業界に可能性を感じ、転身。株式会社サイバードでモバイルコンテンツ事業を4年間、楽天株式会社で楽天市場事業、編成部、コンテンツ事業で、デジタルマーケ、コンテンツ開発、CRM、経営企画を約8年間担当。現在ゆこゆこホールディングス株式会社にて、マーケティング部門の部門長として従事。

自動車流通企業でデータベースマーケティング、営業を経て、航空マイレージを拡充促進する関連会社で提携推進営業。2011年より(株)ロイヤリティマーケティングにおいてPonta提携社開拓及び提携社向けマーケティング支援、DMサービスの立ち上げはじめIDマーケティング(DSP、DMP、リサーチ等プロモーション全般)の推進により多数のクライアントの売上拡大および顧客獲得に従事。

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。その後、国内最大級5万点の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わる科学的な調査・分析・コンサルティング機能『LABOLIS®』を運営。現在はB to Bマーケティングを担当するとともに日本DM協会の業務執行理事を務める。