

第10回 DMマーケティングプロフェッショナル研修会 開催要項

第10回DMマーケティングプロフェッショナル研修会は会場とオンラインと選択できます。(会場開催時の講演を収録し配信)オンラインは配信期間中は会社やご自宅等どこからでも、繰り返し視聴できます。修了試験も、オンラインで実施します。会場は2日間で全7講座を受講し、講師陣にその場で質問ができます。修了試験は2日目に実施します。

開催日	会場: 2024年7月25日(木)・26日(金) オンライン: 2024年8月2日(金)～8月20日(火) 【修了試験は 8月5日(月)～8月21日(水) まで】																	
	開催方法 ■会場…………日本印刷会館 2F会議室（東京都中央区新富1-16-8） ■オンライン…会社やご自宅のパソコン・スマートフォン等を使っのオンデマンド配信																	
受講費（税込）	新規	一般 165,000円／1名 DM協会会員 115,500円／1名	1社5名様となる場合は団体割引を利用できます。（別途条件あり）															
	DMマーケティング エキスパート資格を お持ちの方	一般 110,000円／1名 DM協会会員 77,000円／1名	<table border="1"> <tr> <th>1社あたりの 受講者数</th> <th>一般</th> <th>一般 (DMMEあり※)</th> <th>会員</th> <th>会員 (DMMEあり※)</th> </tr> <tr> <td>5～9名</td> <td>159,500円</td> <td>104,500円</td> <td>110,000円</td> <td>71,500円</td> </tr> <tr> <td>10～29名</td> <td>154,000円</td> <td>99,000円</td> <td>104,500円</td> <td>66,000円</td> </tr> </table> ※DMMEあり…DMマーケティングエキスパート資格をお持ちの方		1社あたりの 受講者数	一般	一般 (DMMEあり※)	会員	会員 (DMMEあり※)	5～9名	159,500円	104,500円	110,000円	71,500円	10～29名	154,000円	99,000円	104,500円
1社あたりの 受講者数	一般	一般 (DMMEあり※)	会員	会員 (DMMEあり※)														
5～9名	159,500円	104,500円	110,000円	71,500円														
10～29名	154,000円	99,000円	104,500円	66,000円														
受講者特典	『成功するDMの極意 全日本DM大賞年鑑2024』を進呈																	
申込締切	2024年7月10日(水)		受講費支払期限	2024年7月19日(金) お申込み後、請求書を送付いたします。														
申込方法	【個人の場合】 協会ホームページ(https://www.jdma.or.jp/seminar/seminar.php?id=106)の画面一番下の「個人申込」ボタンより申込フォームへ必要事項を入力し、登録ボタンをクリックしてください。 【団体の場合】 ※窓口となる方が複数の受講者を取りまとめてお申込みになる場合 協会ホームページ(https://www.jdma.or.jp/seminar/seminar.php?id=106)の画面一番下の「団体申込」ボタンより申込フォームをダウンロードしていただき、期日までに必要事項を入力のうえ、事務局(dmmp@jdma.or.jp)までメールで送信してください。																	
修了試験 受験方法	■会場…………7月26日(金)に会場で実施します。(試験時間:60分) ■オンライン…オンライン(事前予約制)で実施します。(試験時間:60分)																	

実践ですぐに使えるような
講義内容ばかりでした。

JDMA リアル＆デジタル (一社) 日本ダイレクトメール協会



日本ダイレクトメール協会
認定資格

「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

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。

■会場……2日間で集中的に受講でき、その場で講師に質問することが可能です。

■オンライン……………配信期間中は、何度でも理解できるまで受講可能です。

全7講座

修了試験

約660分

+ 60分



フュージョン(株)
代表取締役社長

佐々木 卓也

1

2000年にフュージョン入社。大手化粧品ブランド、東証一部小売業、大手ECポータル企業など、小売業・通販業・メーカーに対するCRM支援、KPI策定の為のデータ分析支援、リアル店舗・EC企業などオムニチャネル戦略支援など、幅広い知見で企業のマーケティング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に関わるセミナー・講演を積極的にこなしている。2017年にはIPOをダイレクトマーケティングカンパニーとして果たした。2020年、21年、23年全日本DM大賞グランプリ獲得。2010年より現職。



(株)電通
ラジオテレビビジネスプロデュース局
シニアプロデューサー

米村 俊明

2

複数の広告会社を経て、2004年電通入社。ダイレクトマーケティングのプロフェッショナルとしてメーカー通販・ダイレクト保険をはじめ、アクイジション領域のメディア選定・表現制作から、リテンション領域のデータ分析からCRM施策の実行まで、オンライン・オフライン問わず全ての領域に関与し、クライアントの事業成長支援を行う。2016年電通デジタル設立に伴い出向。CRM、デジタル運用型広告の事業部を率いたのち、2018年より電通ダイレクトマーケティング取締役・執行役員を務める。2021年1月より電通に帰任し、現職。DX化の中で、ダイレクトビジネス視点からのマスメディア価値の再定義を模索中。
■全日本DM大賞 二次審査員



(株)電通デジタル
トランスフォーメーション部門
ディレクター

大木 真吾

3

31歳より大手広告グループに所属し、多彩なクライアントの問題を解決するマーケティングプランナーとして、データに基づく顧客理解・戦略策定・実施監修・検証を支援。セミナー登壇・取材・寄稿多数。2022年4月より電通デジタルに参加。
■『あの夏、サバ缶はなぜ売れたのか?～仮説を行動、成果につなげるビッグデータ分析』2014.日経BP社



株式会社 DINOS CORPORATION
CECO (Chief e-Commerce Officer)

石川 森生

4

新卒でSBIホールディングス株式会社入社。SBIナビ(現・ナビプラス)の立ち上げに参画、営業統括の責務を担う。その後、ファッション通販サイトのマガシークにてマーケティング部門の責任者となり、サイトリニューアルやサイト改善PDCAの確立、広告CRMの最適化、海外の最先端ソリューション導入を推進。2014年1月、株式会社タイセイのWEB部門を分社化する形で株式会社TUKURUを創業。インプレブナーとして常に企業の課題解決に従事。現在は株式会社DINOS CORPORATIONのCECO (Chief e-Commerce Officer) として、既存の枠組みを超える、サステナブルなEC ビジネスを構築するというミッションを実践している。



兼松経営(株)
代表取締役社長

兼松 祐二

5

6

経営コンサルティング会社で会計をベースに中堅中小企業の経営改善支援・事業計画策定支援に取り組み、その後は印刷会社でデータ分析×DM戦略等のマーケティング支援を行う。2012年に独立し、経営とマーケティングのコンサルタントとして活動。2014年に兼松経営株式会社を設立し代表取締役を務める。実務支援のみでなく企業研修やマーケティングセミナーも年数十回実施。
■中小企業診断士 ■滋賀大学 非常勤講師
■『3日でわかるビジネスGIS特訓ドリル』商業界(共著)、『新DMの教科書』宣伝会議(有田昇・兼松祐二・椎名昌彦・吉川景博共著)、『誰も教えてくれなかった経営戦略実務バイブル』ギャラクシーブックス



フュージョン(株)
エグゼクティブマーケティングディレクター

吉川 景博

7

1993年大手流通小売業入社。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。現在は、フュージョンにてダイレクトマーケティングを軸とした、企業のマーケティング戦略立案、営業支援、新規顧客開拓などを実践。全日本DM大賞多数入賞実績あり。
■米DMA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 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長
■『新DMの教科書』宣伝会議(有田昇・兼松祐二・椎名昌彦・吉川景博共著)
■全日本DM大賞 二次審査員

10:00~10:10

オリエンテーション

1 110分

10:10~12:00

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の役割変化、紙DM市場が活性化する7つの理由

- 急激に進化する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
- 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の構造変化と活性化する7つの理由

12:00~13:00

昼食休憩 60分

2 90分

13:00~14:30

通販ビジネスとDM

実践的CRMの方法

- 顧客データ分析に基づく戦略立案
- アプローチ手法の選択と戦術シナリオ設計
- 勝ちクリエイティブの作法
- デジタル時代に紙を使う意義

3 70分

14:40~15:50

デジタル×アナログの融合は何に効くのか?
デジタル時代の「こころ、動かす」
コミュニケーションを考察する

デジタルに閉じることなく、DMを組み合わせるべき理由を明らかに

- デジタル課題を解決するのはアナログ!?
- デジ×アナ施策設計手法を整理
- 最新事例のご紹介

4 90分

16:00~17:30

デジタルマーケターから見る
DMの強みと活用方法

テクノロジーで紙は進化する

- デジタルマーケティングの潮流
- デジタル畑のマーケターから見たDMの強み
- デジタル技術を活用したDM手法

17:40~19:00

懇親会(会場のみ・予定) 80分

5 130分

10:00~12:10

DMコンサルティングメソッド

コンサルタントになるための要件を理解する、メソッドを身に付ける

- コンサルティングを理解する
- コンサルタントに必要な要件(知識力・数値化力・状況判断力等)
- DMコンサルティングメソッド
- コンサルティング演習問題

12:10~13:10

昼食休憩 60分

6 60分

13:10~14:10

顧客分析で価値を出すためには

DM提案に必須な顧客分析を身に付ける

- DM提案時に使うデータ種類と分析手法
- 事例の紹介・演習問題

7 110分

14:20~16:10

事例から学ぶ、CRM戦略を実践する
6つのポイント

DM実践事例から見る成功戦略

- 顧客の購買動向分析から課題を抽出～施策立案
- 顧客動向に基づいて目標設定～売上構造に基づくKPIの策定
- 顧客別に施策を設計～顧客ステージに合わせた施策の実施
- 効果検証結果から予算配分や年間計画の見直し

16:10~16:30

試験対策休憩 20分

修了試験 60分

16:30~17:30

会場

- 7月26日(金) 16:30~17:30で実施します。
- 最終講座終了後、試験対策休憩が20分あります。

※合格基準点以下の場合は追試験(有料)があります。

オンライン

- オンライン(事前予約制)で実施します。
- 全7講座を受講終了後に試験実施希望日をDMマーケティングプロフェッショナル事務局までメール(dmmp@jdma.or.jp)でご連絡ください。
- 試験期間…8月5日(月)~8月21日(水) 平日10:00~17:00

※講師名は敬称略。※都合により、講師ならびに講演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。