

ご招待 参加無料/事前登録制

もっと顧客に愛される デジタル×アナログ 成功事例セミナー

日時：2020年12月16日（水）

会場：ご来場不要

無料Webミーティングサービスを利用するため、
ご自宅や会社からご参加可能です。

お申し込み締め切り：2020年12月15日（火）正午

謹啓

日頃のご愛顧を賜りまして、誠にありがとうございます。

新型コロナウイルス拡散の影響や米中貿易摩擦などを背景にした世界経済の減速傾向が続いており、全国的に厳しい状況が続いています。このような状況下でも各企業においてはお客様との関係性強化・売上拡大にむけた様々な取り組みがされております。

今回はその中でも、顧客との接点手段としてアナログである紙の価値が見直されていることに着目しデジタル×アナログを組み合わせた成功事例などをご紹介します。

ぜひご視聴いただき、御社の経営・業務改善のご参考としていただけましたら幸いです。

敬白

プログラム

時間	講演名	定員
14:00~15:10	A-1 今こそ知りたい「デジタル×アナログ」最適活用手法 Part1 富士フィルムが挑む データドリブンによる顧客創出 <small>富士フィルムホールディングス株式会社 一色 昭典</small> Part2 コロナ禍だからできるマーケティングROIを最大化する方法 <small>富士ゼロックス株式会社 荻野 賢</small>	150名
15:10~15:15	休憩	
15:15~16:00	B-1 お客様一人ひとりに合わせた情報提供で解約率低下 one to one コミュニケーション実践事例 <small>株式会社あじかん 西村 隆司 様 中田 桃子 様</small>	150名

A-1 14:00~15:10

今こそ知りたい 「デジタル×アナログ」最適活用手法

Part1 富士フィルムが挑む データドリブンによる顧客創出

富士フィルムホールディングス株式会社
コーポレートコミュニケーション部
デジタルマーケティング戦略推進グループ
マネージャー 一色 昭典

あらゆるものがデジタルシフトの潮流にある中、今だからこそ効果的にアナログを融合させることが重要。今や、デジタルとアナログ融合の考え方は定着し、様々な取り組みへとつながっています。その背景は？ 実践にあたり特に留意したいポイントは？ 本セミナーでは「デジタル×アナログ」の最適活用手法を探求するため、産学協働研究プロジェクトでの数年にわたる実証実験の事例と成果、学術的な視点からの気づきを紹介します。

【講師プロフィール】

富士写真フィルム(株)入社後、写真事業部門でマーケティングとコンサルタント業務に従事後、ライフサイエンス事業部にて「アスタリフト」等のEC事業を再構築。2013年よりDM戦略推進室マーケティンググループを統括し、全社WEB活用における戦略構築と企画運営等、デジタルマーケティング推進業務を統括。また、イメージング製品のECサイト構築/運営し、海外(欧州/APAC)EC事業を業務支援し、富士フィルムグループのグローバルなデジタルマーケティング推進に注力中。

Part2 コロナ禍だからできるマーケティングROIを最大化する方法

富士ゼロックス株式会社
グラフィックコミュニケーションサービス事業本部 SE部
シニア マネージャー 荻野 賢

デジタルとアナログの融合において、チラシやDMを無造作にバラ撒いてもそれは融合とは言えません。昨今、紙は高価な販促物であり、ターゲットをセグメント化し、最適なコストでの運用が求められています。しかし、印刷技術との連携が必要となるセグメントDMやタイミングDMの実現が来ている企業は少ないのではないのでしょうか？ 本セミナーでは紙との連携により販促効果が高まるWebサイトの運用方法を技術的な視点から解説していきます。また、コロナ禍において効果を発揮するDMネタもご紹介します。

【講師プロフィール】

富士ゼロックス(株)入社後、SE部門でWebtoPrint,バリアブルプリント、カラーマネジメントのソリューションを開発。開発部門にて印刷ワークフロー-SWの商品企画、マーケティング部門にてデジタルマーケティングソリューションの事業企画と市場開発を推進。現在SE部にてデジタル&アナログの融合ソリューションの市場展開に注力中。

B-1 15:15~16:00

お客様一人ひとりに合わせた情報提供で解約率低下 one to one コミュニケーション実践事例

株式会社あじかん
ヘルスフード事業部 次長
ヘルスフード事業部 ダイレクトマーケティング課 課長
カスタマーセンター長 西村 隆司 様

ヘルスフード事業部 ダイレクトマーケティング課
中田 桃子 様

通販商品に同梱される販促物は、継続的な購買につなげるための重要な施策のひとつですが、種類が多く、読まれずに捨てられてしまうケースが多いことが課題でした。顧客接点における情報提供の課題を解決するため、富士ゼロックスの「One to Oneコミュニケーション明細書」を導入。閲覧率の高いお届け明細書と販促物を一体化し、お客様一人ひとりにあわせた情報提供を実現することで、ライフタイムバリューの向上につながっています。

【講師プロフィール】

西村 隆司 様
あじかんに入社後、営業本部にて、スーパーマーケットや飲食店へ卵焼きなどの業務用食品の営業を担当。その後、2010年のごぼう事業準備室(現ヘルスフード事業部)に所属し、通販事業の立ち上げメンバーとして、ごぼう茶を中心とした健康食品の販売に携わる。現在は通販事業の責任者。

中田 桃子 様

2019年に大学を卒業後、あじかんに入社。ヘルスフード事業部に所属。主に顧客育成を担当し、同梱ツールの作成や、明細書のレイアウトなどの販促業務に携わる。

【会社概要】

株式会社あじかん
1962年の創業以来、玉子製品、寿司食材、お惣菜、加工食品などを製造し、スーパーマーケットや飲食店などで販売。2010年より、ごぼう茶の通信販売を開始。

セミナーご参加までの流れ

12月1日よりサイト申し込み可能

右記のお申し込みサイトへアクセスし、お手続きください。

お申し込み
アドレス

https://go.fujixerox.co.jp/pod_fxonline_seminar201216.html

ご参加に
必要な機器

- インターネット接続環境 (必須) パソコン、またはスマートフォン (必須) ヘッドフォン、マイク (パソコンにスピーカーがついていない場合)

※ 音声と映像でお届けするため、**Wi-Fiや有線LANなど安定したインターネット接続環境を推奨**いたします。**お客様の環境によっては接続が不安定になる場合もありますのでご了承ください。**

※ ご質問の際は、マイクがあると便利です。マイクがない場合は、ご質問はチャットで承ります。

※ Webカメラは必須ではありませんが、あればコミュニケーションが取りやすくなります。

【個人情報の取扱いについて】

ご記入いただきましたお客様の個人情報は、弊社およびあらかじめ弊社との間で機密保持契約を締結している関連会社、代理店、業務委託先などにおいて、(1)電子メール、ダイレクトメール、電話、対面営業による商品・サービスのご紹介、(2)電子メールニュースの送信、(3)弊社が主催するイベントやセミナーのお知らせ、(4)今後のイベントやセミナーを企画する際の調査・分析、(5)本セミナーの運営上必要な連絡のために利用させていただく場合がございます。なお、今回ご提供いただいた個人情報は、法令および弊社内部規則に基づき厳重に管理いたします。