

ファン・マーケティング—Web2.0時代のマーケティング戦略

日時 2007年12月3日(月) 13:00～17:00(12:30受付開始)

講師

会場 株式会社日本総合研究所 本社1階セミナールーム
(東京都千代田区一番町16番)

内容

消費者が多様化・細分化するなかで、いわゆる「消費者の囲い込み」が難しくなっています。そのような中で「ファン・マーケティング」が注目されています。

「ファン・マーケティング」とは、「ファン・コミュニティ」を活用することで、そこに参加する人々の「ファン」の度合いを高め、参加者の目的を達成すると同時に運営者(企業・団体)の目的も達成し、社会へも影響を及ぼす効果を持つマーケティング手法です。

本セミナーでは「ファン・マーケティング」の考え方を様々な事例をもとに分かりやすく説明するとともに、商品開発、商品・サービス販売での利用等々、「ファン・コミュニティ」の新たな活用法についても解説します。

費用

1名につき 15,750円(含消費税)

*参加費用には、著書「ファン・マーケティング—Web2.0時代のマーケティング戦略」(1,575円)を含みます。

講師出版の本



「ファン・マーケティングは、SNSのようなネット上のコミュニティだけではなく、リアルを含めたすべてのコミュニティが対象となります。ただファン・コミュニティを立ち上げただけではなく、一歩進んで「盛り上げたい」と考えている企業・団体・人であれば、本書で紹介しているヒントを取り入れて、ファン・コミュニティを成長させてください。」～「ファン・マーケティング」より

「ファン・マーケティング—Web2.0時代のマーケティング戦略」(毎日コミュニケーションズ 1,575円)



上田 真弓(うへだ まゆみ)

株式会社日本総合研究所
総合研究部門 主任研究員

■大手クレジットカード会社にて広告宣伝・マーケティングを数多く手がけた後、さくら総合研究所(現:SMBCコンサルティング)を経て、現在(株)日本総合研究所にて、マーケティング・新規事業立ち上げ等のコンサルティング活動に従事。

■主な著書:

「ファン・マーケティング—Web2.0時代のマーケティング戦略」(毎日コミュニケーションズ)、「売れる仕組みを作る「ケータイ」徹底活用法」(共著:中央経済社)、「顧客を「ファン」に変える!～コミュニティ・マーケティング入門」(SMBC懇話会)他 多数

[同時開催] 第2部:今注目されるITを活用したマーケティング・ソリューション

■地域住民(消費者)参加型オープンSNS — “ろこなび”の紹介

中村 慈人(なかむら やすと) ライト工業株式会社 事業開発部 新規事業推進マネージャー

消費者はライフスタイルにあわせてSNSを利用し始めており、企業や団体が利用する場合、市場での戦略や位置づけ、ユーザーの行動を的確に捉えてサービスを提供する必要があります。

今回は、千葉県の住民が集まる“ろこなび”を運営するライト工業が実際の現場の声をもとにSNS活用を考えます。

■世界の優良企業が使うマーケティング分析ツール「ESPRI(エスプリ)」の紹介

向井 俊介(むかい しゅんすけ) Infotools社(オーストラリア) ジェネラルマネージャー

顧客/マーケットのニーズを把握するためには、消費者調査を行い適切に分析する必要があります。Infotoolsが提供するマーケティングデータ分析ソフトウェア「ESPRI(エスプリ)」は、多くのグローバル企業をはじめとして、世界各国のB2C企業で導入されており、多数の成果をあげています。今回は日本語版ESPRIについて、日本で初めて活用例を交えセミナーで紹介致します。