

マーケティング ROI を最大化させる 「集客×リテール」の融合

～テレビ広告を起点にメディアを「束ねる」ことで実現するスケール化と POC からの脱却～

— 講師 —

(株)電通プロモーションプラス プラットフォーム共創事業部 事業部長 川崎 寛 氏
Co-Creative Director 高橋 潤平 氏

日時 2024年4月19日(金) 午前10時～12時
受講方法 会場受講/ライブ配信/アーカイブ配信 (2週間、何度でもご視聴可)
会場 SSK セミナールーム 東京都港区西新橋2-6-2 ザイマックス西新橋ビル4F

[重点講義内容]

小売業者が自社で独自に収集した顧客の購買データや行動データ(1st Party Data)を活用し、広告を配信するリテールメディアが日本でも注目を集めている。一方、市場の寡占化傾向が強い米国とは異なり、分散する「打ち手」がそのまま、マーケティング効果のスケール化・施策の定着化を難しくする課題にもなっている。

本講演では、電通プロモーションプラスが取り組む本課題へのアプローチと、具体的な実践事例についてご紹介します。具体的には、テレビ広告を起点として、様々なメディアを「束ねる」戦略を通じて、どのようにスケール化を実現し、さらには POC (Proof of Concept) の段階から脱却し、実際のビジネス成果に結びつけているのか、実践事例を交えながらご紹介します。

1. 広告とリテール領域の現状
2. リテールメディア活用における課題
3. 「集客×リテール」がもたらす価値
4. 最新の取り組みご紹介
5. 今後の皆様との取り組み
6. 質疑応答/名刺交換

※同業・競合企業の皆様のご参加はお断りさせていただいております。

PROFILE 川崎 寛(かわさき かん)氏

2003年電通入社。電通テレビ局にてメディアビジネスに従事、コミュニケーションデザインセンターを経て2019年～ラテ BP 局・部長。2023年に株式会社電通プロモーションプラスに出向。

PROFILE 高橋 潤平(たかはし じゅんぺい)氏

2007年旧電通テック入社。スマートフォン黎明期よりアプリ/WEB 領域全般の制作ディレクターを担当。2017年よりLINE 活用マーケティングに従事。LINE サービスの企画・開発を推進し、年間200件近くの提案を実行。2018年より電通デジタルへ常駐・出向。2023年に帰任し現職。現在はプラットフォーム販促と集客×リテールの融合をテーマに更なる高付加価値サービス提供に取り組む。

