戦略的ブランドコミュニケーション戦略 2014

SNSの活用と、ROI最大化を目指すコミュニケーション戦略の最前線

2014年1月23日(木) 13:00～18:00 懇親会開催

会場 東京都大手町 TKP 大手町カンファレンスセンター 定員 80 名

SNSなど新しい媒体の発達により企業と消費者のコミュニケーションは大きく変わりつつある。ブランドのカテゴリーや特性によってはデジタル媒体の活用は必然となりつつあり、マス媒体や自社サイトとの最適な連携など、コミュニケーション手法を変える必要性に迫られている。

しかしながら、認知から購入に至るまでのコミュニケーション戦略を如何に策定するか？トリプルメディアを効果的に活用する為の、予算配分や効果測定など、課題は多い。また、SNSを含むマーケティング戦略の運用体制など、準備が不十分だとする企業も多い。

本フォーラムでは、該当テーマに従って、具体的事例の中で議論を行う。新しいコミュニケーション手法を取り入れたプロジェクト責任者より、その取り組みや、今後の課題をお話頂く。これら議論を通じで、参加企業のコミュニケーション戦略に貢献することを、本フォーラムの目的とする。

フォーラムの焦点

- デジタル媒体とマス媒体の効果的メディアミクスの取り組み
- 認知･拡大･購買まで～SNSを活用したプロモーションの実例
- ソーシャル話題化を実現する取り組みと仕組みとは？
- 店頭での購買を促すキャンペーンの具体的事例とは？
- SNS活用における社内運用体制とリスクマネジメント
- ロングセラーブランドにおけるプロモーションの実例
- 予算配分と、その効果測定

［ 協賛企業 ］

PR TIMES

ご講演企業

■ 日本コカ･コーラ株式会社 マーケティング＆ニュービジネスIMC
コネクションプランニング＆メディア部長 熊崎 加奈子 氏
「キャンペーンの主役を製品ボトルにおき、ソーシャルミュージックプラットフォームを活用した，コカ･コーラ ”share a Coke and a Song(思い出のそばにはコカ･コーラと歌がある。)”キャンペーン事例紹介」

■ 株式会社ヤマハミュージックジャパン
事業企画部 部長 鞍掛 靖 氏
「SNS活用マーケティングのマネジメント」

■ 株式会社PR TIMES
サービスマネジメント本部 マネージャー 三島 映拓 氏
「なぜあの会社はソーシャルメディアで話題になるのか？」

■ レキットベンキーザー･ジャパン株式会社
マーケティング本部 カテゴリーマネージャー 鎌矢 由香 氏
「シーズンをテーマにした365日コミュニケーション戦略～薬用せっけんミューズ」

戦略的ブランドコミュニケーション戦略 2014

SNSの活用と、ROI最大化を目指すコミュニケーション戦略の最前線

講演内容

■ 日本コカ･コーラ株式会社　マーケティング＆ニュービジネスIMC
コネクションプランニング＆メディア部長　熊崎　加奈子　氏

「キャンペーンの主役を製品ボトルにおき、ソーシャルミュージックプラットフォームを活用した，コカ･コーラ ”share a Coke and a Song（思い出のそばにはコカ･コーラと歌がある。）”キャンペーン事例紹介」

■ キャンペーンの全体像
■ ソーシャルでどのように会話を拡大･促進していくか
■ 効果をどのように測定していくか

1957年に発売を開始して以来、50年以上もの間、音楽と共にブランドの魅力を伝え、いつの時代も消費者の思い出に寄り添い、最高のリフレッシュメントと笑顔を提供してきたブランド、コカ･コーラ。
2013年、史上最大規模の多種類デザインのボトルラベルで人々を驚かせ、最新の提供方法によって、幅広い消費者に音楽を通じた楽しみを提供した、コカ･コーラのキャンペーンをご紹介致します。

■ 株式会社ヤマハミュージックジャパン
事業企画部　部長　鞍掛　靖　氏

「SNS活用マーケティングのマネジメント」

■ まずマネジャー自らやってみること
■ 目的･KPIを明確にすること
■ リソースを確保すること
■ ガイドライン･ルールを整備すること
■人材育成の一環と考えること

SNSをマーケティングに活用する際のマネジャーの心得を「ヤマハ音楽部」の運営･マネジメント経験から、事例を交えて５つの観点で紹介します。

■ 株式会社PR TIMES
サービスマネジメント本部　マネージャー　三島 映拓　氏

「なぜあの会社はソーシャルメディアで話題になるのか？」

■ パブリシティを生み、さらにソーシャル話題化するために
■ 話題のコンテキスト形成
■ 生活者も見ている、ソーシャル共有されるプレスリリースの特徴

同業界で同じ位の売上げ規模の会社であっても、企業発表情報がソーシャルメディアで話題になる会社とそうでない会社があります。WebPR会社のPRプランナーが、パブリシティ獲得を起点とするニュースの話題化や、生活者に情報共有されるプレスリリースの事例などを交えながら、話題になるコンテキストや情報発信のコツを解説します。

■ レキットベンキーザー･ジャパン株式会社
マーケティング本部　カテゴリーマネージャー　鎌矢　由香　氏

「シーズンをテーマにした365日コミュニケーション戦略～薬用せっけんミューズ」

■ カテゴリーショッパーインサイト
■ キャンペーン全体像とデジタルを用いたO2O展開例
■ KPIの考え方

参加お申し込みフォーム

戦略的ブランドコミュニケーション戦略 2014

SNSの活用と、ROI最大化を目指すコミュニケーション戦略の最前線

2014年1月23日(木) 13:00～18:00 懇親会開催

会場 東京都大手町 TKP 大手町カンファレンスセンター 定員 80 名

以下のフォームをご記入の上、FAX して頂けますようお願いいたします。

fax.03-6893-6114

会社名			
郵便番号・住所			
参加者①			
お役職・部署			
TEL		E-MAIL	
参加者②			
お役職・部署			
TEL		E-MAIL	
参加者③			
お役職・部署			
TEL		E-MAIL	

ご参加料金 チェックボックスに「印」をお願い致します。

- □ 1 席申込み： 40,000 円（懇親会込み・消費税別）
- □ 2 席申込み： 75,000 円（懇親会込み・消費税別）
- □ 3 席申込み： 100,000 円（懇親会込み・消費税別） ※参加者は随時変更可能

- フォーラム詳細案内・会場案内は、開催 2 週間前にご案内致します。
- 申込み後、ご都合によりご出席出来ない場合は、代理の方がご出席下さい。
  ※早期割引の方のキャンセルは原則として受け付けておりません。
  キャンセルの場合、12 月 22 日までに書面にてご連絡を頂いた場合、「50%の返金」もしくは「次回無料招待券の発行」をさせて頂きます。
  12 月 22 日以降の欠席のご連絡は原則として受け付けていません。
- お支払いは請求書の到着から、原則 10 日でのお支払いをお願いしております。その際は、経理担当の方をご紹介下さい。
  ※経理上の問題がある場合は、お気軽にご相談下さい。
- 講演者・講演時間スケジュール・会場に関して、変更がある場合がございます。あらかじめご了承ください。
- 地震、台風などによる自然災害により、延期・中止となる場合がございます。あらかじめご了承ください。
- 個人情報に関して：開催フォーラムに関わる全ての方に関する個人情報の重要性を認識し、その管理・利用を適切に致します。

リバイバル・マネジメント・フォーラム事務局
〒104-0061 東京都中央区銀座 1-15-7 MAC 銀座ビル 3 階
電話：050-7577-6385 FAX： 03-6893-6114