新規顧客獲得 | ブランディング | データ取得 | チャネル拡張 | CRM | 店舗への送客

ECとリアル店舗、両方を機能させるために必要な
「自社に適したEC戦略」を学ぶ

メーカー・ブランドのための EC活用実践講座

【オンデマンド配信】申込後7日間 終日視聴可能

ただの販売チャネルとして使っていても売上は一向に高まらない!

画像提供:123RF

自社に適したEC戦略を実現するために必要な市場の全体像と役割の変化、
ECの改善、外部ECとの連携を含めた全体像を設計する1日集中講座

Marketing & Creativity
宣伝会議

開講の背景

生活者の購買は デジタル上で完結する時代へ

スマートフォン利用者数の激増によって、多くの生活者の購買行動が大きく変化しています。SNSや著名人のブログなどから商品の存在を知ることから始まり、興味のある商品に関してはレビューを見ての検討、その後のWeb上での購入まで、一連の購買行動がデジタルで完結するようになってきています。この大きな変化に対して、メーカーやブランドが従来から行っている店舗だけを売り場とした販売戦略では、機会損失に繋がりかねません。しかし国内のEC化率は2015年時点で4.8%と依然として低く、ECを戦略的に活用できている企業は少ないのが事実です。顧客中心主義のマーケティングを実現するためにはECの活用に関しても考える必要が生じてきています。

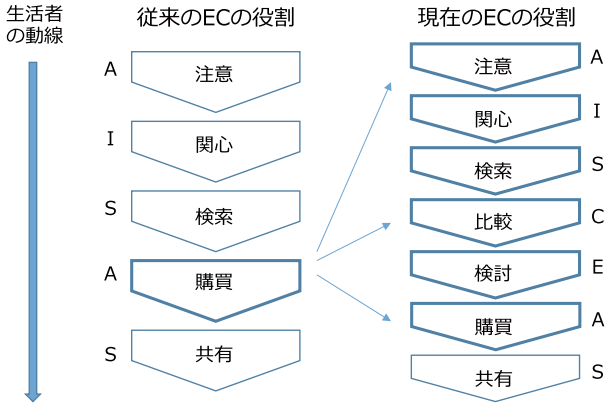
ECの役割は販売チャネルから デジタルマーケティングのハブへ

生活者の購買行動が大きくデジタルシフトした今、かつてはただの販売チャネルの一つだったECの役割は、自社ブランドや世界観を伝えるショールームとしての活用、直接的な接点を持つことによる顧客データの取得、顧客のロイヤリティ化など様々な役割を担うようになりました。役割が拡大したからこそ、単純に自社ECを立ち上げる、または外部ECへ商品を卸せば成功するわけではありません。そこで宣伝会議では、自社の商品に適したECの活用戦略を練るために必要なEC市場の全体像の理解から、マーケティングプラットフォームとして活用するためのノウハウまでを身に付ける「メーカー・ブランドのためのEC活用実践講座」を開講します。

市場規模の拡大に伴い、導入企業は年々増加中

(神野氏の講義資料より)

顧客による「使われ方」が激変し、ECの役割は拡大



(宣伝会議作成資料より)

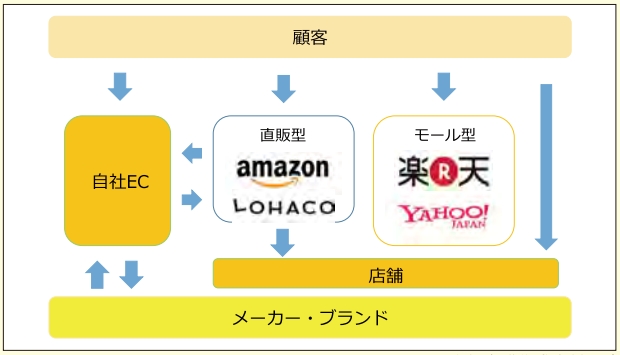
業界問わず競合がEC市場に参入する中、従来のECとの向き合い方では生活者は見向きもしてくれない

講座のポイント

マーケティングプラットフォームとしてECを活用するために必要な基礎知識と業務の全体像の理解、担当者のディレクションノウハウを身に付ける

本講座で学ぶこと　【基礎編】担当者が知っておくべき知識

現在のEC市場の全体像



(宣伝会議作成資料より)

ECのもたらす6つのメリット

①新規顧客の獲得
リアル店舗での販売がメインの商品の場合は商圏から離れた顧客や、EC定期利用者など従来と異なるターゲットへのアプローチが可能です。

②販売チャネルの拡大
流通チャネルの拡大は売上の直接的な増加に繋がるとともに、顧客に合わせた新たな接点を創ることが可能です。

③ブランディング
購入の場であると同時に、顧客が比較・検討のための情報を仕入れる場でもあるECは、商品の魅力を「ブランド」として認知を広めることができます。

④顧客データの取得
普段、顧客との直接的な接点が少ないメーカーも効果的なマーケティング施策を打つための顧客データを取得することが可能です。

⑤CRM
会員組織の形成やメールマーケティングによってリピート買いを狙うなどCRMを進めるマーケティングプラットフォーム機能も担っています。

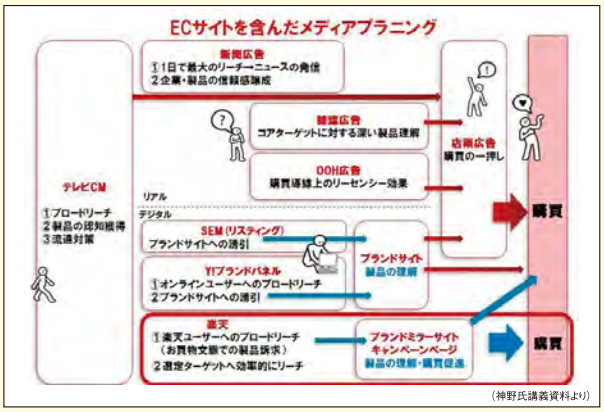
⑥リアル店舗への送客
販売店舗の情報を掲載したり、クーポンを配信することで実店舗への送客を促し、相乗的な売上の増加を狙うことも可能です。

(宣伝会議作成資料より)

本講座で学ぶ内容　【実践編】　活用のためのノウハウ

単独で考えてはいけないEC
ECを活用した自社戦略の全体像を設計する

従来、多くのメーカー・ブランドのECはリアル店舗やブランドサイトなどとは切り離されて考えられていました。しかしECを効果的に活用するためには、ECはEC、リアルはリアルということでなく、コミュニケーション（認知・理解）上も、販促上も、全体戦略の中での位置付けを明確にする必要があります。そしてデジタル上に限らず、ECの特長を適切に把握し、他のメディア、販売チャネルとの組み合わせを考える必要があります。そこで本講座では自社の商品に適したECの役割を探るとともに、ECを含んだメディアプランニングの全体像を学びます。



（神野氏講義資料より）

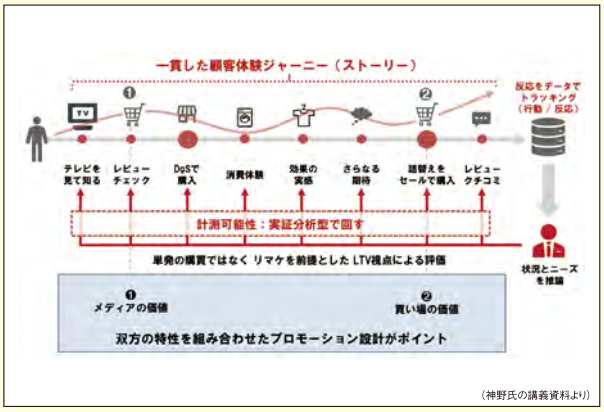
構築から運用・改善まで導く担当者が
押さえておくべき社内の関係部署の巻き込みから
ディレクションまで

EC市場の継続的な拡大やスマホの普及、ネット世代の増加も相まって、ECの利用は増加しているものの、なんとなくで作ってしまったECサイトは機能しづらい実情があります。それは生活者の購買行動が大きくデジタルシフトしたことによってECの役割が大きく変化しているため仕方のない側面があるものの、今新たな施策を打たない手はありません。そこで本講座ではECを活用するために、構築やリニューアルの際に必ず押さえておかなければならない事項からECで成果を上げるための運用・改善、社内での関係部署の巻き込み方までを学びます。

（川添氏の講義資料より）

ECにはECなりの
LTV最大化の方策がある

ECサイトに商品を置く時代、そしてラインナップを増やせば売れる時代は既に終わりを見せています。今後はさらなるEC乱立時代にも突入し単なる新規施策では通用しない状況が生まれます。そこで、新規獲得からリピート顧客育成まで、ECの特性を踏まえた効果的な指標に基づく実施施策の構築が必要です。その際、有効となるのがフェーズ毎に購買活動を分けて考える思考及び実施施策の打ち分けです。その手法を本講座では学びます。



（神野氏の講義資料より）

EC売上アップのためには、改善手順がある!

ECサイトの導入が一巡した段階にあって、ECを活用できる企業とそうでない企業との差も顕著になっています。そして、多くの企業が改善を試みるも、思うような成果が出ない状況もまた発生しています。背景には、目に見える課題に奔走していることが挙げられます。ポイント付与システムの導入や、店舗とのシナジーなどの機能を担わせようとしても、手順を押さえていない改善では、効果が出ません。そこで、短期で終わらせるべき施策と長期で行うべき視点に分け、改善の着手方法を学ぶことで、効果の出るECへ変貌させるための理解を深めます。

（川添氏の講義資料より）

カリキュラム

時間	テーマ	講義内容	講師
約135分	EC市場の全体像と アマゾン&楽天の 自社への活用法	EC市場の変化と推移／生活者の購買行動の変化／EC販促という考え方／アマゾンと楽天、その違いと特徴を知る／自社ECの役割の明確化	神野 潤一氏
約120分	ECの売上を最大化させる、 顧客フェーズ別 コミュニケーション戦略	サービス全体におけるECの役割の明確化／LTVの考え方に基づく顧客育成／ECにおける顧客フェーズ別コミュニケーション（流入～ロイヤルまで）／オンラインとオフラインの融合／CRM的EC施策事例集	竹井 慎平氏
約90分	ECサイト改革の手順	ECを成長させるメソッド／まず何からはじめるべきか／どのようなチームづくり、人選が必要か／販促、クリエイティブ、決済、機能など販売手法について／広告、メルマガ、LINEなどいかに低コスト集客するか／リアル店舗+ECとEC専業では役割・働き方が異なる／ワークショップ	川添 隆氏

※講師・日程・カリキュラムは変更の可能性がございます。予めご了承ください。

講師プロフィール

神野 潤一氏
株式会社電通
トランスフォーメーション・プロデュース局
ゼネラル・マネージャー

大手IT企業におけるEコマース事業運営経験から、顧客接点としての売場の価値の多様化を確信し、電通復帰。コンサルティングファームにおける事業価値評価などの経験をも総合的に活かし、現在、購買起点での逆算プランニングを行うプロモーション・デザイン局において、数多くの販促施策開発、実施に従事。ペンシルバニア大学ウォートンスクール経営学修士。

竹井 慎平氏
株式会社照應堂
代表取締役

1987年兵庫県生まれ。大学卒業後、総合広告代理店に入社。消費財や医療用医薬品・OTC、テーマパーク、ショッピングモール、自動車などのマーケティングを幅広く担当。その後、オムニチャネル構築を支援するIT企業に入社。クライアントのマーケティング、PR、PoCなどを支援。2020年より照應堂を設立。大手企業やベンチャーを対象に、OMO推進や統合的なコミュニケーション設計を行っている。

川添 隆氏
株式会社ビジョナリーホールディングス（メガネスーパー）
執行役員
デジタルエクスペリエンス事業本部 本部長

1982年生まれ。アパレル関連2社経験後、2010年にクレッジに転じ、EC事業の責任者としてEC事業を2年で2倍に拡大。2013年7月より現職。EC事業を含むデジタルに関わる全てを統括し、7年でEC関与売上は7倍、自社ECは月間受注は13倍に拡大。O2O・オムニチャネル推進を図り、他社のコンサルティングにも従事。2018年よりビジョナリーホールディングス執行役員。

講座概要

- 受講形態：宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信　※お申込日から7日間視聴可能。視聴期間内であれば、ご自身の自由なタイミングで視聴できます。
- **受講料金：54,000円(税込 59,400円)**　※申込金5,000円(税込 5,500円)含む
- 受講対象：ECの活用を検討している又は既に運用をしているマーケティング・デジタル・販促・営業企画・EC部門の方
  ECに関連した提案をする広告関連会社、EC事業者の方

お申込みはWebから またはこちらまで FAXにてお送りください ➡ 03−3475−3033

WEB申込 すぐご受講いただけます

FAX申込 受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

メーカー・ブランドのためのEC活用実践講座 お申込者情報記載欄

会社情報	会社名		TEL	
	住所 〒			
申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日 年 月 日
	Eメール			
派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日 年 月 日
	Eメール			
申込形態	①企業申込（請求書を発行します）	②個人申込	宣伝会議からの情報	①いる ②いらない ③ すでに届いている

お振込み先　三菱 UFJ 銀行　青山支店　普通　1145602　口座名義：株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別々の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなってしまった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできかねますのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とするご受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により㈱宣伝会議が取得した個人情報は受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー（https://www.sendenkaigi.com/privacy/）をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お問合せ
株式会社宣伝会議　〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号　新青山東急ビル9階
TEL：03-3475-3030　E-mail：info-educ@sendenkaigi.com　www.sendenkaigi.com/class/

Marketing & Creativity 宣伝会議