

SIMC タイムテーブル

6月3日(金)時点のタイムテーブルです。配信時間や講演内容を変更させていただく場合がございます。
最新情報は SIMC Web サイト上のタイムテーブルでご確認ください。

Day1 6月6日(月)

A 10:00～ ユーザーエンゲージメントの高め方

- 「モノ」以上に「人の価値観」を大切にする。顧客接点を拡げ続ける LG がコミュニケーションで大切にしていることは。
LG エレクトロニクス・ジャパン
- より愛されるブランドをつくる
ファンマーケティングとは
株式会社 Asobica
- 売上 20%アップを実現する
One to One マーケティングの要所を解説
スプリームシステム株式会社

B 12:15～ ブランドの理解を促すコンテンツと コミュニケーション

- ブランドへの理解を促すために。
「シャウエッセン断髪式」から学べること。
株式会社 電通
- 「動画マーケティング」とは何なのか?
ビデオコンテンツマーケティングのご紹介
プライトコープ株式会社
- メディア知見 × データで読み解く。
ポストコロナ時代に「刺さる」コンテンツ戦略
合同会社コンデナスト・ジャパン
- 採択事例にみる J-LOD(5) を活用した
プランデッドコンテンツ制作のポイント
田向 潤氏／経済産業省

C 15:00～ クッキーレス

- クッキーレス時代において、
事業会社のマーケティング部がやるべきこととは?
富士フィルムイメージングシステムズ株式会社
- フルファネル施策で頭打ちを突破する
～戦略設計から効果検証を具体事例で一挙解説～
株式会社オーリーズ／Qetic 株式会社
- ポスト Cookie 時代の Web マーケ戦略
株式会社 Speee

Day2 6月7日(火)

D 10:00～ VUCA 時代を生き抜く、データ利活用最前線。 リサーチだけに頼らないマーケティングとは

- プライバシー保護の時代だからこそ注目を集める
リサーチ会社のデータマーケティング
株式会社マクロミル
- 2022 年ヒット商品ユーザーってこんな人!
消費者プロファイルを高速ドリルダウン
株式会社マクロミル
- 集めたそのデータが「データビジネス」を
切り拓く!企業事例から学ぶデータ利活用方法
株式会社マクロミル／tance 株式会社

E 12:15～ SNS

- 激変する SNS トレンドと、
担当者が知っておくべき SNS のこれから
株式会社電通
- ファンの熱量を高める
Twitter・Instagram のコミュニケーション戦略
テテマーチ株式会社
- 日本ケンタッキー・フライド・チキン（株）の事例に学ぶ
「反響を呼ぶ SNS コンテンツの共通点」とは
株式会社 CARTA COMMUNICATIONS/ 日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
- 売上・事業成長にコミットする
パーソナライズ SNS マーケティング
株式会社 See you soon
- ファンに愛されるインフルエンサー施策は何が違う?
ブランドを成長させ、購買に繋げるための 3 つのポイント
株式会社スパイスピックス

F 15:35～ 国内外の DX トレンド

- メタバース、NFT、デジタルツイン…
最新の DX トレンドとは?国内外の事例と共に紹介!
Wunderman Thompson Tokyo

Day3 6月8日(水)

G 10:00～ 目的を明確にしてマーケティング施策に 生かすデータの見方

- 顧客の心理を知り、最高の体験を提供するために。
JT が「Ploom X」で推進する、目的を明確にした
データ利活用。
日本たばこ産業株式会社 (JT)
- Google アナリティクス 4 プロパティが見せる
新たなユーザー像
アユダンテ株式会社
- デジタル時代のキャンペーンマネジメント
by HCL Unica
株式会社エイチシーエル・ジャパン
オイシックス・ラ・大地 株式会社

H 12:15～ データ利活用

- 最適なメディアプランニングを実現する
広告効果検証とは
キッコーマン食品株式会社
- 「月間 10 万 PV から 1100 万 PV に」成長する
サービスの施策とこれからの戦略
スマートキャンプ株式会社／株式会社ユーザーローカル
- ユースケースで学ぶ 1to1 マーケティング
実現のための顧客データ統合の基本
株式会社 EVERRISE
- アシックスジャパン様のデータ利活用事例に学ぶ、
顧客コミュニケーション最適化
富士フィルムビジネスイノベーション株式会社

I 15:00～ コネクテッド TV や OTT の現況

- インターネット動画視聴環境の急拡大における、
視聴者と放送局、各サービスの変化とは?
株式会社情報通信総合研究所
- その視聴者分析、間違えていませんか?
視聴者解約を防止する最新テクノロジーについて
Conviva Japan 合同会社

Day4 6月9日(木)

J 10:00～ 顧客理解

- 担当者の熱量が顧客をつかむ。長年ピックリマンが
顧客に愛され続けてきた秘訣とは?
株式会社ロッテ
- YouTube 全盛時代の
生活者理解とテレビ CM 出稿最適化
株式会社インテージ
- 生活者ストーリー全体を捉えるためのデータ分析、
花王のツール活用事例
花王株式会社／株式会社ヴァリューズ

K 12:15～

顧客体験向上と収益最大化を実現するための成功事例
～モバイルファーストな新規事業から学ぶマーケティングとデータ活用～

- 2022 年に知っておきたいアプリマーケティングと
データ活用最新情報
data.ai/Liftoff Mobile 株式会社 / AppsFlyer Japan 株式会社
- 急成長ポイ活アプリ「トリマ」に聞く、
アプリを成功に導くベストプラクティス
Liftoff Mobile 株式会社 / AppsFlyer Japan 株式会社 / ジオテクノロジーズ株式会社

L 15:00～ データ利活用

- マス × デジタルを組み合わせ成果を最大化させる。
アイリスオーヤマの動画活用戦略
アイリスオーヤマ株式会社

- データ活用による新たな顧客体験
10,000 社の支援から見えてきた 3 つのトレンド
エンバーポイント株式会社

- 小売企業向け! CDP 活用によるデータ基盤構築事例
クロス送客による売上げアップを実現した
“ノーコード”によるデータ基盤とは?
株式会社データ X

- データ統合・活用で実際に起こっていること
～何故上手くいかないのか?～
株式会社 WACUL / 日本オラクル株式会社

Day5 6月10日(金)

M 10:00～ ギフト DX を切り開く EC サイトとは? ～ギフト × EC で創られる、新たな『贈り物』の可能性～

- ブランド体験のきっかけを生む、コミュニケーション
観点から見たエビスブランドのギフトの在り方
サッポロビール株式会社
- ギフト × EC で「お米」に付加価値を。年間 15 万
人が贈るお米ギフト EC を築いた京都「八代目
儀兵衛」の戦略とは?
株式会社八代目儀兵衛
- 京都・八代目儀兵衛 CMO が選ばれる
自社お米ギフト EC サイトの戦術を解き明かす
～集客・UI デザイン・CRM ～
株式会社八代目儀兵衛
- ギフト DX 時代に求められる自社 EC 構築
プラットフォーム～ソーシャルギフトの可能性とは～
株式会社ロックウェーブ

N 12:15～ マーケティング戦略全体を 最適化するには

- 「緻密」と「大胆」を掛け合わせてチャレンジし
続ける。バーガーミングのマーケティング戦略とは
株式会社 BK Japan Holdings
- 【個別 CPA から全体 ROI へ】トラッキング依存
から脱却したマーケティングの全体最適化
株式会社サイカ
- アプリマーケティングで抑えるべきポイントと
最新トレンド
adjust 株式会社
- B2B マーケティング最前線～数億円を使い、
売上 70 倍を実現したテレシーの戦略～
株式会社テレシー

O 15:00～ マーケティング・広告業界の組織開発

- テレワーク環境下の人材育成と、
受講データの分析・体系化に向けた取り組み
株式会社京王エージェンシー
- 企画書に必要な「言葉」と、
「不需要」な言葉とは?
株式会社 電通