

# SIMC タイムテーブル

6月4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7日(月)  | Day2 6月8日(火)  | Day3 6月9日(水)   | Day4 6月10日(木)  | Day5 6月11日(金)  |
|---|---|--|--|--|
| <b>I 10:00 ~</b><br><b>LTV を最大化させるためのコンテンツとコミュニケーション</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 カインズの DX 戦略におけるオウンドメディア「となりのカインズさん」の拡張的な役割<br/>株式会社カインズ</li> <li>2 LTV 向上に寄与する、カスタマーサクセス 2.0 の本質とは<br/>コミュニオン株式会社</li> <li>3 オウンドメディアで LTV を向上させるコツ! 顧客獲得とファン育成に取り組む事例紹介<br/>株式会社スマートメディア</li> </ul>  | <b>D 10:00 ~</b><br><b>ユーザーエンゲージメントの高め方</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 魅力的な人生ストーリーをビールに載せて届ける。ユーザーと共創する新しい消費のカタチ<br/>サッポロビール株式会社</li> <li>2 コアファンから見るインフルエンサーマーケティング<br/>THECOO 株式会社</li> </ul>   | <b>G 10:00 ~</b><br><b>メディア接点、購買接点を連携させた広告効果測定</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 メディア接点、購買接点を連携させた広告効果測定<br/>横山隆治事務所</li> <li>2 TV× 実購買データでできるテレビ CM 最適化<br/>CCC マーケティング株式会社</li> <li>3 Cookie レス時代を勝ち抜く! 成果 10% 増を実現したプロモーション全体最適化方法とは?<br/>株式会社サイカ</li> </ul>   | <b>J 10:00 ~</b><br><b>「顧客満足」 起点のマーケティング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 オルビスに学ぶ、ブランド価値と顧客満足度を上げるためのデジタル戦略<br/>オルビス株式会社</li> <li>2 販売を楽しむ事が顧客満足度に繋がる。教育とエンタメを融合した参加型プログラム<br/>ソフトバンク株式会社</li> <li>3 顧客エンゲージメントを高め、リピーターを育むデジタル戦略とは<br/>株式会社ランチェスター</li> </ul>                                 | <b>M 10:00 ~</b><br><b>オフラインの行動解析 (位置情報) を含めた、OMO 戦略</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 「移動の価値」が変わる時代に KDDI が実践する店舗の価値向上と OMO 戦略<br/>KDDI 株式会社</li> <li>2 位置情報インテリジェンス - 個人情報に依存しないマーケティングの可能性<br/>株式会社イノベーター・ジャパン</li> </ul>  |
| <b>E 12:30 ~</b><br><b>データの分析と利活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 会員の購買、行動を可視化する、ファミリーマートのデータ革命<br/>株式会社ファミリーマート</li> <li>2 1st Party データの活用 Google アナリティクス 4<br/>アコダンテ株式会社</li> <li>3 経営陣や現場までもが納得する DX 推進プロジェクトにするための必要条件とは<br/>株式会社 EVOC データ・マーケティング</li> <li>4 ポスト Cookie 時代に求められるデータ活用のあり方 ~ 1st パーティデータ活用と ID 統合 ~<br/>インキューデータ株式会社</li> </ul> | <b>F 12:30 ~</b><br><b>ユーザーを巻き込み話題化させていく SNS の使い方</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 SNS 上で “共感” を生み出した、森永製菓「ミルクココア」の広告展開<br/>森永製菓株式会社</li> <li>2 東映が実践する、コンテンツの魅力を生かした SNS 運用と、組織でのデータ活用活性化<br/>東映株式会社 / 株式会社ユーザーローカル</li> <li>3 DeNA に学ぶ、YouTube マーケティングを成功に導くポイント<br/>株式会社エビリー / 株式会社ディー・エヌ・エー</li> <li>4 “パートナー化” による役割分担で成功する SNS 運用について<br/>LIDDELL 株式会社 / 市川 絢子 氏</li> </ul> | <b>H 12:30 ~</b><br><b>コロナ時代の POWER OF OOH (Out Of Home) ~ OOH の広告価値を可視化させたビッグデータによる効果事例 ~</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 グローバル視点から見る、OOH 業界全体の動向とコロナ時代に関する対応<br/>株式会社 LIVE BOARD / Hivestack / DPAA</li> <li>2 OOH の広告価値の再定義 ~ ビッグデータを用いた指標の最新動向について<br/>株式会社電通 / 株式会社 NTT ドコモ / 株式会社 LIVE BOARD</li> <li>3 Paravi が実践する最新の統合メディアプランニング事例 ~ テレビ × デジタル × DOOH のトリプルメディア効果検証 ~<br/>Paravi / 株式会社電通 / 株式会社 PORTO / 株式会社 LIVE BOARD</li> </ul> | <b>K 12:30 ~</b><br><b>あらゆる購買接点がデジタル化する時代のデジタルマーケティング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 あらゆる購買接点がデジタル化する時代に、リアル・デジタル両輪で推進するマーケティング戦略<br/>株式会社キタムラ</li> <li>2 マツキヨ・ウエルシア・スギなど 大手ドラッグ導入の注目メディアの活用術!<br/>株式会社ロケット / コロニー株式会社</li> <li>3 顧客が求める答えを届ける『サイト内検索』 Yext Answers<br/>株式会社 Yext</li> </ul> | <b>N 13:00 ~</b><br><b>広告メディアビジネスの次世代型モデル “AaaS” とは ~ 常時接続化時代のイノベーション創出 ~</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 広告業界に求められる進化: データとシステムの利活用による意思決定の重要性<br/>株式会社データビークル / 株式会社博報堂 DY ホールディングス</li> <li>2 “AaaS” を支えるシステム基盤 「統合メディア DWH」 がもたらす進化<br/>株式会社博報堂 DY メディアパートナーズ / デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社</li> <li>3 広告主の事業貢献を実現する “AaaS” の各サービス群の紹介<br/>株式会社博報堂 DY メディアパートナーズ</li> </ul> |
| <b>C 15:40 ~</b><br><b>課題を解決するオンライン動画活用</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 西友のミールソリューション戦略「子どもの野菜嫌い」「惣菜購入への抵抗感」・食卓の課題解決を目指す、西友の取り組み<br/>合同会社 西友</li> <li>2 成功する YouTube 広告運用の 3 つの秘訣 - 小さく始めて大きく育てるアジャイル運用のススメ<br/>株式会社オーリーズ</li> <li>3 リード獲得に効く! コロナ禍で生まれた新手法「ライブ配信」のススメ<br/>ALPHABOAT, LLC</li> </ul>   | <b>O 15:40 ~</b><br><b>お客様に寄り添い進めるパーソナライズドマーケティング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 お客様それぞれに合ったデジタル体験を目指して。三井住友銀行が推進するパーソナライズドマーケティング<br/>株式会社三井住友銀行</li> </ul>  | <b>A 15:40 ~</b><br><b>ブランドのファンを増やす SNS 活用マーケティング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 ブランドのファンが増える SNS 活用マーケティング<br/>株式会社ミルボン</li> <li>2 特化型 SNS でのファン作りから、Instagram、YouTube への展開<br/>ルームクリップ株式会社</li> </ul>  | <b>L 15:40 ~</b><br><b>BtoB マーケティング&amp;セールス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 SmartHR から学ぶ カスタマーサクセスの重要性とは<br/>株式会社 SmartHR</li> <li>2 BtoB マーケでうまくいく会社の特徴 ~ 理想論と実務に分けて解説 ~<br/>株式会社デジタルアイデンティティ</li> </ul>  | <b>B 15:40 ~</b><br><b>企業の理念、想いを伝えるコーポレートブランディング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 グローバルカンパニーの企業変革を支える、新しい経営理念の浸透活動とは<br/>オリンパス株式会社</li> <li>2 組織が劇的に動き出す、パーパスの秘密。<br/>株式会社たぎコーポレーション</li> <li>3 情報伝達を深化させるインターナルコミュニケーションにおける “動画” 活用<br/>ブライトコープ株式会社</li> </ul>   |