

アドタイ・デイズ2021 Autumn タイムテーブル

8月27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。
最新情報はアドタイ・デイズ Webサイト上のタイムテーブルでご確認ください。

Day1 8月30日(月) マーケティング・ストラテジーDay

A 10:00 ~
LTVを高める顧客理解と体験設計
1 メルカリMarketingのコミュニケーション戦略とKPI設計及び具体事例 株式会社メルカリ
2 マーケティング5.0時代 ビジネスグロースに必要なテクノロジー活用と人間らしさとは Braze株式会社
3 【実例紹介】AmplitudeによるLTV向上に効くユーザー行動分析と施策実行 株式会社DearOne

B 12:15 ~ データ利活用

1 NEW NORMAL,NEW 7-Eleven —新しいお客様に、新しいセブン-イレブンを— 株式会社 セブン-イレブン・ジャパン
2 ポストCookie! リテールメディアを活用したブランドメーカーのデジタル戦略 株式会社アドインテ
3 現場のファクトで戦略立案! 棚前行動データを活用したマーケティング戦略とは コニカミノルタ株式会社
4 「よなよなエール」を生んだヤッホーブルーイングが実践する、顧客目線のサイト改善 株式会社ヤッホーブルーイング / 株式会社ユーザーローカル

C 15:00 ~ いま企業が考えるべき、顧客基点でのマーケティング戦略

1 消費者の変化と、マーケティング戦略の考え方 株式会社クー・マーケティング・カンパニー
2 ユーザーデータ規制で今注目される、アプリ起点のCRMとデータマーケティングの実例 エンバーポイント株式会社
3 激変する消費者行動、リアルタイムでユーザー行動を予測するデータサイエンスプラットフォーム「AIXON」 Appier Japan株式会社

Day2 8月31日(火) インサイトDay

D 10:00 ~
店舗とオンライン、顧客接点
1 きっかけをインストールする。アナログ企業だからこそできる! 購買体験DXの全貌 株式会社三越伊勢丹
2 アフターコロナのMaaSにおけるOMO戦略 株式会社アイリッジ
3 アルテサロンが考えるこれからの店舗集客とは 株式会社Faber Company 株式会社アルテサロンホールディングス
4 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 株式会社ランチェスター

E 12:50 ~ Z世代・若年層

1 (仮)Z世代へのアプローチについて 富士フイルム株式会社 / 株式会社伊勢半
2 これからの子どもたちに提供すべきブランド体験の設計とは? 株式会社ARROWS
3 学校におけるマーケティング事例の紹介 株式会社ARROWS

F 15:35 ~ カスタマーエンゲージメント

1 友人の輪を広げつづける! ヤッホーブルーイングが掲げる究極の顧客志向 株式会社ヤッホーブルーイング

Day3 9月1日(水) コンテンツDay

G 10:00 ~
オウンドメディア
1 ブランドへの共感と信頼を生む、LIFULLのオウンドメディア戦略 株式会社LIFULL
2 伊藤忠のサステナブルオウンドメディアに学ぶ! 集客〜ブランディングを成功させるコンテンツづくり 株式会社スマートメディア / 伊藤忠商事株式会社
3 バズらない動画の話をしようか〜ユーザーのことを考えると行き着く動画の話〜 株式会社Faber Company

H 12:15 ~ SNS

1 食べだしたらキリンがない「じゃがりこ」流ファンベース—14年続けた「じゃがりこ」からオープンコミュニケーションへ— カルビー株式会社
2 食品メーカー事例に学ぶ、売上につながるYouTubeプロモーションのポイント 株式会社エビリー / オハヨー乳業株式会社
3 複雑化するインフルエンサーマーケティングを乗り越え THECOO株式会社

I 15:00 ~ 動画などブランデッドコンテンツ

1 パーバドリブんなブランデッドコンテンツで幅広い層からの好意度向上に貢献。丸亀製麺がYouTubeドラマを実施した背景とは 株式会社丸亀製麺
2 YouTube広告攻略の極意〜Google、制作パートナー、代理店の3社が語るYouTube広告の勝ち筋とは〜 グーグル合同会社 / 株式会社DigitalBlast / 株式会社オーリーズ
3 高品質LIVE配信が生み出すコミュニケーションとその最新潮流 ALPHABOAT,LLC

Day4 9月2日(木) コーポレートブランディングDay

J 10:00 ~
SDGs
1 「Beyond Medicine」患者さんの課題解決のためのコミュニケーション ヤンセンファーマ株式会社
2 心に響くインクルーシブなビジュアルとは ゲッティイメージズジャパン株式会社

K 12:15 ~ インナーコミュニケーション

1 企業ブランドを再構築する、考え方と実践。凸版印刷がリブランディングを推進する理由とは。 凸版印刷株式会社
2 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 ブライトコープ株式会社



Day5 9月3日(金) メディアDay

M 10:00 ~
TVなどマスメディアの戦略・効果測定
1 “Uniqueness”を表現して市場を開拓! 「DUO」「CANADEL」のグロース戦略 プレミアムエンタテインメント株式会社
2 ポストコロナに求められるTVCM新戦略—効果可視化を基にした成果報酬型バイイング 株式会社サイカ

N 12:15 ~ コミュニティの新潮流

1 横浜DeNAベイスターズがリアルとバーチャルでつくるコミュニティの未来 株式会社横浜DeNAベイスターズ
2 ライブ配信の世界へ:ブランドと繋がるコミュニティ Amazon Japan
3 マーケティング効果を最大化するリモート時代のコミュニティの作り方 コムニオン株式会社
4 パーティカルなコミュニティ×ECが生み出す価値と未来 ルームクリップ株式会社 / 株式会社bydesign

O 15:00 ~ 「Yahoo! JAPAN DATA Conference '21 ~DXをデータからはじめよう~」in アドタイ・デイズ秋

1 誰もがデータを使える組織にするには 西川株式会社 / 株式会社電通デジタル / ヤフー株式会社
2 最新・ビッグデータ分析の舞台裏—活用企業に聞く— アステラス製薬株式会社 株式会社U-NEXT / ヤフー株式会社
3 BIツールで始めてみるヤフー・ビッグデータ分析 株式会社セールスフォース・ドットコム / ヤフー株式会社