

位置情報のパイオニアと商圈分析の専門家が語る スマートフォンのGPS位置情報を活用した エリアマーケティングの新潮流

チェーン企業・広告代理店・BtoCメーカーの担当者様 必見！

こんな方に
オススメ

- ・店舗開発、販売促進、経営企画、マーケティング担当様。
- ・GPS位置情報を用いたマーケティング手法を知りたい。
- ・エリアマーケティングに新しい分析軸を取り入れたい。
- ・最新のアドテック、商圈分析手法と事例を知りたい。

参加
無料

※事前申込みは必須です。
申込みがない場合は入場をお断りします。

2018年10月5日 金

定員 40名

開催時間 14:00～16:30 (13:45～受付)

会場 JR博多シティ 10F会議室

JR博多駅直結 (アミュプラザ博多内)



お申し込み

<http://www.giken.co.jp/seminar/> FAX : 03-3506-1807

貴社名

TEL

FAX

ご住所

氏名

部署名

Email

- ・天災及びその他やむを得ない事情により、予告なく開催を中止させていただく場合がございます。
- ・本セミナーは事前申込みが必須です。お申込みが無い場合、参加をお断りします。
- ・同業他社および個人の方のお申込みはお断りします。
- ・当社の判断によりセミナーへのご参加を理由のご説明なくお断りする場合がございます。
- ・お申込状況によって1社あたりのご参加人数を調整をさせていただく場合もございます。あらかじめご了承ください。

お申し込みいただいたお客様の個人情報は、弊社の「個人情報保護方針」(<http://www.giken.co.jp/privacy/>)に同意いただいたものとし、安全且つ厳重に管理いたします。個人情報は各種セミナー、イベントや製品情報のご案内に利用し、講演企業以外にご同意なく第三者に開示・提供することはありません。その他の事項については「個人情報の取扱いについて」(<http://www.giken.co.jp/privacy/>)をご参照下さい。

スマートフォンのGPS位置情報を活用した エリアマーケティングの新潮流 -位置情報のパイオニアと商圏分析の専門家が語る-

2018年10月5日 金

開催時間 14:00～16:30 (13:45～受付)

会場 JR博多シティ 10F会議室

参加
無料

Profile Passport × MarketAnalyzer™

位置情報のパイオニアと商圏分析の専門家によるエリアマーケティングセミナー

企業においてビッグデータの蓄積が進む中、集積したデータをビジネスに価値のある形で市場に展開することに挑戦する企業が増えています。今回ゲストとしてご登壇いただく株式会社ブログウォッチャーは、リクルートと電通を母体とする位置情報マーケティングのパイオニア企業です。位置情報をはじめとするビッグデータを単に蓄積する時代は終わり、それをいかにマーケティング手法に取り入れ、新たな知見を生み出すかがテーマになっています。本セミナーでは位置情報のパイオニアと商圏分析の専門家より、最新情報と培ったノウハウ・事例をわかりやすく具体的にお話します。

第1部 スマホ位置データの活用によるエリアマーケティングの進化



「位置情報」という言葉は2009年頃から日本でも注目され始め、以降、様々なサービスが生まれてきました。「位置情報」を活用したサービスは急速に私達の日常に浸透したと実感しております。マーケティングの世界においても位置情報を活用した広告が普及してきております。ブログウォッチャーでは国内最大級のスマホ位置情報データプラットフォームを展開しており、広告事業やDMP事業に取り組んでいます。本パートではスマホ位置データを活用したエリアマーケティングでの分析事例をご紹介します。新規出店時のマーケット調査での活用や競合店舗の顧客分析での活用など、最先端の事例からエリアマーケティングの今後の進化についてお話します。

株式会社リクルートコミュニケーションズ
プロモーションプランニンググループ
株式会社ブログウォッチャー
ロケーションインテリジェンス本部 コンサルタント
横山 直弘 様

2017年、株式会社リクルートコミュニケーションズに入社。
2018年、株式会社ブログウォッチャーに配属。GIS 関連の商品開発に携わる。
現在、当該位置情報サービスは大手アプリを中心に導入されており月間利用ユーザは2000万人を突破し、弊社ではビーコンやwifiも含め広く位置情報全般の活用を推進しています。

第2部 エリアマーケティング分析の最新トレンド

技研商事インターナショナルは、GIS（地図情報システム）の開発・販売・運用支援を行う企業です。30年に渡り2,000社以上のエリアマーケティングを支援して来ました。昨今のIT環境の進化によって、GPS位置情報やインターネットの閲覧履歴データなどのビッグデータを商圏分析・エリアマーケティングに活用する手段や手法が拡充されてきました。これによって従来実現不可能だった様々な商圏分析事例が蓄積されています。競合店舗への来訪者の分布を可視化したり、時間帯や曜日別の傾向を把握したり、生活者を年齢や家族構成といったデモグラフィックの変数だけでセグメントするのではなく、興味・関心データを用いてサイコグラフィック的要素も分析軸とすることができるようになっています。本パートでは、チェーン企業をはじめとする生活者をターゲットとする業界に適用できる新しい商圏分析手法をGIS（地図情報システム）のデモンストレーションを交えてわかりやすく解説します。



1972年東京生まれ。早稲田大学政治経済学部卒業。不動産業、出版社を経て、2002年より技研商事インターナショナルに所属。小売・飲食・メーカー・サービス業などのクライアントへGIS（地図情報システム）の運用支援・エリアマーケティング支援を行っている。わかりやすいセミナーが定評。年間講演実績90回以上。

技研商事インターナショナル株式会社
執行役員 営業本部副本部長
マーケティング部 部長 シニアコンサルタント
市川 史祥