

大量データからブレない戦略を立てるテレビ・データとは オルタナティブデータ活用セミナー

TV視聴ログ+CM接触ログ×エリア+デジタル+商圈分析

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

- ・マーケティング担当様、マーケティング支援企業様。
- ・プロモーションの効果測定に課題を感じている方。
- ・エリアマーケティングに新しい分析軸を取り入れたい方。
- ・最新の商圈分析手法や業界動向の情報がほしい方。

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。

2020年3月19日 木



開催時間 14:30～16:30 (14:15～受付)

会場 東京国際フォーラム G701会議室

東京都千代田区丸の内3-5-1/JR有楽町駅より徒歩1分/JR東京駅より徒歩5分

定員 90名

申込方法

弊社HPから <https://www.giken.co.jp/seminar-event/> の申し込みフォームにご入力下さい。

FAXから 下記申込欄にご記入後、FAX 03-5362-3966まで送信してください。

3営業日以内に受付メールをお送りします。万が一3営業日が経過しても連絡がない場合、大変お手数ではございますが、再度FAXをお送りいただくか、セミナー運営事務局までご連絡ください。

- ・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

<https://www.giken.co.jp/seminar-event/>

FAX : 03-5362-3966

貴社名

TEL

FAX

ご住所

氏名

部署名

Email

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」(https://www.giken.co.jp/privacy_policy/)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」(https://www.giken.co.jp/privacy_policy/)をご参照下さい。

分析・解析の専門家集団による定例セミナー

大量データからブレない戦略を立てるテレビ・データとは

オルタナティブデータ活用セミナー

TV視聴ログ+CM視聴ログ×エリア+デジタル+商圏分析

2020年3月19日 木

開催時間 14:30～16:30 (14:15～受付)

会場 東京国際フォーラム G701会議室

東京都千代田区丸の内3-5-1/JR有楽町駅より徒歩1分/JR東京駅より徒歩5分

参加
無料

調査・分析のTOP企業と商圏分析の専門家によるマーケティングセミナー

技研商事インターナショナルでは、商圏分析・エリアマーケティングに関する最新動向や分析手法・事例を紹介するセミナーを定期開催しています。今回は株式会社インテージの深田様をゲスト講師にお呼びして、保有する生活者のあらゆる側面を捉えるデータを活用したマーケティングについてご講演いただきます。

TV視聴ログ、CM接触ログなどを用いたマーケティングをテーマに、GIS（地図情報システム）による商圏分析手法と事例も合わせて解説します。

早期の満員御礼が予想されます。お早めのお申込みをお待ちしております。

第1部 2020年からはじめる！エリア軸で考える広告アプローチ

「大量データからブレない戦略を立てるテレビ・データとは…」

日本の広告費は、ネット広告が、2004年にラジオ広告を抜き、2007年に雑誌を抜き、2009年に新聞広告を抜き、2019年遂に、テレビ広告を超えると、噂されています。
(2020年1月30日時点)

ただ、テレビ広告は一度に大量の生活者に同一性の情報を届けるメディアとしては、最強のメディアであることは変わりはありません。そんなテレビの大量の視聴データを扱うインテージでは、視聴データの特性を生かして、エリア軸でのマーケティングプランニングの提案を、2020年、積極的に行っていきます。

これまででは、テレビ広告をエリア軸で考えることはしなかったし、されなかったわけですが、今回のセミナーでは、その考え方・分析事例についてご紹介します。



株式会社インテージ
コミュニケーション事業本部
テレビ戦略データ マネージャー
深田 航志 様

1998年ビデオリサーチ入社。調査部門に配属後、テレビメディアの営業を経て、デジタル部門で、主にモバイルの視聴率データの開発・企画・営業を担当。2016年からテレビ視聴データと、外部データホルダーとの提携を担当。2017年に日本インタラクティブ広告協会(JIAA)に外向。2018年 インテージでCO事業本部でメディアデータの 프로모ート担当として商品企画を担当、2019年からは、テレビデータ戦略マネージャー。

第2部 エリアマーケティング・商圏分析の最新トレンド/手法/事例



TV・CM視聴ログ、GPS位置情報やインターネットの閲覧履歴データをはじめ、様々なビッグデータ（オルタナティブデータ）がマーケティング分野で活用できる環境が整ってきました。これらビッグデータに、地図というツールを介して空間的な意味を与える分析口ジックや手法が進化しています。

第2部ではGIS（地図情報システム）を用いた商圏分析・エリアマーケティングについて、これまでの基本的な分析手法を抑えつつ、ビッグデータの活用によってこれまでできなかった新しい分析や新たに得られる知見について、具体的な事例や実機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。多店舗展開のチェーン企業や生活者をターゲットとするメーカーの皆様にも参考にさせていただける内容です。

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

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。