

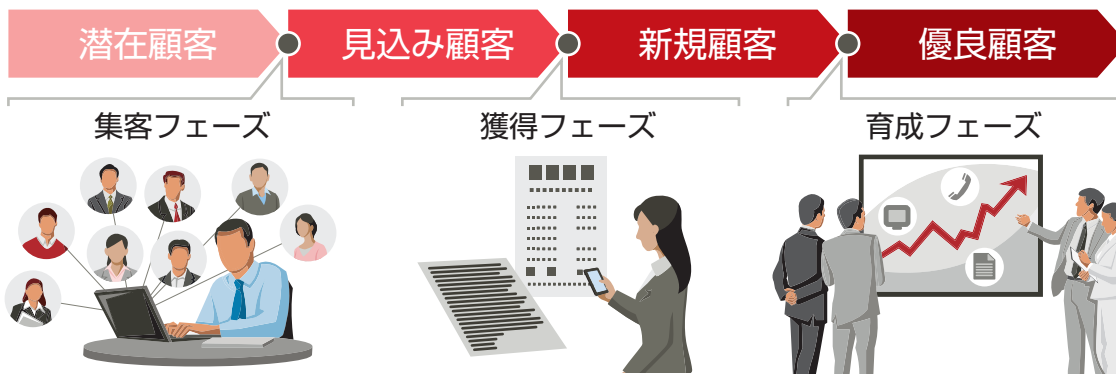
ビジョン共創ワークショップ

デジタル時代の マーケティング 変革

デジタルマーケティングによる顧客エクスペリエンス最大化

顧客との接点やコミュニケーション方法が多様化した現在、チャンネルをまたいで顧客に一貫した体験を提供し、カスタマーエクスペリエンス（CX）を高めることが重要です。そのためには、様々な接点データを収集して顧客を深く理解し、顧客の集客～獲得～育成のプロセス全体を最適化するデジタルマーケティングの実践が必要不可欠です。本ワークショップでは、世の中の最新動向や富士通が実践の中で得たノウハウをご紹介しますながら、お客様の課題やあるべき姿や取り組みの方向性を明らかにし、革新への一歩をご支援いたします。

■ 顧客プロセス



このようなお客様へ

デジタルマーケティングに
これから取り組もうとしている

デジタルマーケティングに
すでに取り組んでいるが、見直したい部分がある

テーマ例

- ・ 集客を目的としたWEB広告の精度を向上したい
- ・ ニーズが顕在化した顧客のCV率（購入・資料ダウンロードなど）を上げたい
- ・ お客様を優良顧客化し、離反を防止したい
- ・ 社内外で分散しているデータを統合し、マーケティング施策に活用したい
- ・ データドリブンでの営業活動の高度化を目的としたデジタルマーケティングを実践したい



当日の流れ ~ 180分

個社ごとに対応

参加人数：~ 10人

<p>1 お客様ビジネスの確認</p> <hr/> <p style="text-align: right;">20分</p>	<p>現在実施している販売方法、オウンドメディアの種類や位置づけ、顧客情報の活用などについて確認させていただきます。その後、集客～獲得～育成の各フェーズにおいて、お客様の現状を整理いたします。</p>
<p>2 あるべき姿策定 ワークショップ</p> <hr/> <p style="text-align: right;">140分</p>	<p>世の中の最新動向や富士通の事例をご紹介します。デジタルマーケティングの勘所をご説明します。デジタルマーケティング分野の専門家とともに、ディスカッションをしながら、お客様の課題を見える化し、あるべき姿や具体的な取り組みの方向性を明らかにしていきます。</p>
<p>3 本日のまとめ</p> <hr/> <p style="text-align: right;">20分</p>	<p>デジタルマーケティングに取り組む上でのポイントをおさえながら、本日の検討内容のまとめを実施します。</p>

**様々な部門や業務の方にお集まりいただくことで、
より効果的に活用いただけます。**

【部門例】 マーケティング、経営企画、営業企画、情報システム部門など

【職種例】 広告運用、WEB サイト運営、コンテンツ制作、企画、プロモーションなど

主な開催実績



製造業



小売業



サービス業



証券業



保険業



エネルギー業

など

お申し込み方法

お申し込みについては、弊社担当営業までお問い合わせください。

お申し込みにあたり、マーケティングの現場における課題などをヒアリングさせていただきます。

会場

富士通デジタル・トランスフォーメーション・センター

■住所 世界貿易センタービル <受付30階>
(東京都港区浜松町2-4-1)

■交通

JR 山手線・京浜東北線／東京モノレール「浜松町駅」より
2階コンコースで直結（東京駅から6分、羽田空港から22分）
都営地下鉄浅草線・大江戸線「大門駅」より
地下1階で直結（B3出口）（浅草から15分、新宿から15分）

その他のワークショップについては
こちらからご確認ください。

<http://www.fujitsu.com/jp/facilities/dtc/>



浜松町駅構内図（2階）

