

マーケ大カンファレンスとは

マーケティング業界最前線で活躍する講師を招き、第一線のマーケティングノウハウを学べるカンファレンスです。最先端のマーケティングを新潟の地で学び、企業やビジネスパーソンのマーケティング力底上げをめざして開催します。

マーケティング力で新潟の未来を創る



〈主催者〉
グローバルマーケティング (株)
代表取締役 今井 進太郎

グローバルマーケティング株式会社では、「マーケティング=売れる仕組みづくり」を学び実践するセミナー「マーケティング大学(通称:マーケ大)」を新潟、福島、群馬で開催しており、受講者はのべ3,000人を超えました。マーケ大が提供する最大かつ最先端のセミナーである「マーケ大カンファレンス」は、今年で4回目を迎えました。毎回約150名の方にご参加いただいております。過去3回の受講者からは、「学んだことを実践に移すことを考えるとワクワクが止まらない!」といったお声を多数いただき、「来年の講師が今から楽しみ!」と次の開催を期待する声がたくさん寄せられました。皆さまからのお声を励みに、今年も当社スタッフで厳選した豪華講師陣をお迎えしました。「実践せずにはいけない!」そんな感情を抱くこと間違いありません。そして、このマーケ大カンファレンスが皆さまのビジネスを加速させ、地域に多くの光輝く企業・店舗が誕生することを心から願っております。皆さまのご参加、心よりお待ちしております。

マーケ大カンファレンスの歩き方

Step. 1

受付

開演 30 分前より会場
入口にて受付開始

Step. 2

基調講演

オリエンテーション後、
基調講演を受講

Step. 3

分科会①②

それぞれ1講座ずつ
受講 (事前選択制)

Step. 4

スーパー プレゼンテーション

分科会講師による
セッション

Step. 5

懇親会

講師を交えての懇親会
(参加費別途)

プログラム詳細

9:00~ 受付開始

9:30 ~ 10:30
開会式

マーケ大カンファレンス開会のごあいさつ、オリエンテーション、名刺交換・参加者交流タイム、表彰式
会場: スノーホール B ※名刺をお持ちください。

10:30 ~ 12:00
基調講演

これからの消費を刺激する"7つのツボ"

〈講演者〉原田 曜平氏

「マイルドヤンキー」や「伊達マスク」、「さとり世代」という言葉の名付け親である原田曜平氏がマーケ大カンファレンスに初登場。若者といえば、お酒離れ、車離れなど消費をしないというネガティブなイメージを持っている企業も多いはず。若者研究とマーケティングおよび商品開発を専門とし、博報堂ブランドデザイン若者研究所リーダーを務める同氏が、若者たちの変化の要因を分析した上で、心をつかむ7つのツボとともに若者マーケティングを語ります。

13:00 ~ 14:30
分科会①

A 会場

ファン作り

よなよなエール流 絆を深めて、 熱狂的なファンを生む方法

〈講演者〉佐藤 潤氏

よなよなエールをはじめとしたクラフトビールの製造・販売メーカーである(株)ヤッホーブルーイング。縮小傾向にある国内ビール市場で、13期連続増収増益を遂げている同社において、ファン作り・顧客ロイヤルティ向上部門の責任者を務める佐藤潤氏が経営戦略、組織づくり、ファンとの共感・信頼づくりについて紹介します。

B 会場

WEBマーケティング

WEB サイト改善を社内で実施していく ために大切なポイント

〈講演者〉小川 卓氏

WEB サイト改善の具体的な施策の事例を紹介すると共に、WEB サイト・WEB マーケティングの重要性を社内に伝えるための手法をお伝えします。WEB マーケティングは担当者だけが頑張っても成果は上がりません。社内共有会を行い、PDCA の仕組みを作り、全社一丸となって取り組む必要があります。WEB コンサルティングにおいて圧倒的な成果を残す小川卓氏が、そのポイントを解説します。

C 会場

リサーチ

消費者の隠れたホンネを聞き出す技術

〈講演者〉早尾 恭子氏

消費者の意識や行動、感情など、数値化できないデータをインタビューで収集する「定性調査」。人々の気持ちの奥底にある本音やこだわりを引き出すことができます。その本音やこだわりは、商品やサービスの開発・改良に活かすことができます。プロのモデレーター(定性調査の聞き手)として活躍している早尾恭子氏が「聞き出すコツ」をお伝えします。

14:50 ~ 16:20
分科会②

ブランディング

思わず買ってしまうブランドの作り方

〈講演者〉桶谷 功氏

人が思わず買ってしまう心のスイッチを「インサイト」と呼びます。そのスイッチを見つけ、ブランディングで押すことによって、売れるブランドをつくることができます。どんな商品カテゴリーにもインサイトはあるので、ブランディングを売上に結びつけることが可能です。さまざまな事例をもとに、人が「欲しい」と思うスイッチをどう見つけるのか、自社の製品やサービスへの思いや強みをどうブランディングすれば、このスイッチを押せるのか、企業規模の大小に関係なく実践できるノウハウ・秘訣を紹介します。

営業

成果に繋がりやすい実践営業

〈講演者〉金沢 秀次氏

収益は顧客に喜ばれた結果でしか上がりません。長続きしません。故に顧客の見極めを間違えると収益には繋がりません。「収益に直結する顧客の見極め方」「顧客との面談のただ一つの目的」「目的を成功に導くステップ」等、収益に繋げるポイントがいくつかあります。次の日から商談を成立させ収益を上げる実践的なクロージングノウハウを紹介いたします。

人材活用

若手の定着率を上げた会社は何をしたのか? ~事例を交えてポイントを解説

〈講演者〉長井 亮氏

若手採用が厳しい中、企業側は人材の流出を防ぐため「定着」をキーワードに様々な施策に取り組んでいます。社内アンケートを取り、課題に優先順位をつけ、プロジェクトを作り社内の風土を変えようとしているものの、様々な施策で、かえって疲弊し皮肉にも離職率が増加してしまうことに陥っています。そんな中、若手の定着率を上げている企業はどんな手順で何を行ったのか。事例を上げて紹介します。

16:40 ~ 18:00

スーパープレゼンテーション

分科会講師が一堂に会し、講師一人ひとりから講義のエッセンスを解説

分科会講師より講義のエッセンスを共有いただきます。

受講した分科会の復習に加え、受講できなかった分科会講義の重要ポイントがわかります。毎年大好評です。

18:30 ~ 20:30
懇親会

分科会講師・参加者による懇親会 ※カンファレンスとは別にお申込みが必要です

会場/ホテル日航新潟 30F 鳳凰の間 会費/お一人様 8,000 円 (税込) ※カンファレンスの参加費には含まれておりません