

MCEI 東京支部 2021 年 3 月定例研究会 プログラム

『コロナ禍に生き残る！企業の実践とその報告<第6回>』

2021年3月25日(木)17:30~19:30 Zoom オンライン

<発表企業・タイムテーブル>

17:30~17:35 イントロ・この研究会の意義

17:35~17:50

伊藤景パック産業(株) 伊藤景太氏(企画開発本部本部長)

「コロナ禍における取組み パッケージの活用による課題解決支援」

・昨年はじまったコロナ禍以降、消費トレンドも大きく変化し、それに伴って私達の取り扱うパッケージのニーズも変わっていきましたが、コロナ禍において新たに生まれた課題、根強く残る経営課題に対し、特にパッケージの活用が有効であった事例についてご紹介致します。

最後に、アフターコロナを見据え、長期的に取組む環境配慮型素材開発の取組みについてご紹介致します。

17:55~18:10

西川コミュニケーションズ(株) 藤枝テッド和己氏(戦略推進室室長)

「コロナ禍における DX の重要性~国際エコー賞の事例から~」

・世界的に権威があるマーケティングアワード「国際エコー賞」で最終審査委員を務める藤枝氏。審査員の立場から見る世界の DX 例、西川コミュニケーションズの DX 取組事例を紹介

18:15~18:30

日本製紙クレシア(株) 高津尚子氏(取締役営業推進本部長兼マーケティング部長)

「SDGs 視点のマーケティング」

・既存商品の付加価値見直しによるメーカー/倉庫/物流/ユーザーの「四方よし」

18:35~18:50

(株)オノフ 安宅正晴氏(代表取締役社長)

「コロナ禍で求められる新たな顧客体験価値」

・感動体験ではロイヤル化しない?顧客理解に基づくオノフのブランドファン作りとは届く情報を思わず「自分ごと化」したくなる、最適なコンテンツとタイミングの極意
顧客データ×気象、顧客データ×フィットネスジムなど事例も紹介

19:00~19:30

質疑応答タイム・ディスカッション
