

ユーザーインサイト解説からの企画設計

～ユーザーニーズ × 売上 × ブランディング × カスタマーサクセスの実現を目指して～

講師

島田 明恵

株式会社 FiNC Technologies 執行役員
インタラクティブ・コミュニケーション事業本部 本部長



同志社大学卒業後、読売テレビ放送株式会社に入社。
スポーツや料理番組を中心に幅広くメディア事業に携わる。
2001年、LVMHグループに入社し、各部門の責任者を歴任するとともに富裕層ビジネスにおいては圧倒的な経験を有する。
その後、「野菜ソムリエ」をはじめとする様々な資格事業を運営するフードディスカバリー株式会社の取締役 COO を経て 2016年、株式会社 FiNC Technologies に参画。
現在は執行役員として、FiNC のアセットを活用した、クライアント企業のマーケティング / プロモーション事業やアライアンス等を担当。
慶應大学教授との共著論文発表、立教大学兼任講師を務めるなど教育分野での活動も多数
21年8月1日より、東北大学未来型医療創造卓越大学院プログラム 特任教授（客員）に就任

医療やヘルスケア分野の市場の拡大により、多くの企業が新規参入や事業展開にしのぎを削っています。しかし、拡大が見込めるコンシューマー（消費者）を対象とするビジネスは、これまでの医療ビジネスの常識が通じない分野でもあります。医療現場は「顧客が見える」ため、各顧客のニーズを理解して直接働きかけることが可能である一方、ヘルスケアなどの顔の見えない消費者が顧客であり直接の購買者でもある分野では、消費者が何を欲しているか、あるいは普段意識しないまでも何があったら嬉しいのかを把握し、消費者が「これが欲しかった」と思うような製品・サービスを市場に出すことが重要です。更に、その良さを消費者の琴線に触れるような形で訴求することも大切です。

このためには、個人ではなく多くの消費者に共通に喜ばれるものは何かということ、消費者とのインタラクティブな交流によって理解し、洞察することが必要となります。

島田先生は、メディア事業でのご経験、顧客管理や富裕層マーケティングを通して得た顧客理解、消費者とのインタラクティブなコミュニケーションを活用した広告戦略などに関わられたご経験をお持ちであり、今回これらの知見に基づき、どうしたら顔の見えない消費者の心を掴めるのか、という点でご講演いただきます。

日時

2022. 7. 13 (水) 18:00～19:00

会場

オンラインセミナー (Zoom にて開催)

定員

450 名 (定員数に達した場合は参加をお断りすることがあります)

申し込み

以下の申し込みフォームから 7 月 8 日 (金) までにお申し込みください。

(開催までに参加 URL をお送りします)

<https://forms.gle/t4hwKCdbiKVyRTF89>



◆ 公開セミナーとして開催されますので、どなたでもご参加いただけます



未来型医療創造卓越大学院プログラム

共催：東北大学病院臨床研究推進センターバイオデザイン部門

医工連携イノベーション推進事業