

デジタル
マーケティング人材は

外注か

育成か
(内製)



～ ウェブサイト？ SNS？ 広告運用？
最適な施策立案および実行に向けて～

★ 社内に効果的なデジタルマーケティング文化を
導入したい方はぜひご参加ください。

日時 令和5年 **2月8日** **水** **13:30~16:30**

会場 くまもと森都心プラザ2F
ビジネス支援施設 **XOSSPOINT.**

定員 **20名** **受講料** **無料**

受講料無料！

▼ お申込みはこちら ▼



※ FAX・窓口での申込方法は、
裏面をご覧ください。



【講師】小川 佳祐 株式会社BREAK 代表取締役

85年10月27日生まれ、東京都小平市出身。早稲田大学社会科学部卒。2016年に株式会社BREAKを創業。Web広告運用代行事業では、Google・Yahooの認定代理店として月間1億円以上の予算を運用。2022年3月に熊本市と協定締結、同年4月より熊本オフィスを開設。

【お問い合わせ】

ビジネス支援施設 XOSSPOINT.

☎096-355-7402 **✉business@stsplaza.jp**

<開館時間> 9:30~20:00(日祝は18:00まで) / <休館日> 毎月第3水曜日・年末年始
〒860-0047 熊本市西区春日1丁目14-1 くまもと森都心プラザ2F



令和4年度 ビジネス スクール

デジタルマーケティング人材は、 外注か育成(内製)か

～ ウェブサイト？ SNS？ 広告運用？

最適な施策立案および実行に向けて～

コロナ禍でますます重要になったデジタルマーケティング

株式会社シンクロ社が101名の経営者、マーケティング責任者に行ったアンケートによると、「デジタルマーケティングの役割が拡大している」と回答した方は72.3%にのぼり、ますますマーケティング人材の重要性が高まっています。

また同アンケートによれば、マーケティング部内に限らず「社内全体で」デジタルマーケティングの理解を深める必要がある、と回答した方は65.3%と、変わりゆく社会に向けてデジタルマーケティングをより多くの人が理解する必要があると感じているようです。

一方で、マーケティング人材の不足が顕著に

急拡大するマーケティング人材の需要に対し、同アンケートでも78.1%がマーケティング人材が「足りていない」と回答しています。

マーケティングにおいて重要なのは、「ウェブサイトが構築できるか」「SNSが使いこなせるか」「リードナーチャリングができるか」「広告が回せるか」という「戦術」が組めるかどうかではありません。

お客様とどこで接点をもって、そのお客様がどのような経験を経てサービスを購入し、お客様に満足してもらった上でさらにリピートしてもらうか。その上でどんなツールを使うのか。この「戦略」を立てられるかどうかです。

しかし、マーケティングへの理解が不十分なまま採用活動を行っても、マーケティングに対して本質的な理解のある人材を見抜くことは困難です。

「本質」を捉えた施策を考案できるマーケティング人材とは？

マーケティングの本質とは「LEAD x CVR x LTV」に集約できます。

LEAD:見込み客数 CVR:成約率 LTV:生涯顧客価値

どうやってこの3つの数値を改善するか、そのために最も効果的な施策は何か。

これらを明確にして初めて「広告」「SNS」「ホームページ」という個別の戦略が立てられるようになります。

今回のセミナーでは、どのように「本質的な」マーケティング人材を育て、社内にマーケティングを取り入れていくか、についてお伝えします。

社内に、効果的なデジタルマーケティング文化を導入したい方はぜひご参加ください。

▼ 令和4年度ビジネススクール 参加申込書 ▼

下記の事項を全てご記入の上、FAX・窓口までお申し込みください。

FAX 096-355-7412

氏名		電話番号	-	-
メールアドレス	@			
お勤め先				

※ご記入いただきました個人情報は、本件の詳細連絡及び今後類似の催し物開催時のご案内に使用致します。尚、第三者への提供は致しません。

【お問い合わせ】 ビジネス支援施設 XOSSPOINT. (クロスポイント) 担当:岩崎

☎096-355-7402 ✉business@stsplaza.jp

[開館時間] 9:30~20:00(日祝は18:00まで) / [休館日] 毎月第3水曜日・年末年始

〒860-0047 熊本市西区春日1丁目14-1 くまもと森都心プラザ2F