

Oracle CX ウェビナー

ポスト・ニューノーマル時代に向けた 「データで営業力を強化する」デジタルマーケティング戦略

コロナ禍により、新規獲得顧客に苦戦し、デジタル施策への期待は高まるばかりです。BtoB企業にとっての顧客接点がアナログからデジタル接点へと比重が変化する中、その顧客接点をどう最適化するかという戦略が、コロナ後を見据え重要になってきています。

リードジェネレーション（リード収集）からナーチャリング（潜在顧客育成）、営業部隊との連携、その全体のシナリオを最適化するために、企業情報×企業動態データ（事業方針、戦略情報）×顧客行動データの統合と最適化運用が重要であり、必須です。とはいえ、この領域は多岐にわたると同時にどこから手を付けていけばいいのかが整理ができていない企業は多くないでしょう。

本セミナーでは、データ集積ポイントの自社サイトの運用から、集積したデータの統合、最適化、活用までをまとめ、いかにデジタルマーケティングを強化するか解説いたします。

開催概要

日 付： 7月7日(水)

時 間： 15:00 - 16:40

視聴方法： Zoom ウェビナーでのオンライン配信

※視聴方法は、お申し込みいただいたメールアドレスにご案内させていただきます。

ご注意：高速通信が可能な、ネットワーク、電波の良い所でご参加ください。

参加費： 無料

下記QRコード、または、
URLよりご登録いただけます。

<https://go.oracle.com/LP=112408>



プログラム

15:00
～
16:00

集客装置としての自社サイト。デジタル接点を最大化

株式会社エクスペリエンス 代表 橘 守 氏

IT技術の日進月歩に対し、BtoB企業の製品サイトは旧態然としたままで、未来の顧客の集客、そこからの名簿収集が期待には程遠いという企業が大多数です。



製品サイトの集客力・名簿収集力を現状のままとしておくことは、取り組みにより確実に増えるその数を考慮すると「日々損失を出している」と言わざるを得ません。

本セッションでは、デジタル接点からのリードを最大化、最適化する方法を事例を含めてご紹介いたします。

16:00
～
16:30

データ活用からみるデジタルマーケティングの課題と解決策

日本オラクル株式会社 小野 俊隆

デジタルマーケティングの重大な要素である「データ」について、その獲得、統合、活用の各フェーズで必要となってくる考え方、KPI、活用について、ユースケース、事例を交えてご紹介します。



16:30
～
16:40

質疑応答

※セミナー内容は予告なしに一部変更する場合がございますので予めご了承ください。

登録サイト： <https://go.oracle.com/LP=112408>