



【テーマ】

- 第1回 生活者は変わった。企業の生活者、新しいコミュニケーションのカたち
- 第2回 先進事例に学ぶ、生活者が参加するコラボレイティブ・バリューチェーン
- 第3回 ソーシャルメディア活用の現場から
 ゲスト: 風間公太氏
 (株)良品計画WEB事業部 コミュニティ担当
 ゲスト: 緒方恵氏
 (株)東急ハンズITコマース部 EC企画課
- 第4回 ソーシャルメディア活用の現場から
 ゲスト: 末広栄治
 (株)トリドールマーケティング推進プログラム部長)
 ゲスト: 白井明子
 (株)ローソン CSVグループ 広告販促企画部)
- 第5回 企業をソーシャルシフトする6つのステップ
- 第6回 顧客の声を傾聴し続ける全日空
 10年の歴史を振り返る
 ゲスト: 川手教弘氏
 (全日本空輸(株) CS&プロダクト・サービス室 CS推進部)
 ゲスト: 川合真樹氏
 (全日本空輸(株) プロモーション室 マーケットコミュニケーション部)

【コンセプト】

ソーシャルメディアの普及は、企業のコミュニケーションのあり方を大きく変えつつあります。商品や企業そのものに対する顧客体験が一瞬のうちに広まる中で、もはや情報をコントロールするという考え方は通用しなくなりました。監視や統制のスタンスではなく、誠実さや傾聴の姿勢にシフトすることが求められています。そして、トップをはじめとするマネジメントこそが、こうしたパラダイムシフトを理解する必要があるでしょう。この講座では、企業のマネジメント層向けに、ソーシャルメディアをめぐる環境変化や具体的な方策について解説します。
 (講義時間 5時間)

【講義資料より】

ソーシャル・フィルタリング
 情報流通の可否を、発信者でなく、中継者が決める時代

生活者の共感をまとう発信者は情報の流通を1フィルタでもあり、拡張

ソーシャルメディア利用開始の経緯

●2009年10月29日、Twitterスタート

<目的>
 Webサイト、メルマガ、チラシ、TV CMなど、既存媒体だけでは伝えきれない隠れた逸品的な商品のPR

<運用体制>1名

<フォロワー数>
 157,703名(2012年1月31日現在)