

DMA

Data & Marketing
Association



October 9th-10th, 2017

NEW ORLEANS

& THEN[®]

THE DMA ANNUAL EVENT

日本フォーム印刷工業連合会
PODi合同企画

特別ツアー開催



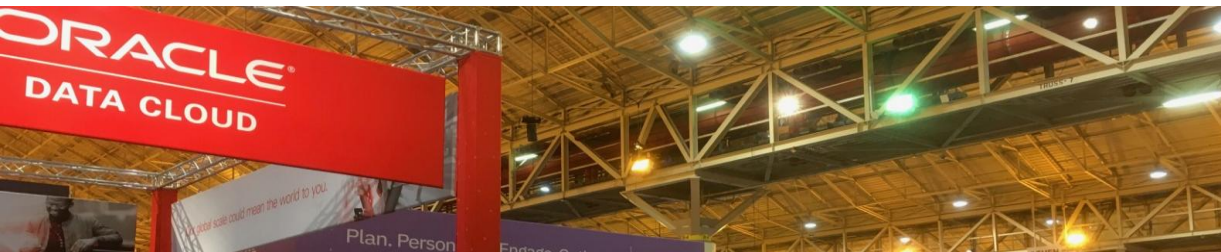
お問い合わせ
社団法人PODi
〒101-0051
東京都千代田区神田神保町1-44-401

info@podj.jp
<http://www.podj.or.jp>



the Digital Printing Initiative

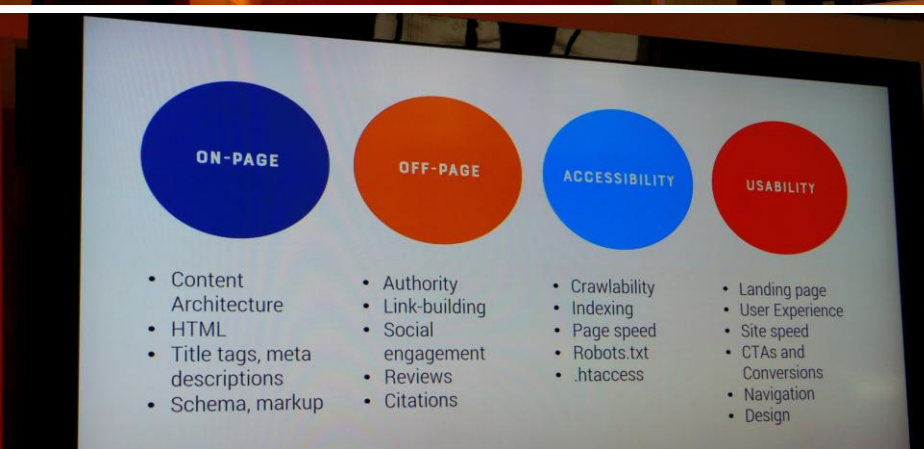
&THEN エクスぺリエンスゾーン (展示会スペース)



エキスペリエンスゾーンのWilénブース



ニューオリンズで代理店訪問 FSC International社



ANALYTICS & ATTRIBUTION

FSC tracks all efforts to quantify successful growth and progress towards our clients goals. We analyze their data and develop a strategy to optimize performance for continually improving ROI.

Echo賞授賞式の様子



A close-up photograph of a person's face, focusing on their eyes and freckles. The person has light skin with numerous small, reddish-brown freckles across their nose and cheeks. Their eyes are a striking green color with dark eyeliner. The background is blurred, emphasizing the facial features.

Whoever understands people the best
WINS.

人を最も知る人が、勝つ。

<https://www.youtube.com/user/DMAVIDEOS>

Advocate

Lean in and take the lead.

業界を代弁し、導く

theDMA.org/Advocacy



Innovate

Accelerate your return on innovation.

イノベーションを育て、
収益を上げる



Educate

Transform your potential into performance.

潜在能力を顕在化させる教育



Connect

Collide with really talented people and new ideas.

才能ある人とアイデア
を集結する



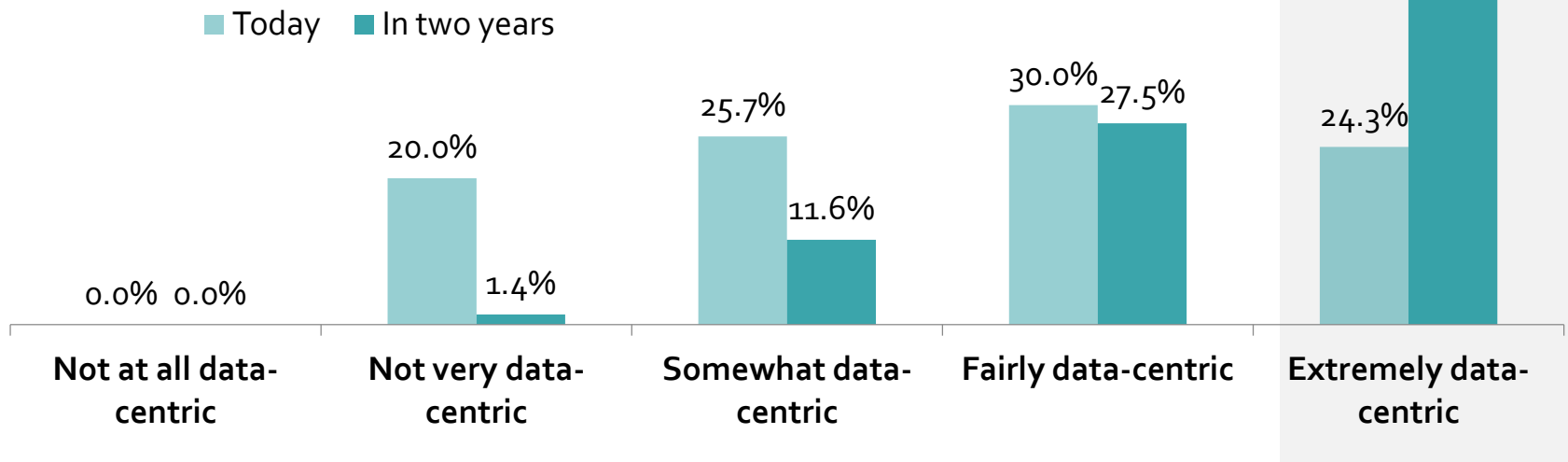
The Shift to “Data-Centricity” is Real—And Changing the Way Marketing Is Done

“データ中心主義”への移行は、現実にはマーケティングを変えつつある

To what extent is your organization **“data-centric”** today?

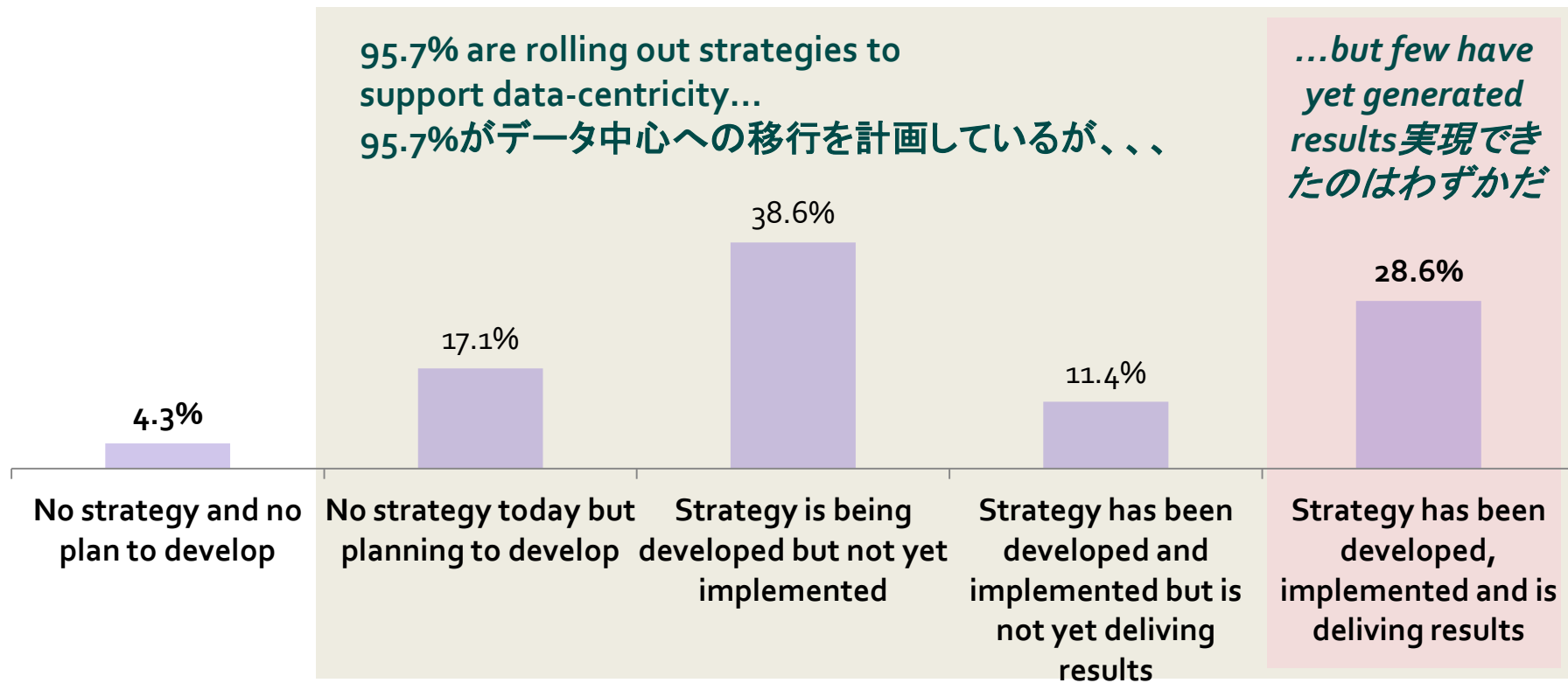
How data-centric do you expect your organization **will be two years from now?**

どの程度貴社は現在“データ中心主義”ですか？ 2年後にはどうなりますか？



Data Strategies Growing Ubiquitous, But Results Still Lag

データ戦略はユビキタスだが、結果を伴っていない

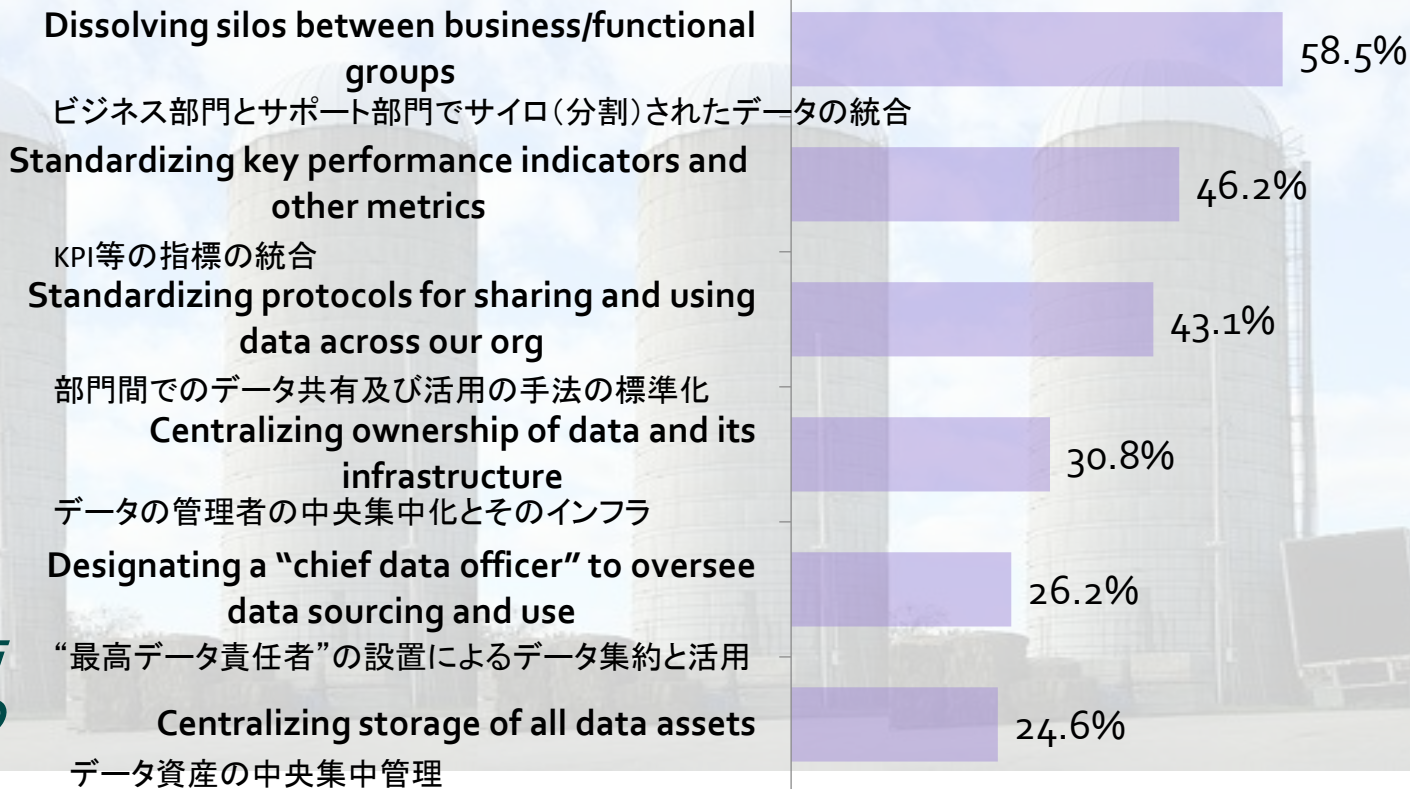


The Challenge: Tear Down the Silos

課題:サイロ(細分化)を打ち壊す

"What org changes would be most important in helping your organization derive value from its future use of data?"

データ活用で価値を産むための組織改革は？

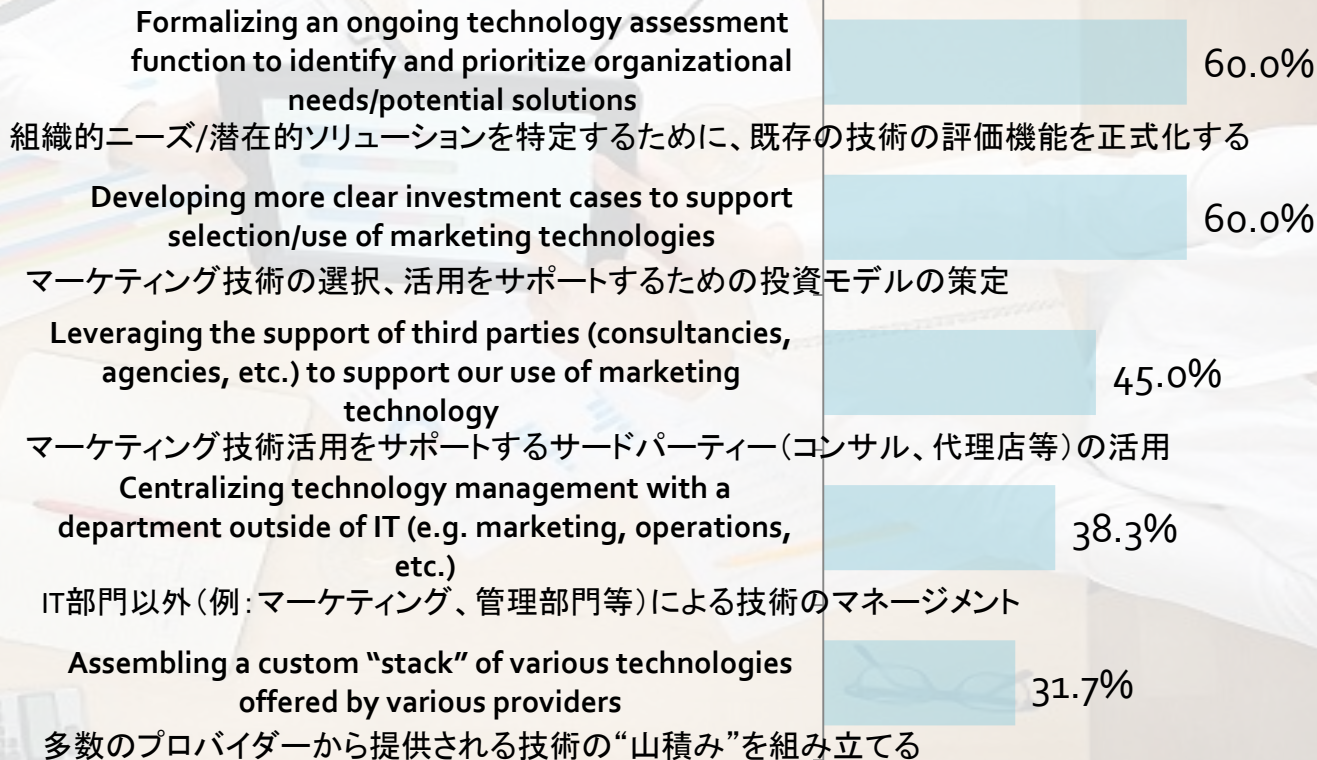


The Approach: Assess Need, Build Better Business Cases

アプローチ: 評価し、よりよいビジネスケースを構築

"In what ways could your org best leverage marketing technology to optimize the value it generates through the use of audience data?"

顧客データを使用し価値を産むためのマーケティング技術を活用する方法は？



DMA's Structured Innovation Council

DMAのイノベーションカウンセルの構造

Navigating the ecosystem of next-gen solutions can be costly and risky.

次世代技術の体系を探索するのはコストがかかりリスクも高い

Our Structured Innovation program identifies advanced solutions efficiently.

我々は最新のソリューションを効率よく特定できる



- **Identity Council** – Where leaders across the industry move the needle on the most pressing identity challenges.
- **Attribution IQ** – Working with industry leaders to fulfill the billion dollar promise of multichannel attribution.
- **Cross-Device ID Council** – Accelerating marketers' ability to achieve and measure cross-device identification of their customers and deliver more relevant content.

DMA Cross-Device Identity Solutions RFI Template

DMAのクロスデバイスIDソリューションのテンプレート



Elevating the marketplace for cross-device marketing, media and customer experiences. クロスデバイスでのマーケティング、デバイス、顧客体験を加速させる

- Common terms and guidelines – enables clarity on goals and expectations for marketer campaigns
- 標準的な用語とガイドライン—マーケティングキャンペーンの目標と期待値の明確化
- Questions that marketers, agencies and publishers should be asking cross-device vendors – ensures better selection of the best choice for their needs
- マーケター、代理店、出版社からのクロスデバイスへの疑問—彼らのニーズに応える

2017：マーケティングアトリビューション分析の重要性(WhatTheyThink?)



- ・マーケティングアトリビューション分析とは、どのチャネル（媒体）が顧客に望ましい行動（アクション）を起こさせたかを測定し、そのチャネルに相応しい評価を与える、という考え方である。
- ・デジタルメディアの革命は、マーケティングの景色を一変させ、アトリビューション分析（メディア別の効果測定）を非常に複雑にした。
- ・アトリビューション分析は、すべてのデバイスとチャネルに渡って、どのように、いつ、どこでマーケティング活動が顧客を惹きつけたのかを明確に示すために非常に重要な手法である。

2017：マーケティングアトリビューション分析の重要性(WhatTheyThink?)

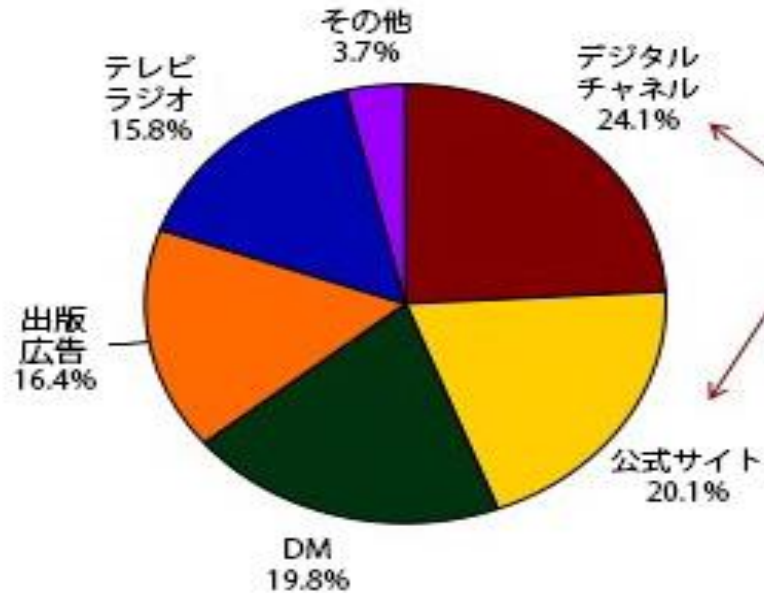


- ・ 大多数のマーケターが購買への道程を見出そうとしているが、消費者がどのように商品を見つけ、情報を得て、購買し、経験をするか、といった理解は限定的。
- ・ アトリビューション分析の重要性は理解されつつあるが、売上を特定のマーケティング活動に紐付けるのには課題が多い。
- ・ アトリビューション分析が十分に洗練されておらず、チャネル別のデータの活用に課題がある。
- ・ 本質的に戦略的なマーケティングのためには、顧客の変遷（カスタマージャーニー）全体をより強く理解する事が必要である。

2017：マーケティングアトリビューション分析の重要性(What They Think?)

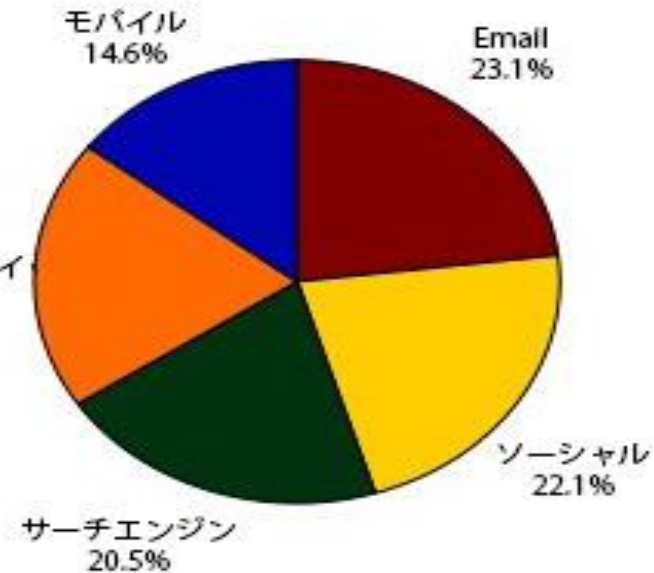


チャンネル別マーケティング予算比



44%がデジタル
チャンネルに配分、
その内訳は ディスプレイ
19.7%

デジタルマーケティング予算内訳



42%の売上がデジタルチャンネルから発生している

Advancing Standards

標準化を進める



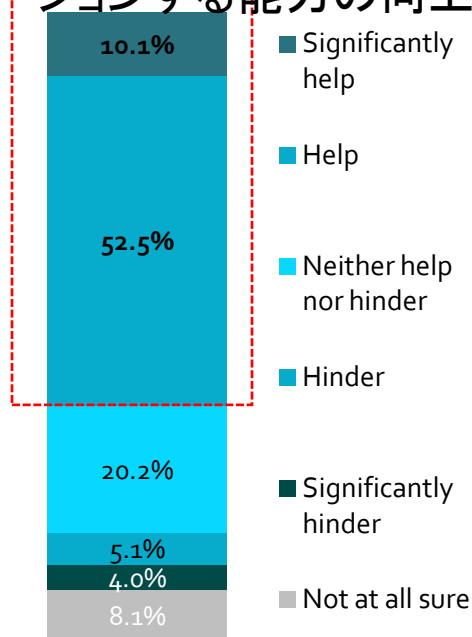
62.6%

would support universal standards as a way of establishing a "level playing field"

62.6%が標準的な基準の設定こそが“競技場”を作る事だと答えた。

*To what extent do you feel that **universal attribution standards** would support your organization's ability to better attribute its marketing efforts?*

標準的な基準を設定することが、どの程度マーケティング効果をアトリビューションする能力の向上につながると思うか？



Attribution is About Improving the Customer Experience

アトリビューションとは顧客体験を進化させる事



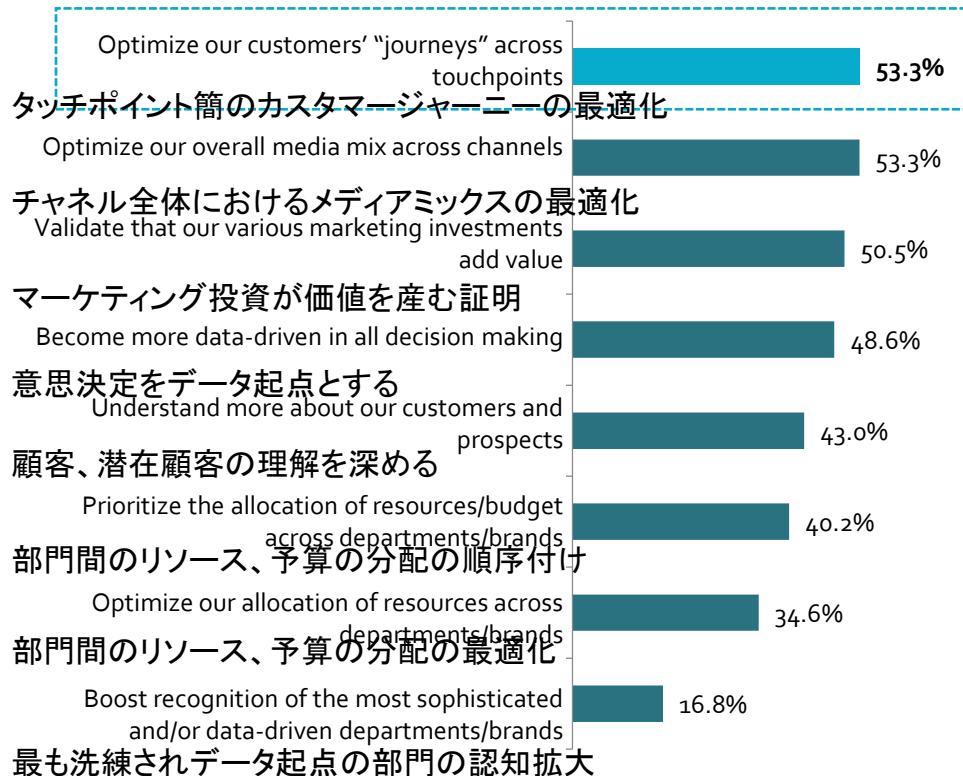
53.3%

say optimizing the customer journey is their most important objective for attribution

53.3%がアトリビューションの最も重要な目的は顧客体験の進化と答えた。

What would you say are your organization's **most important objectives** with respect to marketing attribution?

マーケティングアトリビューションの最も重要な目的は何か？



DMA Education – Video & Micro Learning DMAの教育プログラムービデオ & マイクロラーニング

DMA Browse Directory [Add Content](#) [Login / Signup](#)

Share and Compare with the best that Marketing has to offer. Online and on demand intelligence that you can consume.

[Join the Community](#)

[Learn More](#)

DMA 360

What We Are Talking About

The DMA 360 ECHO THROWDOWN

& THEN
THE DMA ANNUAL EVENT

WIRE NEW IDEAS. COVER NEW DATA.

DMA 360

Humans are 75% more likely to watch a video than read text.

人は文章を読むよりも動画を見る事を75%以上好む

Your brain processes video 60K x faster than text.

人の脳は文章よりも動画を6万倍早く処理する

75% execs watch work-related videos as least 1 x week.

75%の経営者は、仕事関連の動画を少なくとも週1見ている

Source: LearningPlanet.com

DMAからマーケター育成プログラム 日本語版は世界初

DMA公認 ファンダメンタルマーケター資格とは

- 米国での受講者数 年間3,000名以上
- 業種にかかわらずマーケター、特に広告主側が熱心に学習している
- Eラーニングで体系的に学習ができる
- 1科目（モジュール）は90分～120分 x 10
- 今日のマーケティングに必須科目を学ぶ
- 日本語で体系的に学習する初めての機会
- 6か月間を学習のために有効活用できる
- 修了テストに合格しDMA認定のマーケター（有効期限2年間）
- グローバルに通用する資格

ファンダメンタルマーケター資格の特徴

1. マーケティング+コミュニケーションを体系的に学べる

マーケターが最も活用しているeメール、DM、ソーシャルメディア、コンテンツマーケティングを学び、その根底となるコピーライティング、オファー、効果測定、データ分析とテスト、現在のマーケターに必要な知識を体系的に学ぶことができます。

2. 歴史あるDMAのノウハウを短期間に集中して学べる

全10コースのプログラムを6か月間で集中して繰り返し学習ができます。全コースを修了し、最終テストに合格するとDMAより修了証書とロゴが発行され資格を取得することができます。資格ロゴは、名刺に印刷、SNSに表示するなどにご活用いただけます。

3. いつでも、どこでも、あなたのペースで学べる

Webサイト上ですべてのコースを受講することが可能なeラーニングシステムです。簡単なパソコン操作で般的学習から修了テストまで操作できます。日常の業務に忙しい方でも、自宅や会社で都合のよい時間に学習でき6か月間を有効活用。

1	eメールマーケティング 基本編
2	ソーシャルメディアマーケティング
3	クリエイティブコピーライティング
4	ダイレクトメール
5	オファーと行動喚起
6	コンテンツマーケティング
7	データベースマーケティング
8	データ分析とテスト
9	効果測定について 基本編
10	Webとサーチエンジンマーケティング