

ワップ株式会社主催セミナー

リスニングを医療・医薬マーケティングにどう活かすか？

2012年7月4日(水)14:00～16:40

近年ソーシャル・メディアの活用が叫ばれる中、自然におこる(消費者の)対話、行動、兆候を把握するリスニング(傾聴)の重要性が高まっています。

特に、マーケティングリサーチ業界ではインタビューやアンケートのような、質問をして回答してもらう従来の手法だけではなく、MROCと呼ばれるリサーチ目的のコミュニティを構築して、対象者をリスニングすることにより今まで取得できなかったようなインサイを探索するハイブリット調査が注目されています。

今回のセミナーでは、「次世代マーケティングリサーチ」の著者であり、リスニングの第一人者であります萩原氏にご講演いただくとともに、リスニングの具体的な手法を患者体験共有サイト「TOBYO」を運営されています三宅氏と弊社の代表である東海林よりそれぞれご紹介させていただきます。

セミナー概要

日時	2012年7月4日(水) 14:00～16:40 (受付開始 13:30)
会場	秋葉原 UDX カンファレンス ルーム F
定員	50名
講演者	萩原雅之 (トランスコスモス株式会社) 三宅 啓 (株式会社イニシアティブ) 東海林渉 (ワップ株式会社)
対象	製薬会社、医療機械会社にてマーケティング業務をご担当されている方 メーカー企業、広告代理店にて医療分野の市場調査を実施されている方
参加費	無料
主催	ワップ株式会社
お申込み	ワップ株式会社の HomePage (http://www.wap-j.com) よりお申込みいただけます。
お問合せ	ワップ株式会社 セミナー事務局 TEL: 03-5812-4643 mail: sodan@wap-j.com

タイムテーブル

開始時間	内容	講演者	時間
13:30	受付開始		
14:00	開催の挨拶	司会	
14:00	基調講演 リスニングからはじまる新しい顧客理解の技術	萩原	60分
15:00	休憩		10分
15:10	講演① 患者の闘病体験をリスニングする	三宅	40分
15:50	休憩		10分
16:00	講演② メディカルリサーチにおける MROC の事例紹介	東海林	40分
16:40	閉会の挨拶	司会	

講演者略歴

基調講演 リスニングからはじまる新しい顧客理解の技術



萩原 雅之（はぎはら まさし）

トランスコスモス株式会社理事 エグゼクティブリサーチャー
マクロミルネットリサーチ総合研究所所長

日経リサーチ、日本経済新聞ヨーロッパ社（英国）、リクルートリサーチなどを経て 1999 年より約 10 年間ネットレイティングス株式会社代表取締役社長を務める。2009 年より現職。青山学院大学専門職大学院（青山ビジネススクール）講師。

著書に『次世代マーケティングリサーチ』（ソフトバンクパブリッシング、2011 年）

講演① 患者の闘病体験をリスニングする。～ソーシャルリスニングツール dimensions～



三宅 啓 (みやけ ひらく)

株式会社イニシアティブ 代表

電通グループ・マーケティング・プランナー、ウェブ制作会社取締役を経て、2003年、株式会社イニシアティブ設立。医療、IT、マーケティングが交差する領域で Health2.0 事業を構想。

患者体験共有サイト「TOBYO」 (<http://www.toby.jp>)

患者体験リスニング・ツール「dimensions」、特定疾患バーティカル検索エンジン「V-search」、クチコミ検索エンジン「がん闘病CHART」などを開発。「TOBYO 開発ブログ」 (<http://www.toby.jp/tobyoblog/>)

講演② メディカルリサーチにおける MROC の事例紹介



東海林 渉 (しょうじ わたる)

ワップ株式会社 代表取締役

日本オルガノン、日本医療データセンター、インテージを経て2010年より医療・医薬分野に特化した市場調査会社のワップ株式会社を設立。デプスインタビューや WEB アンケートといった既存手法にとどまらず、デジタルエスノグラフィ、MROC といった次世代型のマーケティングリサーチの手法を積極的にご提案中です。

会場地図



お申込み

ワップ株式会社の HomePage (<http://www.wap-j.com>) よりお申込みいただけたら幸いです。

お問い合わせ

ワップ株式会社 セミナー事務局

TEL: 03-5812-4643

mail: sodan@wap-j.com