



ソリューション強化セミナー2018 「3つの文脈」で差をつける デジタルマーケティングプランニング

アウディジャパン株式会社 マーケティング本部 デジタル&CRM
井上大輔マネージャー

<概要>

ソリューションという言葉が毎日のように耳にする中、ソリューションドリブンになってしまうことが多々増えてきました。そのような中、“誰に”“何を”してもらうか”というコンテキスト（文脈）の整理が極めて重要となります。

そこで、デジタル時代に必要なカスタマージャーニー、コンテキストの管理、実際のコンテンツ制作からユーザー体験までを体系的に学び、体系的に考えられる力をつけるためのセミナーを実施しました。

クライアント様の課題解決にお役立ちできるよう、取り入れていきます。

