

第7回海外ビジネス研究会

動画とマイクロインフルエンサーを活用した

中国・東南アジアにおける新しいマーケティング手法

スマートフォンやタブレットがこれだけ普及した昨今、海外でマーケティングをしていく上で、避けられないコンテンツが「動画コンテンツ」です。

特に、中国や東南アジアは、テレビに代表される中央集権型のメディアのプレゼンスが低く、SNSのような分散型の情報発信の影響力が強い国で、そこで成功するためには動画コンテンツは欠かせません。たとえばインドネシアでは、マーケティング部門の活動は、良いテレビCMを作ることよりも、どのようにマイクロインフルエンサー（インスタグラムなどで千人～万人程度のフォロワーを持つユーザー）を活用して企業のSNSアカウントのフォロワーを増やすかに比重が置かれています。

安価にかつ直接的に海外の顧客にリーチできるこの新しいマーケティング手法は、日本企業にとって様々な活用の余地がある一方で、具体的にどのようにグローバルに施策を展開すればいいのか手探りな企業が多いのも事実です。

今回は中国・東南アジアマーケットにて、動画とマイクロインフルエンサーを使ったマーケティングの事例と施策展開時のコツを株式会社 QuestHub の大熊将八氏と Gregory Tulchin 氏にお話し頂きます。

日 時：平成30年10月19日（金）

セミナー：18:00～20:00 懇親会：20:00～

場 所：柳野国際特許事務所（大阪市淀川区宮原1丁目15-1 ノスクマードビル）

参加費：5,000円（セミナーのみの場合3,000円）

問い合わせ先：06-6394-4831（柳野嘉秀まで）

申込フォーム：柳野国際特許事務所HP→[当事務所について]→[セミナーのご紹介]より
(<http://www.yanagino.com/yanagino/office/seminor.html>)

講演者：株式会社 QuestHub 大熊 将八 氏

東京大学経済学部卒。大学時代にクラウドファンディングにて集めた資金を元にアメリカへ行き、現地の最先端のメディアを取材。

大学卒業後日本テレビ入社。その後シンガポール拠点のヘッジファンドを経て QuestHub を共同創業。東京大学経済学部在学時より書籍を執筆。

（『進め!! 東大ブラック企業探偵団』、『東大式 スゴい [決算書の読み方]』等）



講演者：株式会社 QuestHub Gregory Tulchin 氏

ニューヨーク州コロンビア大学日本学部卒業。

これまでに米国、ベルギー、中国、日本に住み、4か国語に堪能。

日本と中国でそれぞれ映画監督として活動し、10本の短編映画を作成。