

【無料セミナー】日経BPアド・パートナーズ共催「トレンドに敏感なインフルエンサーに直接質問！新商品発売のメディア×SNS活用方法」3/29（火） 16:00~

～マーケター必見！生活者が、自分ゴト化して新商品発売を語り継ぐメディア戦略とは？～

インフルエンサーマーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、株式会社日経BPアド・パートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：庵谷 英徳、以下日経BPアド・パートナーズ）と共同で、「トレンドに敏感なインフルエンサーに直接質問！新商品発売のメディア×SNS活用方法」と題した無料オンラインセミナーを、2022年3月29日（火）16:00~17:00に開催致します。

<本セミナーのTOPICS>

- 新商品発売を自分ごと化して発信する生活者を創出する具体策。
- メディア戦略のニューノーマル、コンテンツ循環モデル。
- トレンドの起点となるインフルエンサーの情報収集から発信行動の理解。

セミナー詳細・お申し込みページ：<https://service.liddell.tokyo/seminar/593/>

無料オンラインセミナー

LIDDELL × 日経BPアド・パートナーズ

トレンドに敏感なインフルエンサーに直接質問！

新商品発売のメディア×SNS活用方法



萩原 雄太
LIDDELL
取締役



長谷川あや
インフルエンサー



中澤 一裕
日経BPアド・パートナーズ
MPO部 部長

日時 🕒 **3/29 (火) 16:00~17:00** 方法 📺 Zoom

■個人の価値観や生活様式にあわせて最適な情報を提供することの重要性。

かつて、ターゲットとする生活者の行動や考えは、性別や年代などのデモグラフィック属性のみで検討された時代を経て、「典型的なユーザー像」を想定するペルソナ設定が重要視されてきましたが、価値観が多様化した現在では、「典型的なユーザー像」の特定が難しく、一人一人の価値観や生活様式にあわせて最適な情報を提供することが必須となっています。

■インフルエンサーを中心に、多様化する価値観でつながるコミュニティを形成している SNS。

SNS は、生活様式や価値観でつながるコミュニティを形成しており、インフルエンサーはそのコミュニティリーダーとなっています。よって、多くの人の購買行動や生活様式に影響を与えており、購入時に SNS やインフルエンサーからの情報に 6 割以上が影響を受けているという調査結果もあります。

インフルエンサーは情報収集に長けるとともに、得た情報を、共感を生むコンテンツに昇華させて発信。日々、数万人とコミュニケーションを図っています。また、SNS ユーザーの 9 割以上が SNS に投稿したくなるのは SNS から得た情報と回答した調査結果（リデル調査、2021 年 12 月 <https://service.liddell.tokyo/notice/234/>）があり、インフルエンサーがコンテンツ循環の起点となっていることがうかがえます。

■新商品を消費者が自分ゴト化して拡散する循環を生むメディア戦略

本セミナーでは、企業やブランドの想いやストーリーを伝えつつ、SNS やインフルエンサーを介して新商品と出会い購入した消費者が主人公となって、体験情報を発信するメディア戦略「コンテンツ循環モデル」を徹底解説いたします。また、インフルエンサーの長谷川 あやさん（https://www.instagram.com/ayasuke_0516/）をゲストに迎え、コンテンツ循環の起点となる、インフルエンサーのリアルな声を交えつつ、新商品発売時の Web や SNS におけるメディア戦略の最適解をお届けします。

■オンラインセミナー概要

- タイトル：トレンドに敏感なインフルエンサーに直接質問！新商品発売のメディア×SNS 活用方法
- 日時：2022 年 3 月 29 日（火）16：00～17：00
- プログラム：
第一部：日経 BP アド・パートナーズ MPO 部 部長 中澤 一裕
コンテンツ循環モデルの考え方をもとにした、新商品の発売時のメディア／コンテンツを活用したプロモーション方法。

第二部：リデル株式会社 取締役 萩原 雄太

広告や WEB では届かない潜在層へ情報をリーチさせることができる SNS の仕組みを解説。新商品の発売時の SNS 活用法なども解説。

第三部：インフルエンサーパネルディスカッション

<テーマ>

- トレンドを作るインフルエンサーは最新の情報をどのように収集しているか？
- 新商品の情報はどのプラットフォームを参考にするか？

ほか

- 共 催：日経 BP アド・パートナーズ、リデル
- 登壇者：日経 BP アド・パートナーズ MPO 部 部長 中澤 一裕氏、リデル 取締役 萩原 雄太
- 視聴方法：Zoom
※ 16:00 になりましたらお送りした URL より参加くださいませ。
- 参加費：無料
- 申込方法：申込フォーム (<https://service.liddell.tokyo/seminar/593/>) にて必要事項の記入をお願い致します。
※お申込後の自動返信メールに視聴 URL の記載がございます。
※同業他社の方のご参加はご遠慮いただいております。何卒、ご了承ください。
※お申込み多数の場合は、抽選とさせていただきます。

■登壇者略歴

インフルエンサー 長谷川 あや (https://www.instagram.com/ayasuke_0516/)

美容や食事、インテリアなどライフスタイルを紹介し 6 万人以上のフォロワーから支持を得ているマインフルエンサー。企業のブランドアンバサダーや自身のアカウントでの情報発信などを積極的に行い、SNS のトレンドを牽引するインフルエンサーとして活躍中。

日経 BP アド・パートナーズ MPO 部 部長 中澤 一裕

BtoC、BtoB、オンライン、オフラインを問わず、クロスメディアマーケティングの戦略プランニングを担当。昨今は、企業のマーケティングプロセスのアウトソーシングを請負う部門長として、ベンチャーから上場企業まで幅広く業務支援を行っている。

リデル 取締役 萩原 雄太

インフルエンサー・ソーシャルメディアを基軸とし、「共感」をゴールとしたマーケティング戦略を構築から実行まで一気通貫して支援。さまざまな業界の課題に対して多くの成功実績を誇る。コミュニティ形成や SNS コンテンツ、インフルエンサーのパートナーシップ化を得意とする。

【お問い合わせ】

リデル株式会社

担当： 貫

メール： pr@liddell.tokyo

[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW : SNS 課題を数値化し、効率的に解決できるワークスペース]

URL : <https://service.liddell.tokyo/>

[「VINYL MUSEUM (ビニールミュージアム) : 共感型フォトジェニック・アート展」]

URL : <http://vinyl-museum.com/>

Instagram : https://www.instagram.com/vinyl_museum/

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名 : 福田 晃一 発行 : 日経 BP 社/発売 : 日経 BP マーケティング

定価 : 本体 1,500 円 + 税

ISBN : 9784296101313

< Amazon 購入ページ >

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーアワードジャパン : インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。]

第 6 回 IAJ 特設サイト : <https://lp.spirit-japan.com/iaj/2021/>

[企業情報]

会社名 : リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者 : 代表取締役 CEO 福田 晃一

本社 : 東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー12F

事業内容 : (1) インフルエンサーマーケティングプラットフォームの運営

(2) SNS・インフルエンサーマーケティング支援

(3) 各種マーケティングツールの提供

コーポレート URL : <https://liddell.tokyo/>

採用に関して : <https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【本件に関する報道関係のお問合せ】

リデル株式会社 担当 : 貫 (ぬき)

メール : pr@liddell.tokyo

電話 : 03-6432-9806