

Activity Report, 6 Aug. 2013

# MARKETING LABORATORY

## DIGITAL SIGNAGE CONSORTIUM

FOR SUCCESSFUL DIGITAL SIGNAGE BUSINESS.

# DSCマーケティング・ラボ部会

当部会の目的と目的達成のための2つの活動項目を下記のように定義します

## 当部会の設置目的

DSC会員のデジタルサイネージビジネスを支援するために

マーケティング視点から分析した各種情報を提供する



- ①経営視点：ビジネスモデル別の成功・失敗要因の整理と分析
- ②営業視点：売りに繋げるためのマネタイズ要因の整理と分析

# こだわりの部会です



ロケーション部会ではありません

マーケティングラボ部会でもありません

マーケティング・ラボ部会です

# マーケティング・ラボ部会

下記 6 社から8名の「研究員」が参加しています

江口DSC常務理事

株式会社オリコム※

株式会社ジェイアール東日本企画

シスコシステムズ合同会社※

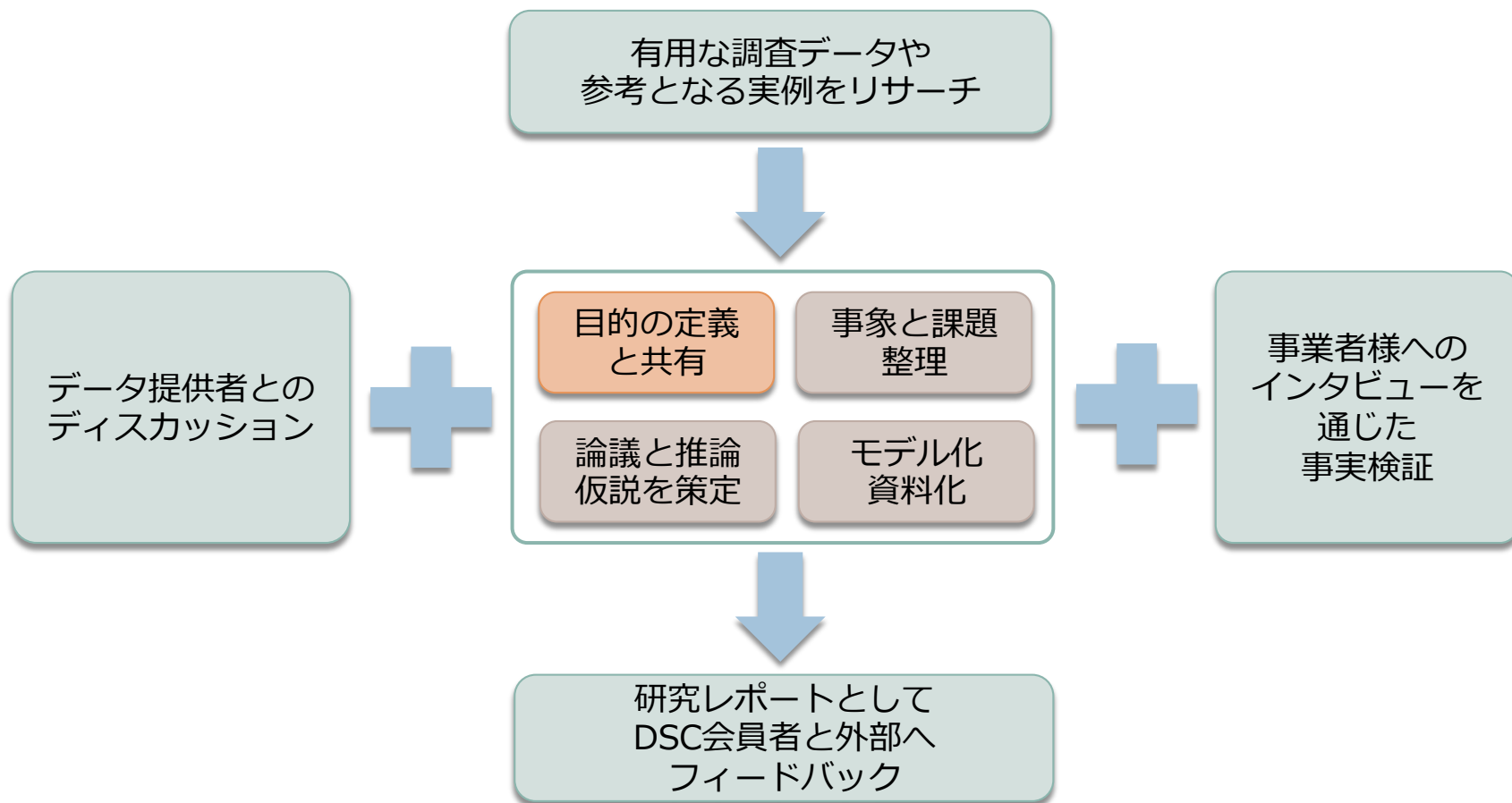
富士フイルムイメージングシステムズ株式会社※

株式会社三菱総合研究所

(50音順、※は幹事社)

# 活動のアウトライン

データ分析とロケハン、インタビューを通じた成功への方法論の策定と報告



# 第1回. 定例研究会

2013年8月1日

マーケティング・ラボ部会の今後1年の活動項目の定義

目的：ビジネスを拡大させるための方法論の確率

- Player毎のサイネージビジネスにおける成功の定義
- 収益とコストのリサーチ（現状配分・改善・未来）
- 業界最新動向（Webとリアル、モバイルとサイネージ）
- 地方へビジネスを拡大させるための方策
- 販促効果を上げるための方法論

# 直近の予定

## マーケティング・ラボ部会の今後1年の活動項目の定義

- 定例研究会の月例化（決定）
- インタビュー・ポイントの定義（次回継続）
- 最新事例の実ロケーション・ハンティング（内定）
- 最新事例のPlayerインタビュー（内定）
- 撤退事例調査（内定）
- 経営に関する学術関係者の参画
- 研究レポートの執筆（内容定義、分担、執筆、リリース）

