



生成 AI を活用した 「デジタルマーケティング習得」基礎

～生成 AI で顧客インサイトを探索し、戦略的実行に繋げる～

対 象

- マーケティング担当者、営業担当者、Web 戦略担当者
- Web サイトからのリード育成、売上を獲得（および伸長）したい方
- 最新のマーケティング手法（生成 AI 活用）を習得したい方

開催趣旨

現代ビジネスにおいて、デジタルマーケティングは企業が成長するために不可欠な戦略です。一方、「何から始めれば良いかわからない」「費用対効果が見えにくい」という理由から活用に至らないケースをお聞きます。

そこで、受講後すぐに実践できるデジタルマーケティングの基礎から、具体的な事例を交えた最新 AI ツールの活用方法を分かりやすく解説します。

講義は、BtoB、BtoC それぞれの特性を踏まえた戦略の違い、Web 集客手法、顧客開拓～深耕手法を中心に進行いたします。

本セミナーのゴール

- ① 業種・業態別のデジタルマーケティングの役割と重要性を理解し、自社の課題解決に繋がる戦略を立案できる。
- ② Web サイト、SEO、コンテンツマーケティング、SNS、Web 広告など、BtoB および BtoC 向けの主要な Web 集客手法を習得し、実践できる。
- ③ 最新の AI ツールを活用した効率的なマーケティングリサーチ、顧客分析、コンテンツ作成の方法を学び、BtoB および BtoC の業務に活かせる。

日 時

<LIVE 配信> 2026 年2月5日(木)10:00～16:00

<見逃し配信> 2026 年2月12日(木)～19 日(木)

※見逃し配信のみのご受講でもお申込みいただけます

講 師

株式会社ウィングフィールド
代表取締役

かつはら じゅん
勝原 潤 氏

参加料 (負担金)

NOMA会員 35,200 円 (税込) / 名
一 般 42,900 円 (税込) / 名

申込方法

■株式会社ファシオが運営するサイト Deliveru からご受講
いただけます。お申込みは、Deliveru、本会 HP のどちらからでも可能です

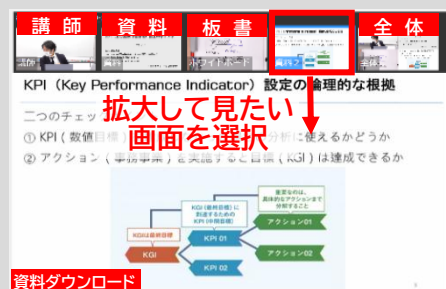
■Deliveru から申込

- ① Deliveru [https://shop.deliveru.jp/] でセミナーを検索し
- ② セミナー詳細ページにある「注文する」からご購入ください
(お支払方法: クレジットカード払い、pay-easy、コンビニ振込)
- ③ 購入後、確認メールが届きます

■本会 HP から申込

- ① 本会 HP [https://www.noma.or.jp/] でセミナーを検索し
- ② 「WEB 申込」からお申込みください
- ③ 申し込み後、確認メールが届きます。後日、請求書と参加券が郵送で届きます(お支払方法: 請求書による銀行振込)

見逃し配信 & 4画面配信



いつでもどこでも何度でも受講できる
見逃し配信付きです！

- ① 見逃し配信では
 - ・見逃し配信期間でも、講師へ質問が可能です
 - ・繰り返しご受講でき、講義の復習もできます
 - ・チャプター形式でお好きな場所から見返せます
 - ・倍速機能で効率よく学習できます
- ② 資料はデータ提供です
- ③ ご自身で拡大したい画面を選択できます。



日本経営協会 セミナー

検索

受講方法

- ・登録メールアドレスに、受講 URL/ID 等詳細のご案内が届きます(Live 配信日の概ね 3 営業日前)
- ・カメラ、マイクのご準備は不要です
- ・テキストのダウンロードは、LIVE 配信日の3～1 営業日前にサイト内でできるようになります
- ・セミナーの録音・録画や資料の複製、お申込みいただいていない方の閲覧等は固くお断りいたします
- ・受講証明書はサイト内でダウンロードしていただけます

キャンセル ポリシー等

- ・開催日の5営業日前～当日のキャンセル・ご欠席は参加料の 100%をキャンセル料として申し受けます。
- ・天災その他の不可抗力等により講師が登壇できない場合、講師の変更または延期させていただく場合がございます。

主催・担当

一般社団法人 日本経営協会 本部事務局 企画研修 G

(東京都渋谷区千駄ヶ谷 5-31-11 住友不動産新宿南口ビル 13 階)

tms@noma.or.jp

申込問合せ

株式会社ファシオ



03-6304-0550(平日 10 時～17 時)



bcs-info@vita-facio.jp

プログラム

◆第1部:デジタルマーケティングの基礎と BtoB/BtoC 戦略の違い

- ・なぜ今、デジタルマーケティングが必要なのか？
(市場の変化、顧客行動の変化)
- ・BtoB マーケティングと BtoC マーケティングの
成功事例と失敗事例を詳解
- ・BtoB と BtoC のマーケティングの根本的な違い
- ・Web サイトの役割と重要性
- ・顧客の購買行動と情報収集の活動を捉える。
(最新データに基づいた解説)

◆第2部:BtoB 向け Web 集客戦略

- ・SEO 対策の具体的な施策
- ・コンテンツマーケティング実践
- ・SNS 活用:LinkedIn を中心とした情報発信と
顧客とのエンゲージメント強化
- ・Web 広告:
Google 広告(検索広告、ディスプレイ広告)、
業界化型メディア広告などを活用した
効果的な広告運用
- ・リード獲得のための Web サイト改善
- ・BtoB におけるメールマーケティングの重要性と
効果的な活用法

◆第3部:BtoC 向け Web 集客のポイント

- ・BtoC における SEO 対策のポイント
- ・SNS 活用:Instagram、Facebook、X、TikTok
などを活用した情報発信と顧客とのコミュニケーション
- ・BtoC 向けコンテンツマーケティング
- ・Web 広告: SNS 広告、ディスプレイ広告、
動画広告などを活用した効果的な広告運用
- ・BtoC におけるメールマーケティング、
LINE 公式アカウントの活用

◆第4部: AI を活用したマーケティングの効率化と高度化

- ・マーケティングにおける AI 活用の現状と未来
(BtoB と BtoC での活用事例紹介)
- ・【デモンストレーション&ワーク】
Google AI Studio を活用したマーケティングリサーチ
- ・AI を活用したコンテンツ作成
- ・その他、おすすめの AI ツール紹介と活用事例

◆第5部:質疑応答&個別相談

- ・参加者からの質問に講師が回答
- ・個別相談

※最新の動向・情報を盛り込むため、内容を一部変更
させていただきます場合がございます。

講師紹介

株式会社ウィニングフィールド 代表取締役

かつはら じゅん
勝原 潤 氏



■マーケティング戦略・事業開発エキスパート

■【講師経歴】

2003 年:通信系ベンチャー会社にて営業事業部長～副社長
2006 年:ダンス系エンターテイメント会社にて雑誌の編集・広告営業～編集長代行～副社長
2012 年:外資系広告代理店のデジタルマーケティング部に在籍し、
大手グローバル IT 企業の広告運用チーム在籍
2014 年:株式会社ウィニングフィールドを設立

■グローバル IT 企業の事業戦略構築部門での経験を基盤に、マーケティング支援、広告運用代行、
コンサルティング事業を展開する経営者。
コミュニティカンパニーを提唱し、個人の意見を尊重する自由な組織文化を醸成。

■【実績】教育・研修

- ・マーケティング関連のビジネス研修、セミナー登壇実績 通算 250 回以上
- ・多数のベストセラー教材を輩出、東京ビッグサイト、インテックス大阪でのカンファレンスにてセミナー登壇実績ほか

メールマガジンのご登録



新規講座や申込を開始したセミナーを
定期的にご案内しております。ご興味のある
方はぜひご登録をお願いいたします。



メールマガジン
登録用 QR

※年間の講座スケジュールを本会
HP で

TOPICS 事業のトピック

本会 HP 画面です

民間向けセミナー:

令和6年度(2024年度)「年間開催計画」

本部事務局(東京) 関西本部 / 中部本部 / 九州本部 / 北