

講演内容

購買行動をドライブする製品特性

アナリティック・コンサルティング ディレクター
的場成男

新製品開発のための革新的アプローチ

カスタマイズド調査本部 取締役本部長
西智子

成功するブランド拡張戦略

BASES アジアパシフィック ディレクター
カーシック・ラオ

戦うパッケージの開発方法

カスタマイズド調査クライアントサービス ディレクター
出塚輝毅

新製品発売時におけるバズマーケティングの 活用法

ニールセン・カンパニー U.S. BASES
プロダクト・マネージメント バイス・プレジデント
ロブ・ムース

ROI 最大化のためのマーケティングミックス・ マネージメント

ニールセン・カンパニー U.S.
アナリティック・コンサルティング
アジアパシフィック バイス・プレジデント
チャン・H・パーク

予定される講演内容および講演者が変更になる場合がございます。
The agenda and speaker may be subject to change.

Agenda

Understanding the Keys to Consumer Purchase Decisions

Shigeo Matoba
Director, Analytic Consulting Japan
The Nielsen Company Japan

Getting the Most out of Your Idea Generation Process

Tomoko Nishi
Executive Director, Customised Research
The Nielsen Company Japan

Successfully Using Line Extensions to Grow Your Brands

Karthik Rao
Director, Asia Pacific, BASES
The Nielsen Company Japan

Making Your Packaging Work Hard for You

Teruki Dezuka
Director, Client Service, Customised Research
The Nielsen Company Japan

New Product Internet Buzz - Emerging Trends on Consumer Generated Media (CGM)

Rob Mooth
Vice President, Product Management, BASES
The Nielsen Company U.S.

Spending Wisely on Your Brands - Maximizing ROI

Chang H. Park
Vice President, Analytic Consulting, Asia Pacific
The Nielsen Company U.S.