

データ活用マーケティング支援 のご紹介

デジタルデータの活用が企業経営に対して効果があることは、 複数の先行研究で明らかにされています

- ・ ビッグデータを活用している企業はイノベーションの創出が統計学的に有意な差が多い。
- ・ データ駆動型意思決定とデータ分析の採用により生産性が向上する。
- ・ オンラインデータの使用が大きくなると、全要素生産性（TFP）が高くなる。
- ・ オンラインデータ使用の進展度が高い企業は生産性が高くなる。

データ駆動型意思決定：データを元に次のアクションを決めたり意思決定を行ったりすること

(出典)

総務省（2020）「デジタルデータの経済的価値の計測と活用の現状に関する調査研究」

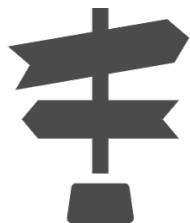
Niebel, Rasel and Viète(2018)

Brynjolfsson and McElheran(2019)

Bakhshi, Bravo-Biosca, MateosGarcia (2014)

一方で、データ利活用を阻む様々な要因があります

目的が不明瞭



データを活用した先の目的やビジョンがはっきりしていない

人材不足



データ利活用を担当する人材やリソースが不足している

データのサイロ化



部署毎にデータの保存先が異なり互いにデータにアクセスできない

システムの老朽化



老朽化が進み新システムの導入などが難しい

伊藤忠インタラクティブはデータ利活用を
一気通貫でご支援・推進することが可能です

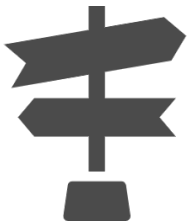


ITOCHU INTERACTIVE

Marketing & Technology for All

データ利活用を阻む要因

目的が不明瞭



データを活用した
先の目的やビジョ
ンがはっきりして
いない



お客様と同じ目線に立って伴走支援すること
で、課題の発見からカスタマージャーニーの
策定、KPI・KGIの設定に至るまで支援する
ことが可能です

ITOCHU INTERACTIVE

Marketing & Technology for All

データ利活用を阻む要因

人材不足



データ利活用を担当
する人材やリソース
が不足している



多様なスキルセットの人材が
貴社のデータ利活用を成功へと導きます



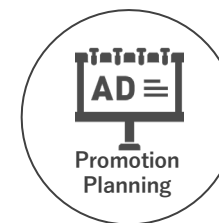
Project
Management

プロジェクトマネージャー



Marketing

マーケター



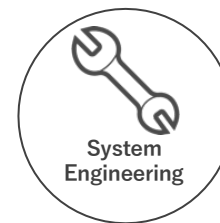
Promotion
Planning

プロモーションプランナー



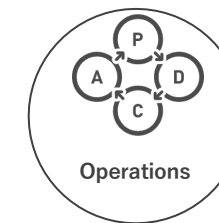
Creative

クリエイター



System
Engineering

システムエンジニア



Operations

オペレーションスタッフ

データ利活用を阻む要因

データのサイロ化



部署毎にデータの保存先が異なり、互いにデータにアクセスできない

システムの老朽化



老朽化が進み新システムの導入などが難しい



ITOCHU INTERACTIVE

Marketing & Technology for All

グループ会社とのシナジーを活かし
データ利活用を支援することが可能です



Google Cloud Platform

Google Cloud™ の認定パートナー
Google Cloud™を基盤とした
システムインテグレーションが可能

伊藤忠インタラクティブの支援領域

データビジネス戦略設計

データ利活用に根ざしたビジネス戦略の設計を、課題の発見、KPI/KGI設定までデータビジネスにおける戦略設計をご支援いたします。

マーケティング戦略策定

データ利活用をマーケティングの観点から戦略を描き、施策の実行・運用に至るまで実践的な戦略策定を実施いたします。

UI/UXデザイン・改善

より多くの価値あるデータを収集するために、UI/UXデザインの観点から顧客体験の価値向上、顧客接点の最適化をご支援いたします。

データ基盤構築

既存データのサイロ化を解消するだけでなく、新たに収集したデータを集約・分析・一元管理することができるCDP、DWH等のデータ基盤の構築をご支援いたします。

カスタマージャーニーマップ創造

製品・サービスとの接触から購入・契約、継続利用に至るまでの顧客の感情・行動にあたるカスタマーエクスペリエンス(CX)をカスタマージャーニーマップに描くことで、ビジネスのKSF(Key Success Factor：重要成功要因)を導き出します。

リード獲得プランニング・運用

新規見込み顧客を開拓するための集客プランニングから、集客施策の実施・運用に至るまでトータルサポートし、新規見込み顧客の最大化を目指します。

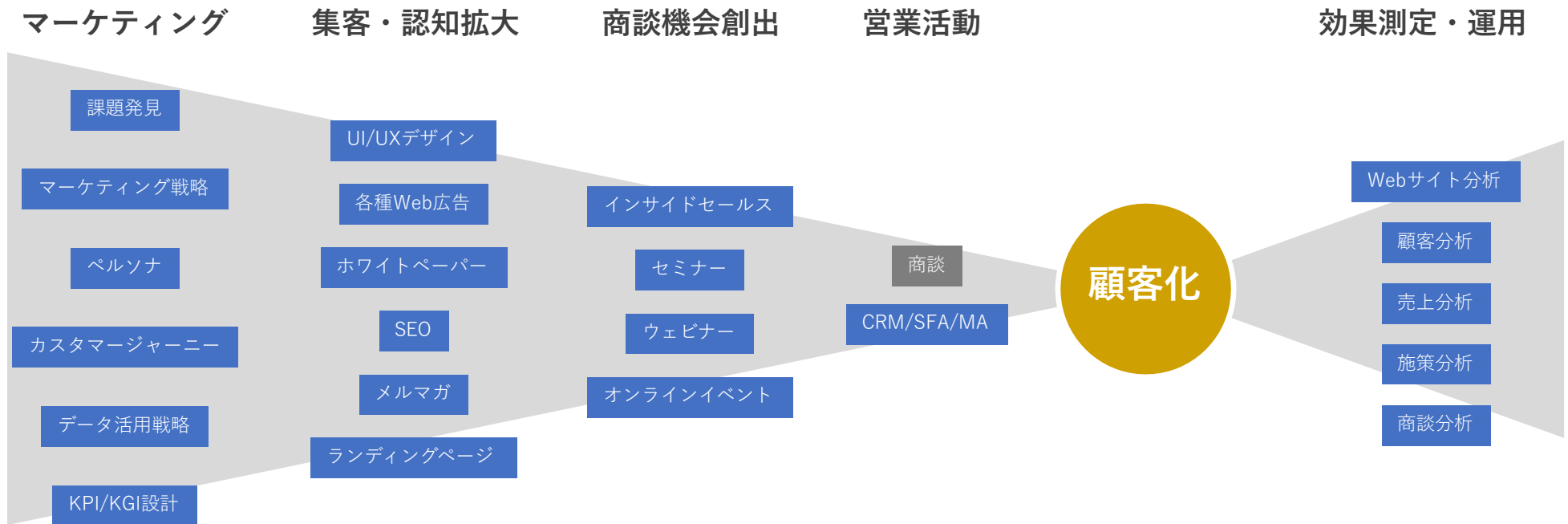
リード育成スキーム設計

データに基づいたPDCAを回すことができるスキームを設計することで、自律的に成長するリード育成設計を行います。

MA・SFA導入支援

顧客データを運用する上で業務効率化に寄与するMA(マーケティングオートメーション)、SFA(Sales Force Automation：営業支援ツール)の選定、導入をご支援をいたします。

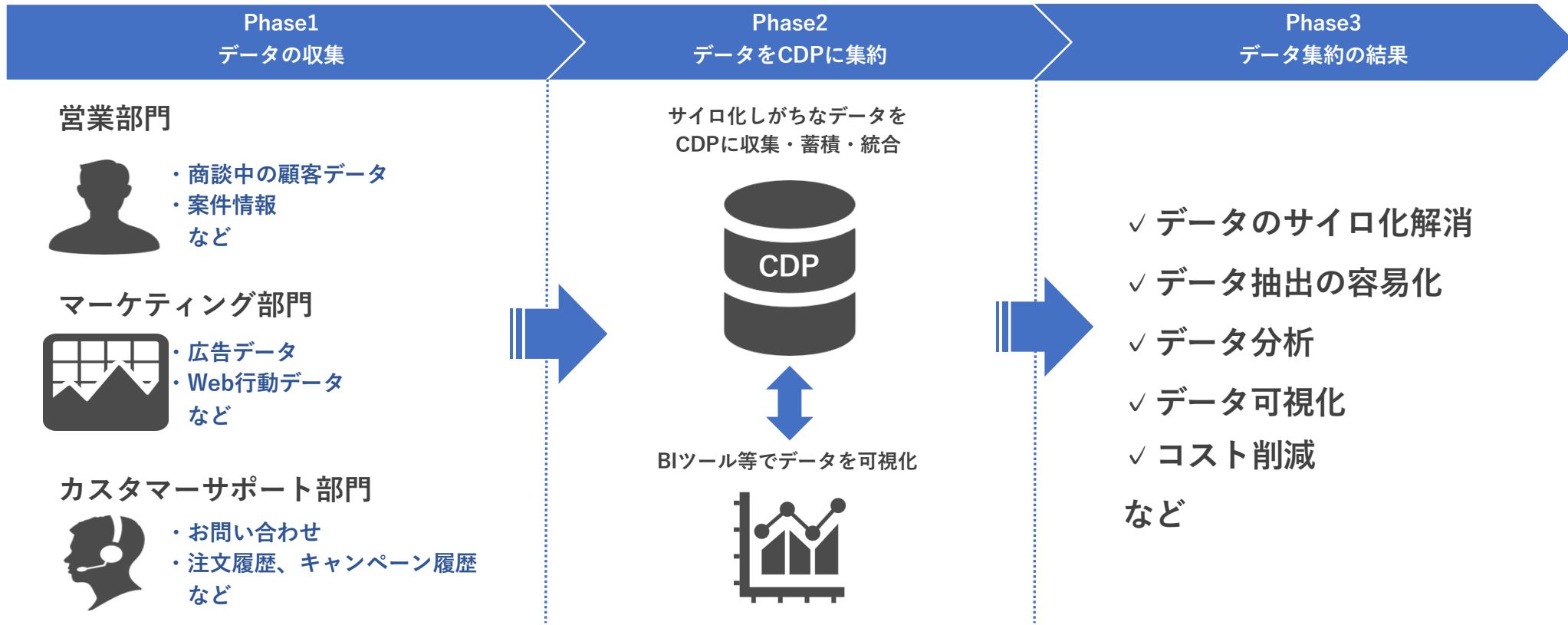
伊藤忠インタラクティブの支援領域



あらゆる角度からデータドリブンマーケティングに取り組み
ビジネスの最大化を支援いたします

データ収集・蓄積・統合基盤（CDP）の構築

データ活用を実現するための基盤となるCDPの構築支援もおこなっています



CDP（カスタマーデータプラットフォーム）とは
顧客データを収集し統合的に管理・活用するためのデータ統合基盤

データ基盤（CDP）を構築することで、 データに基づいた様々な意思決定や戦略策定が可能に。

顧客をリアルタイムで分析できる

顧客一人ひとりをリアルタイムで分析できるため、見込み顧客が自社サイトを訪問したタイミングで、今までの行動履歴に基づいて最適な商品を表示するなどの精度が高い提案ができるようになり、まるで顧客の専任担当者が接客しているかのようなアプローチが実現します。こうしたパーソナライズした作業を自動で行える点はCDPの大きなメリットです。

顧客別の施策を考えられる

CDPで一元化された顧客情報は精度が高いため、顧客の行動履歴などから「今どれくらい購買意欲があるか」を推定することも可能です。それによって顧客別に最適なシナリオの施策を選んで実行するなど、レベルの高いOne to Oneマーケティングが可能になります。

データ分析・施策実行・検証が速くできる

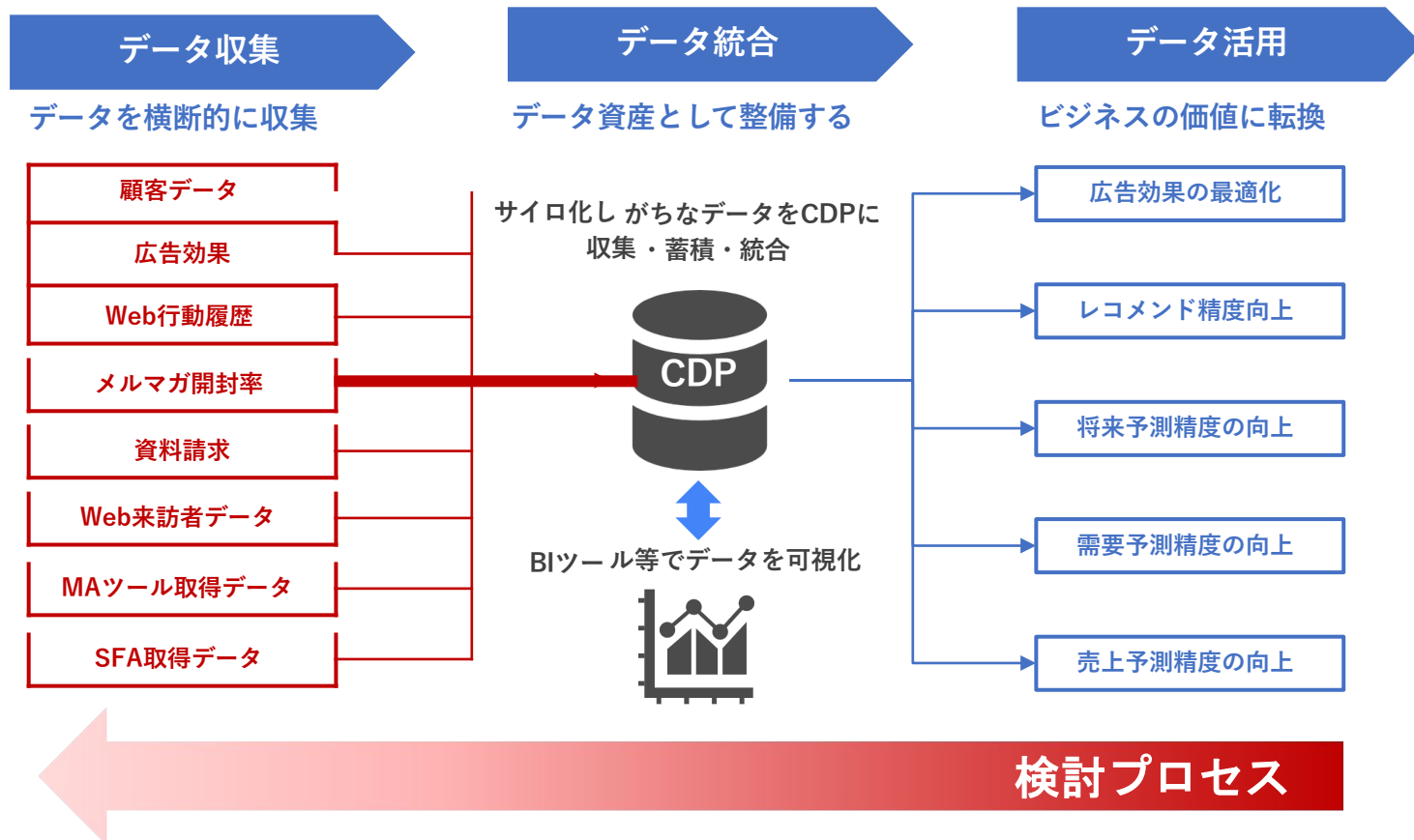
データの収集・統合、情報処理、活用・分析が効率化されるため、PDCAサイクルを速く回すことができ、データ分析をして新しい施策を実行し、検証するまでのスピードも格段に上がります。効果的なマーケティングを早い段階で実現できるようになります。

社内で情報共有ができる

すべての情報を一元管理できる上、どの部署のどの人でもリアルタイムで正確な情報に触れられるようになり、社内で情報共有をしながら実施したい施策を各々で展開できます。

データ収集・蓄積・統合基盤（CDP）の構築

実務で活用できるデータを増やし利益に寄与するデータドリブンマーケティングを実践するためには、データをどのように活用し、どのようにビジネスに影響があるかを検討することが重要になります。伊藤忠インタラクティブでは、お客様のビジネスの最大化に向けてどのような価値が創出できるのかデータの活用方法の検討からおこなってまいります。



お気軽にお問い合わせください

ITOCHU
INTERACTIVE
Marketing & Technology for All

伊藤忠インタラクティブ株式会社
gcp-solution@market.co.jp

伊藤忠インタラクティブ紹介



伊藤忠インタラクティブ株式会社

ITOCHU INTERACTIVE CORP.

本社所在地	〒107-0062 東京都港区南青山2-5-17 ポラ青山ビルディング4F
代表取締役	三輪宗久
設立	1982年1月
資本金	4億円
株主	伊藤忠商事株式会社
従業員数	130名
URL	https://www.market.co.jp/



| グループ会社一覧



マイボイスコム株式会社

本社所在地	〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-17-11 榮葉ビル5F
事業内容	インターネット調査、オフライン調査 グループインタビュー、会場調査、ホームユーステスト等 テキストマイニングサービス、マーケティングデータ提供
代表	代表取締役社長 高井和久
URL	https://www.myvoice.co.jp/



ジーアイクラウド株式会社

本社所在地	〒107-0062 東京都港区南青山2-5-17ポラ青山ビルディング4F
事業内容	Google Cloud Platform(以下GCP)を活用した システムインテグレーション・コンサルティング / GCPシ ステム運用・保守 / GCPリセールサービス等
代表	代表取締役社長 鳥内 将希
URL	https://www.gicloud.co.jp/