



# 真の顧客理解と 顧客体験の実現と提供とは？ ～顧客の期待に応える Digital Marketing戦略～

EYアドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社

## Digital技術を“戦略策定”から“実行”まで活かし 顧客をより理解することで、有益な価値を提供するマーケティングへ

ビジネス環境が刻々と変化し、日々新たな製品・サービスが提供されるにつれ、顧客の価値観や嗜好も変化しています。それにより、多くの先進企業のマーケティングも、これまでの一方通行な情報提供ではなく、Digital技術を活用し、顧客をより「理解する」マーケティング、さらに顧客に「寄り添い」長期的な関係性を築くエンゲージメントの強化に舵を切っています。

従来のマーケティング手法に、Digital技術により得られる利点を加えることにより、さらに深い顧客理解と真の顧客体験の実現が可能となります。

EYアドバイザリー・アンド・コンサルティングでは、マーケティング分野に知見を持つプロフェッショナルが、貴社のビジネス課題に対して、継続的かつ包括的な支援を提供いたします。



# Digital Marketingに対するEYの理解

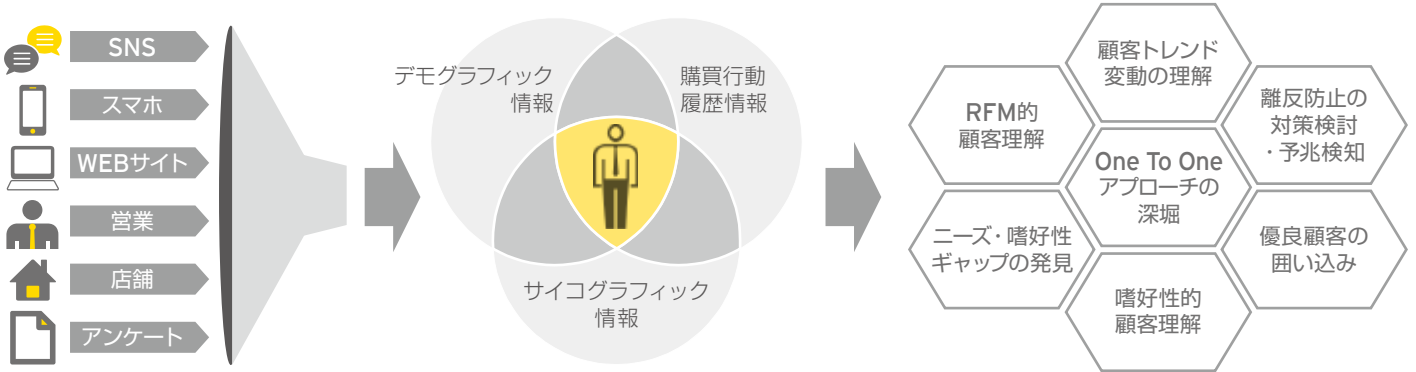
日々のマーケティング活動におけるDigital技術の活用は、「データドリブン」によるアプローチが「オムニチャンネル環境下」での顧客理解を可能とし、有益な価値を提供する施策の実行が容易になると考えます。

## 1 「データドリブン」によるアプローチ

さまざまなチャネルで情報収集

顧客情報の蓄積

施策でのデータ活用例(データドリブン)

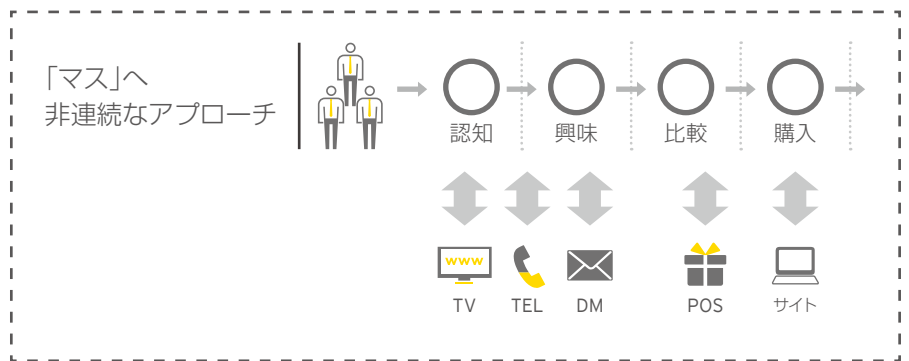


## 2 「オムニチャンネル」でのアプローチ

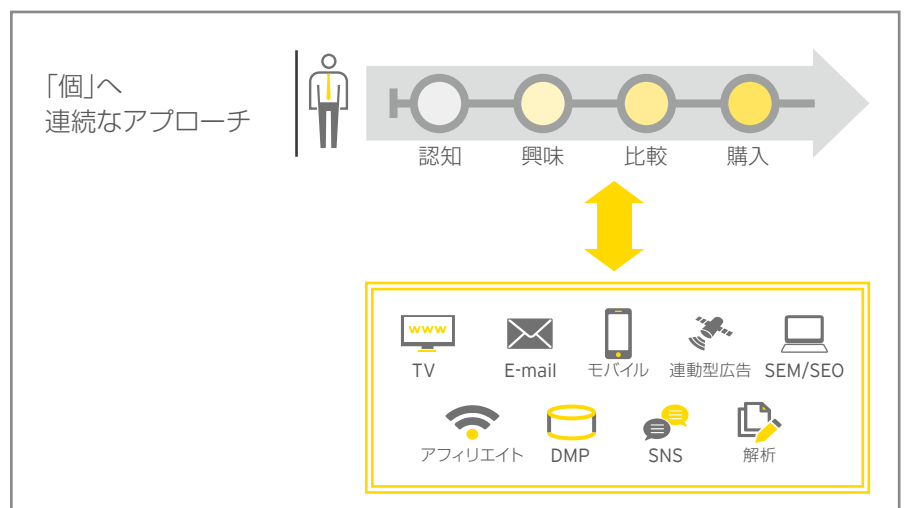
マス向けに、企業側が画一的なアプローチを選択したチャネルで個別に実施していた。

顧客にとって、適切なアプローチを、受け取りやすいチャネルで実施でき、より個客に寄り添うことが可能に。

従来型のマーケティング



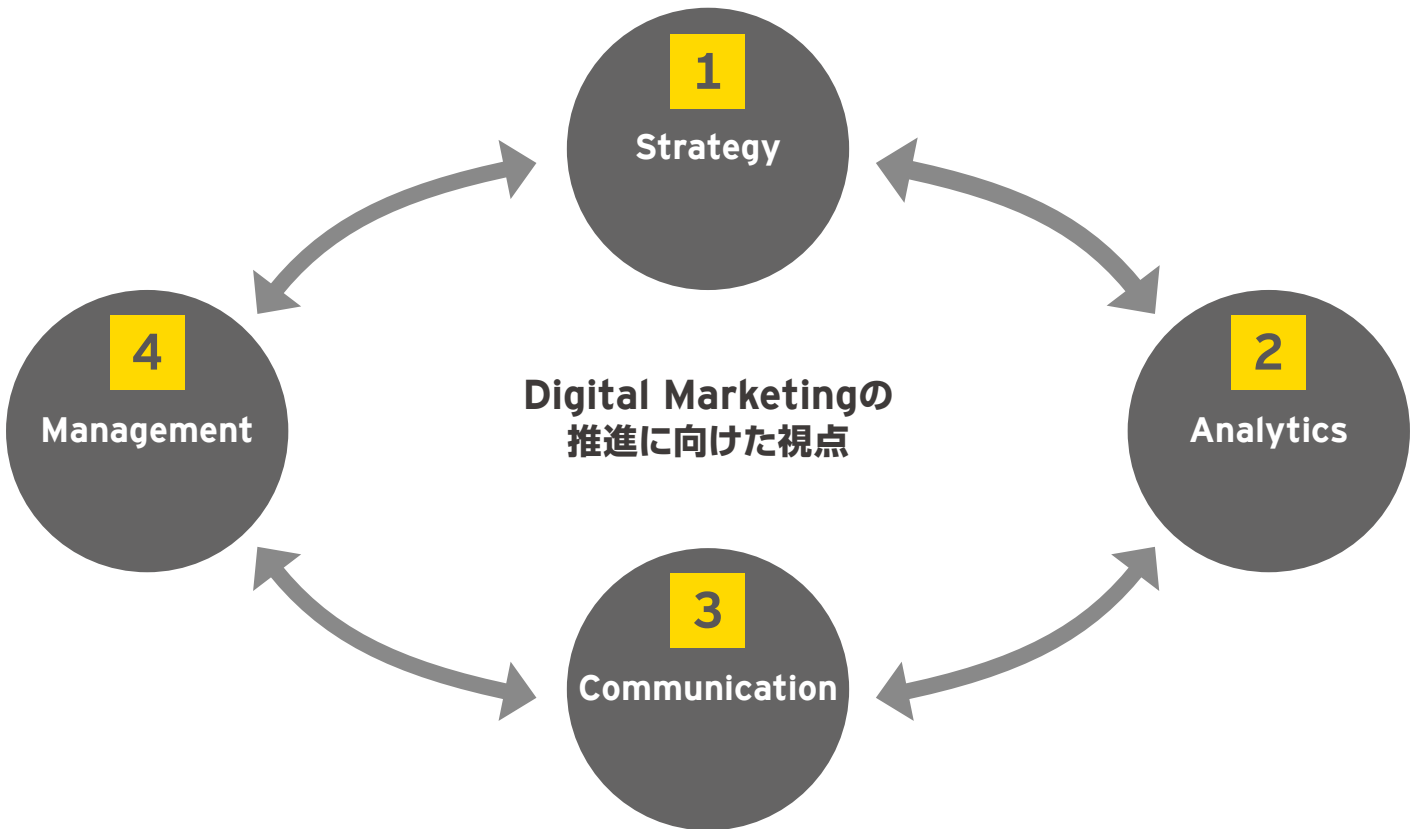
Digital Marketing



# Digital Marketingを推進するための4つの視点と対応策

デジタル化が進む中でのマーケティング高度化に取り組む際、企業間で共通する多くの問題点があると認識しています。

一方で、先進的な企業では4つの視点で対応を進めており、その方向性はさまざまな課題に悩む他企業でも広く活用することが可能です。



## Digital Marketing推進に向けた対応策例

### 1 Strategy

- ▶ 既存の販売手法やチャネルの役割・課題を把握し、自社に適したデジタルマーケティングのあるべき姿を定義する
- ▶ 現在のマーケティング活動の成熟度を把握し、高度化に向けた短期・中期的な実行項目を策定する

### 2 Analytics

- ▶ アナリティクスを活用してセグメンテーションを実施する際には、現場での活用容易性や活用目的を考慮し、特性が似通う一定規模の顧客分類を導出する
- ▶ デジタルチャネルでの施策を活用して、サイコグラフィック情報・ライフイベントを特定し、態度変容を促す示唆を導出する

### 3 Communication

- ▶ 顧客のインサイトを理解したうえで、「必要な情報」を「必要なタイミング」「必要なチャネル」で提供し顧客の信頼を得る
- ▶ 各部署にとって指針となる顧客ペルソナや顧客購買行動を定義することで、施策ごとの役割・ゴールを明確化する

### 4 Management

- ▶ KGIに紐づく結果指標はもちろん、プロセスの成否まで測れるKPIを策定する
- ▶ 定期的なトラッキングが行える仕組み・体制を構築し、施策・事業の状態をリーダーが詳細に把握する

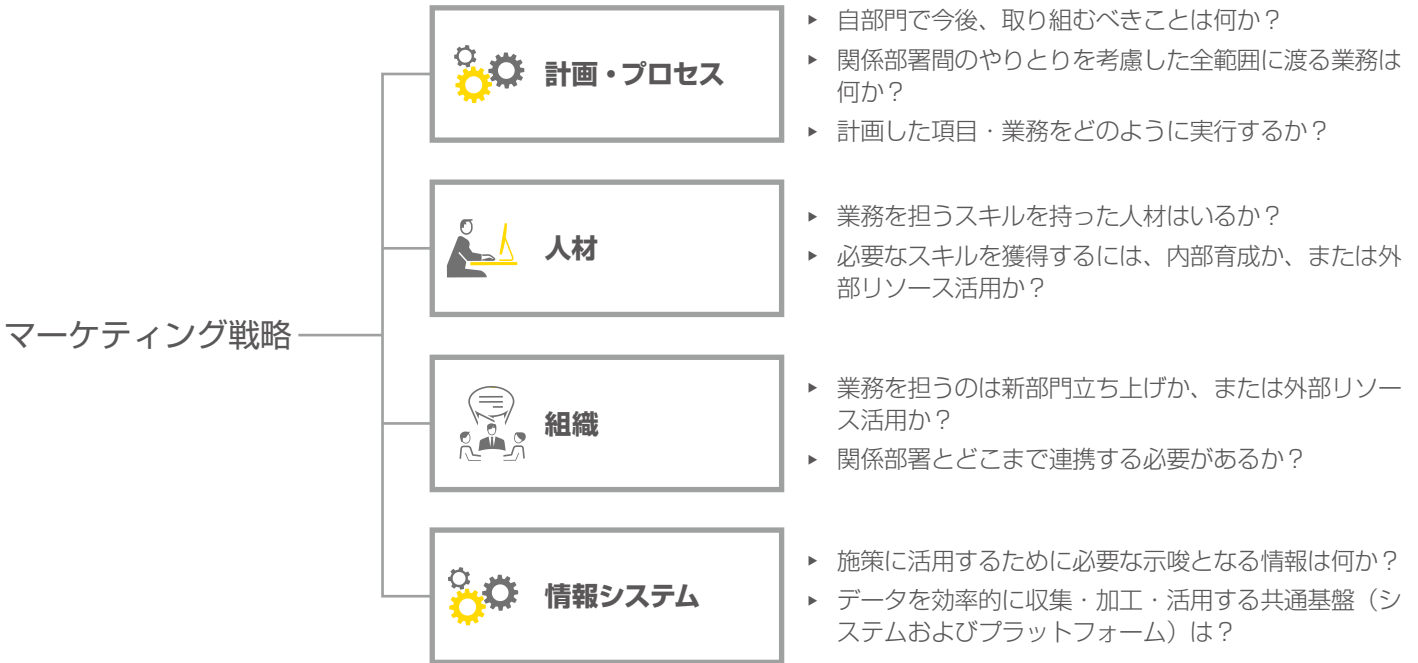
# Digital Marketingを高度化に向けたアプローチ

## 1 Strategy : マーケティング戦略の策定

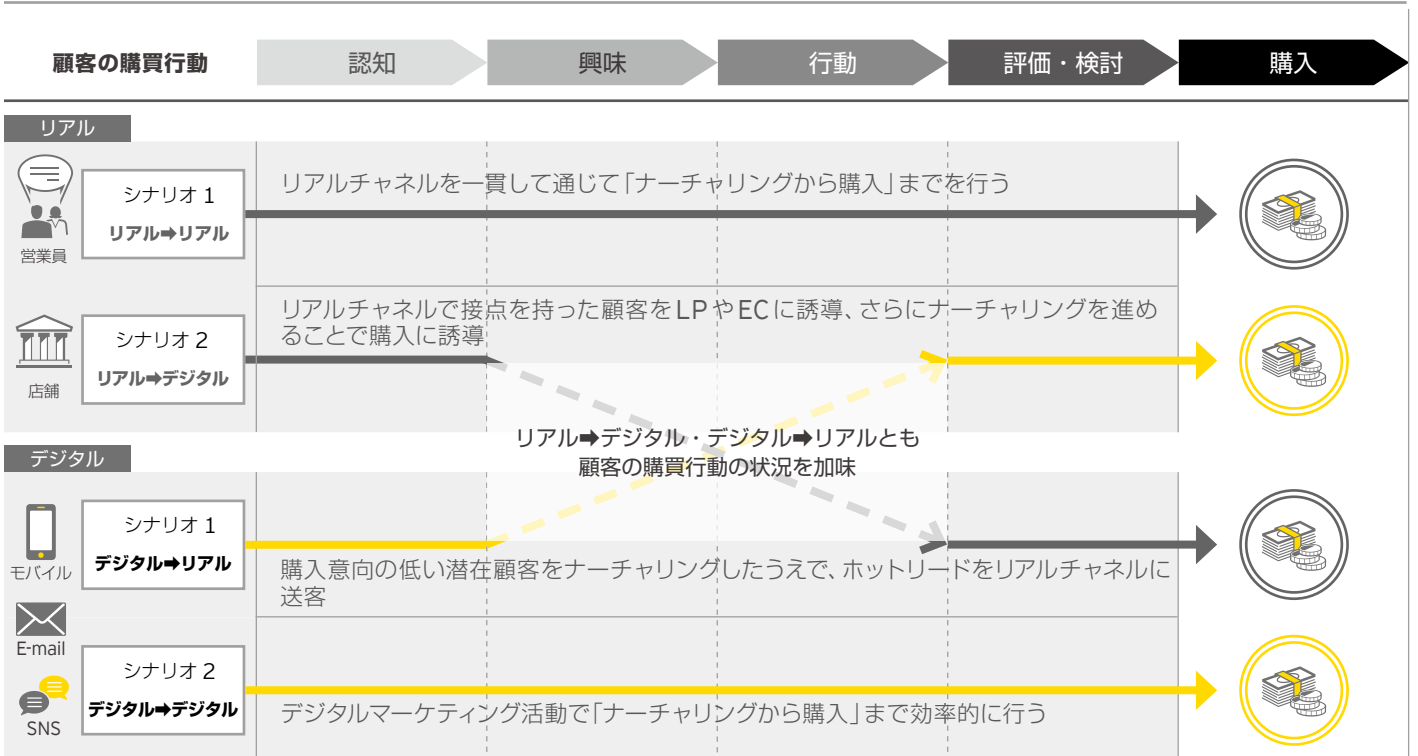
「計画・プロセス」「人材」「組織」「情報システム」各検討観点を基に、既存チャンネルとの連携および棲み分けを意識した、相乗効果をもたらすDigital Marketingの対応領域(あるべき姿)や展開に向けたロードマップを定義します。



### マーケティング戦略を検討するうえでの主要論点例

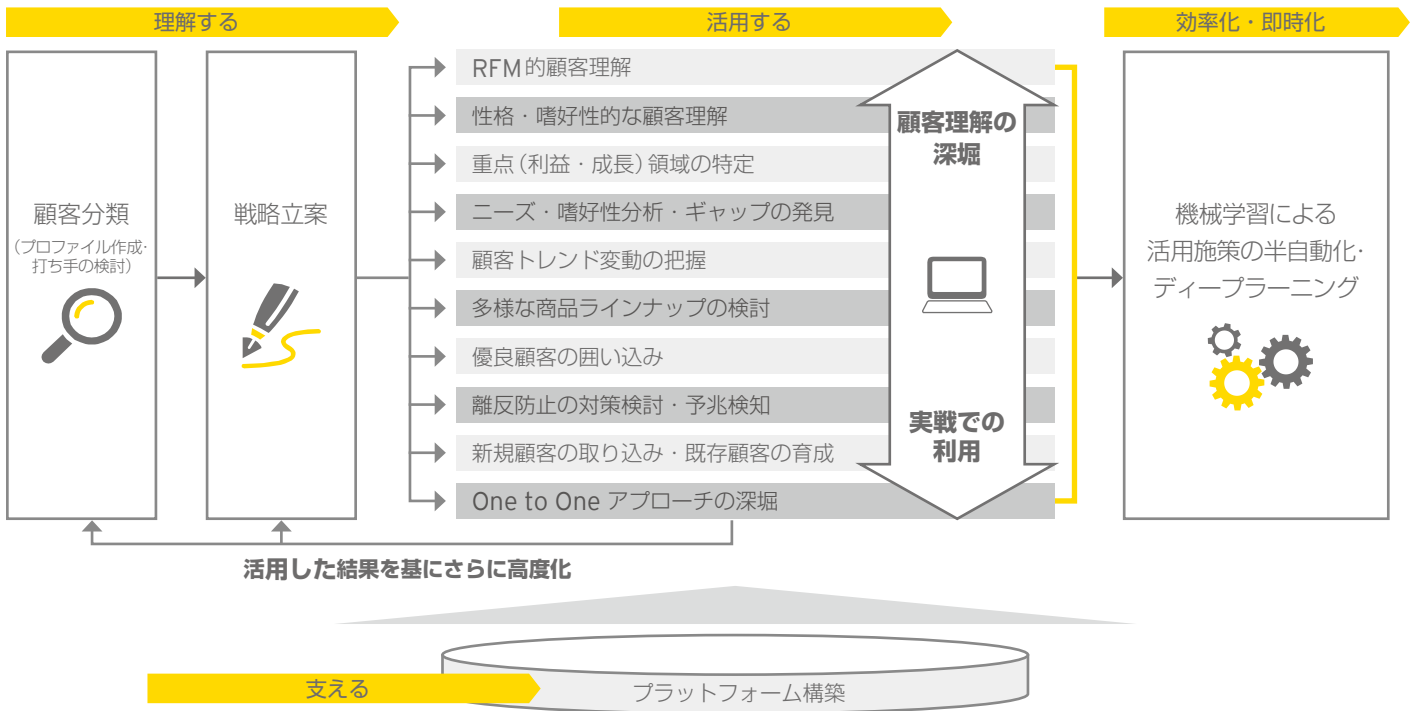


### Digital Marketingの対応領域あるべき姿



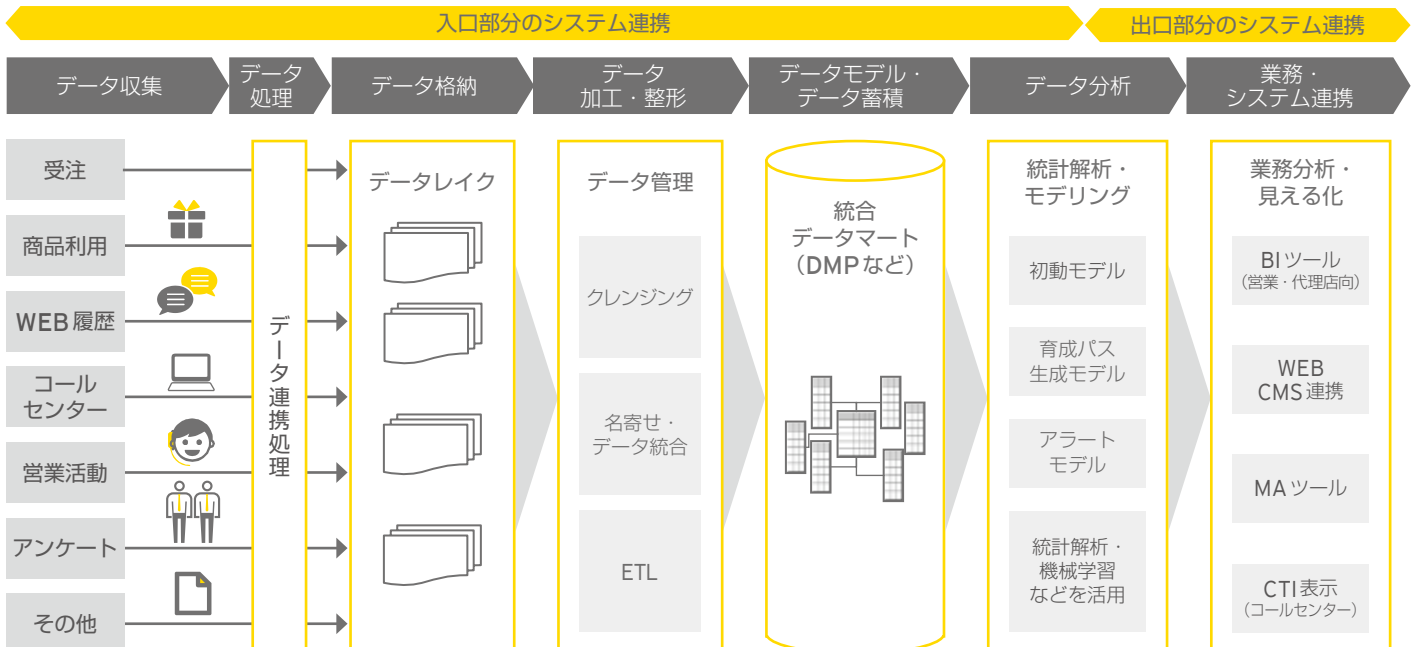
## 2 Analytics : Data Analyticsの活用

顧客データを活用（データアナリティクス）し、顧客理解をより深堀することで、マーケティング戦略の精度を向上させます。さらにその分析結果をさまざまなマーケティング活動の課題に対して活用することで、施策の高度化に寄与させていきます。



### データドリブンによるマーケティング施策を支えるプラットフォーム

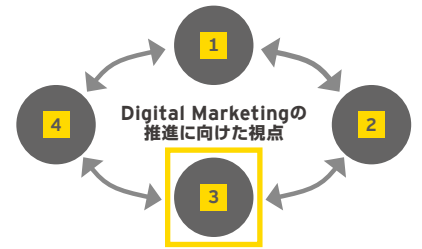
データを活用したマーケティング活動を行うプロセスを整備しつつ、戦略や組織体制、成熟度に応じて段階的にシステムを導入し、データ活用のプラットフォームを構築していきます。



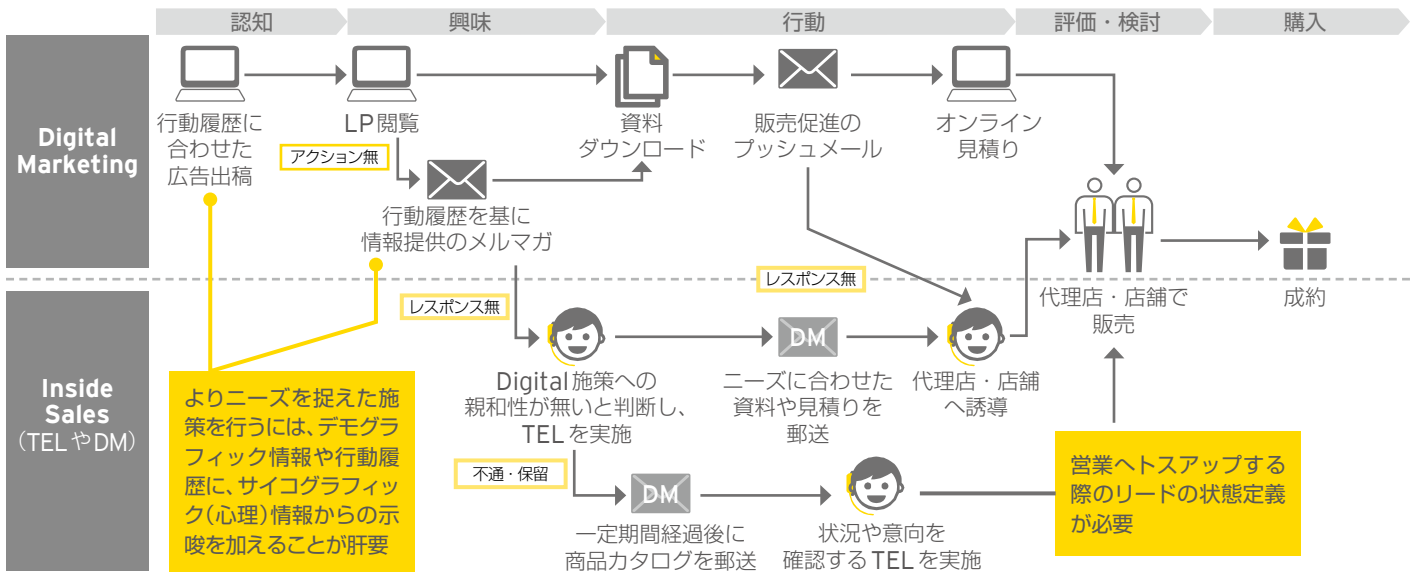


### 3 Communication : コミュニケーション設計の高度化

価値のあるコミュニケーションを創造するために、取得がしやすくなった「顧客属性情報（特にサイコグラフィック情報）」を考慮し、顧客を「個客」と捉えて最適化されたコミュニケーション内容やアプローチタイミングを設計します。

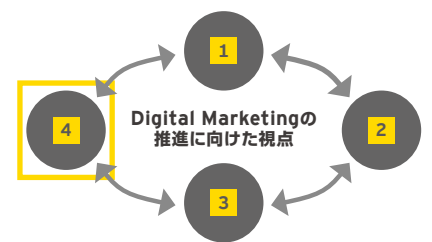


#### B2B領域でのコミュニケーション設計例



### 4 Management : KGI/KPIマネジメントの確立

KGIに紐づくKPIは適切な管理を目指すため、「結果指標」だけでなく、「プロセス指標」や「コスト指標 (ROI)」まで包括的に設計します。また、各KPIが管理者によって能動的にトラッキングされ、結果に合わせた対策が迅速に行える体制・プロセスの整備まで行います。



#### マーケティング高度化にあたって必要なKPI

##### 結果指標 (成果)

- (例)
- ▶ 売上・セールス部門利益
  - ▶ リード情報の収集数
  - ▶ 全体・チャネル別の受注数 (マス・イベントなどのクロージングチャネルでないものは上乘せ数)
  - ▶ 顧客属性情報の取得・貼付き率
  - ▶ 顧客・従業員満足度

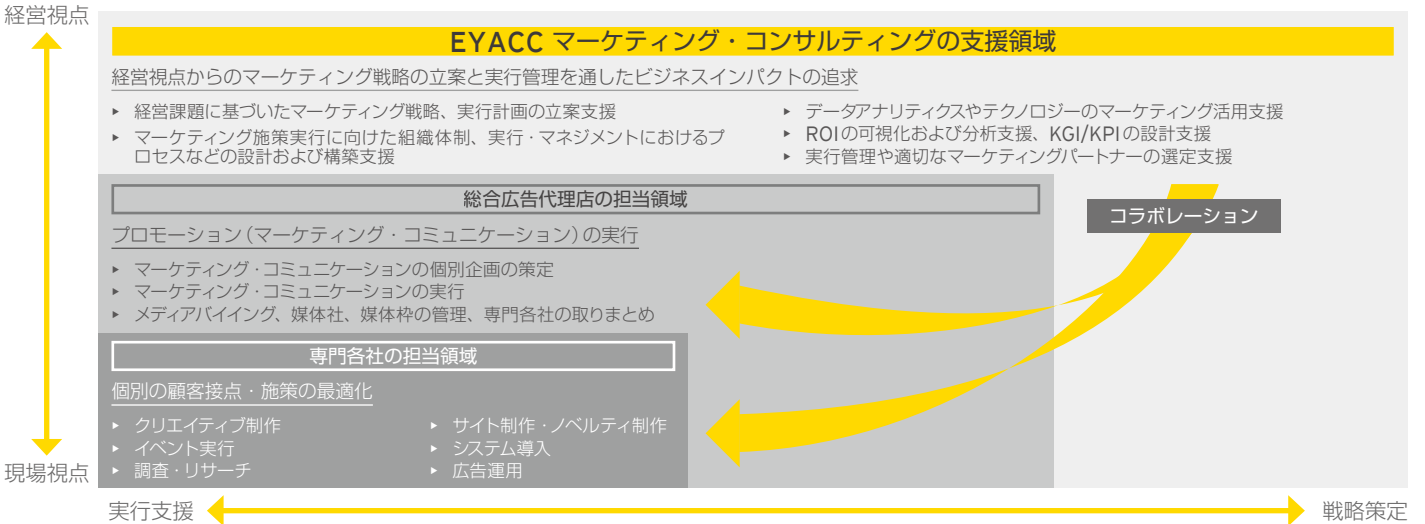
##### プロセス指標・コスト指標 (効率性)

- (例)
- ▶ リード情報の収集単価 (CPI)、リードの6か月後受注率、オプトアウト数
  - ▶ 全体・チャネル別の新規受注 単価 (CPA)
  - ▶ インバンド電話窓口のCPC、AHT、平均後処理単価
  - ▶ 顧客1人(社)あたりのリテンションコスト

# EYのコンサルティング支援領域とプロジェクトアプローチ例

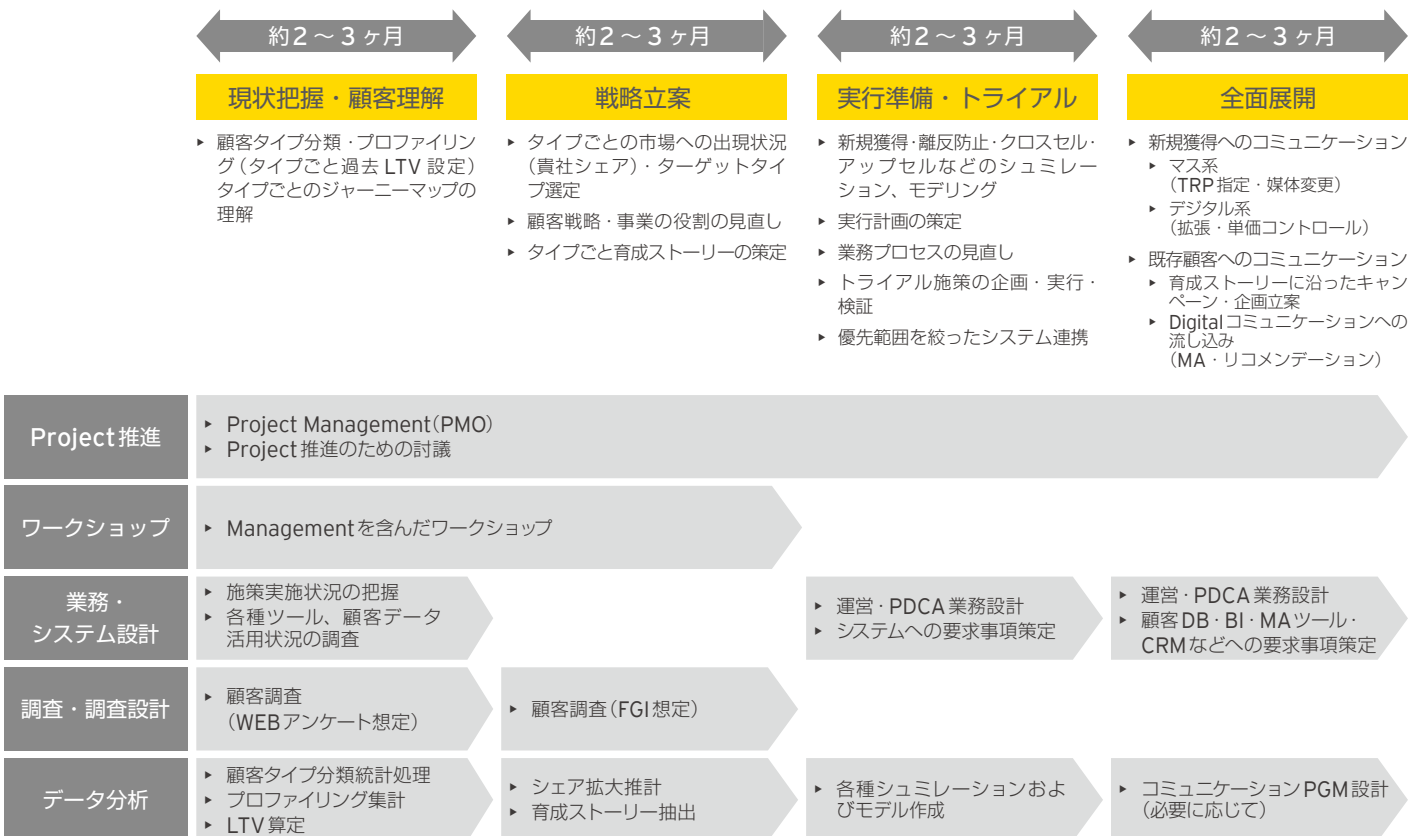
## 1 EYACCのマーケティング・コンサルティング支援領域

さまざまなマーケティングパートナー（協力会社）と協業しながら、財務視点を踏まえた統合マーケティング戦略および実行計画の立案から、テクノロジー導入や実行管理までトータルな支援を提供し、より効果的で最適化されたインパクトを追求します。



## 2 プロジェクトアプローチ例

Digital Marketingの高度化に向けたアプローチ例は下記の通りとなります。  
 （実施期間は調査・データ分析、システム設計有無などによって差異が生じます）



※ 期間には、システム構築期間を含みません。データの取り揃え期間に期間を要する場合は延長の可能性があります。

# Contacts

より詳細なサービス概要につきましては下記のサービス  
チーム担当者までお問い合わせください。



関 良樹  
アソシエート パートナー  
Yoshiki.Seki@jp.ey.com



齊藤 賢一  
シニアマネージャー  
Kenichi.Saito@jp.ey.com

EY アドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社  
東京都千代田区有楽町一丁目1番2号  
東京ミッドタウン日比谷 日比谷三井タワー  
Tel: 03 3503 3500(代表)

## EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

### EYについて

EYは、アシュアランス、税務、トランザクションおよびアドバイザリーなどの分野における世界的なリーダーです。私たちの深い洞察と高品質なサービスは、世界中の資本市場や経済活動に信頼をもたらします。私たちはさまざまなステークホルダーの期待に応えるチームを率いるリーダーを生み出していきます。そうすることで、構成員、クライアント、そして地域社会のために、より良い世界の構築に貢献します。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバル・ネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。詳しくは、[ey.com](http://ey.com) をご覧ください。

### EY Japanについて

EY Japanは、EYの日本におけるメンバーファームの総称です。EY新日本有限責任監査法人、EY 税理士法人、EY トランザクション・アドバイザリー・サービス株式会社、EY アドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社などから構成されています。なお、各メンバーファームは法的に独立した法人です。詳しくは [www.eyjapan.jp](http://www.eyjapan.jp) をご覧ください。

### EY アドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社について

EY アドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社はEYの日本におけるメンバーファームです。さまざまな分野の専門性を有するプロフェッショナルがグローバルに連携し、企業が抱える経営課題に対し、最先端かつグローバルな視点と実行力で最適なアドバイザリーサービスを総合的に提供いたします。詳しくは [www.eyjapan.jp/advisory](http://www.eyjapan.jp/advisory) をご覧ください。

© 2019 EY Advisory& Consulting Co., Ltd. All Rights Reserved.

ED None

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務及びその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EY アドバイザリー・アンド・コンサルティング株式会社及び他の EY メンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。