

2024年1月30日

電通、事業グロースのための次世代マーケティングモデル 「Marketing For Growth」を構築

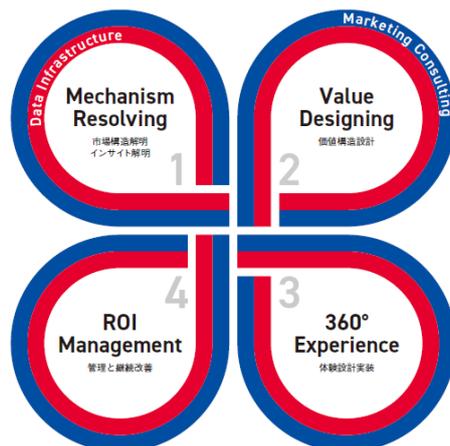
— 独自のデータ基盤と専門人財、4つのマーケティングプロセスで、新たな価値や需要を創出 —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：佐野 傑）は、マーケティングの投資対効果（mROI）がより一層求められる時代において、企業の事業グロースに必要なマーケティングの在り方（要素・プロセス）を改めて捉え直し、体系化した次世代モデル「Marketing For Growth」を構築しました。これまで当社がマーケティングの高度化・効率化のために提供してきたさまざまなソリューションやこれから開発していくサービスを、この「Marketing for Growth」のもとで整理し、シームレスに連携させていくことで、顧客企業のマーケティング変革を統合的に支援し、事業グロースに貢献していきます。

企業のマーケティング活動において、テクノロジーの進化とともにデータを基に生活者理解を深めたいというニーズは年々高まっていますが、一方で、人を理解するためのデータは多種多様であり、場面によって異なります。たとえば、会員データや購買データと、コンテンツの閲覧データ、意識調査データは、データソースもそれを管理する部署も異なるなど、顧客の行動・嗜好を正確に、解像度高く理解することは容易ではありません。現代のマーケティング課題の多くが、この「データ」と「アナリティクス」「プランニング」「顧客体験」「効果検証」などの分断によって生まれており、そのことによって顧客体験がより良くなる機会も失っていると考えられます。

「Marketing For Growth」では分断解決のため、各種データをシームレスにつなぐ《Data Infrastructure》と、そこから専門コンサルタントが新たなインサイトやビジネスチャンスを発見し、一貫性ある戦略や実行のストーリーを構築していく《Marketing Consulting》の2つの要素を基盤としています。この2つが動脈と静脈のように相互連携することで、マーケティング活動全体に血が通い活性化していくことを概念図で表しています。

< 「Marketing For Growth」 ロゴ・概念図 >



《Data Infrastructure》領域では、当社が2016年から他社に先駆けて取り組んできたデータクリーンルームの活用によって、企業の1st Partyデータ、プラットフォーム事業者のデータ、各種メディアデータなどを統合的に分析していきます。2022年に、複数のデータクリーンルームを一元管理できるシステム「TOBIRAS[®]」を開発したことで、よりスピーディかつ多面的な分析が可能になり、2023年の1年間に1000件以上の実績を有しています。

《Marketing Consulting》には、データクリーンルームを安全かつ高度に運用できるよう専門の研修とテストを受け、実務経験を経た認定アナリスト400名以上（2024年1月時点。今後も増員予定）を中心に、マーケティングコンサルタント、戦略プランナー、メディアプランナーなどの専門人財が従事。以下4つのマーケティングプロセスにおいて、新しい価値・需要の創出や、マーケティング効果の最大化を担っていきます。

今後さらに、業界ごとに解像度の高い実践知を集積し、各業界に特化した、mROIの高いマーケティングを提供していくことを目指します。

<「Marketing For Growth」4つのマーケティングプロセス>

1. Mechanism Resolving（市場構造解明、インサイト解明）

多種多様なデータを活用して、市場を人基点で構造化、また着目すべき重要顧客を抽出し事業グロースに貢献する分析を行う。また、業種ごとに異なる「その市場が動くきっかけ・構造」や、知られていなかった生活者の行動傾向など、あらゆるメカニズムの解像度を上げ、ビジネスチャンスを導き出す。

2. Value Designing（価値構造設計）

企業パーパスと事業成長、両方の視点からのMission・Vision・Valueを設計。またデュアルファネル[®]で顧客の体験価値を描き、もっとも効果的な価値構造、競争力のあるマーケティングの骨格を形作る。

3. 360° Experience（体験設計実装）

商品・ブランドの価値を、それらが使われるタイミングだけではなく、生活の中のあらゆるシーンに拡張し、豊かな顧客体験を創出する。さらに、コミュニティマネジメントやロイヤルティプログラムなどを通して、企業と顧客との長期的な関係を構築する。

4. ROI Management（管理と継続改善）

統合マーケティングダッシュボード「MIERO」などを用いて、効果・効率を含むマーケティング全体を可視化。サクセスポイントとボトルネックを明らかにし、データドリブンな意思決定や、高速PDCAを支援する。

今後も当社は、上記4つのプロセスが《Data Infrastructure》と《Marketing Consulting》を基盤に相互につながり、高速循環するモデルで、顧客企業のマーケティング全般をサポートし、事業グロースに貢献していきます。

※ 2022年8月25日発表：複数のデータクリーンルーム環境を一元管理する「TOBIRAS」を開発
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0825-010544.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 事業広報部

田中、宮田、藤田

Email : jigyokoho@dentsu.co.jp