

2016年6月17日

**電通など4社、スマートフォンアプリのログから実店舗までのデータを統合し、
顧客生涯価値の最大化を実現するCRMソリューション「Growth Edge™」を開発**

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）、デジタルCRMに強みを持つ株式会社電通イーマーケティングワン^{※1}（本社：東京都中央区、社長：石川 浩）、株式会社サイバーエージェントの連結子会社でアプリ運用やグロースハック^{※2}に国内有数の知見を持つ株式会社シロク（本社：東京都渋谷区、社長：飯塚 勇太、以下「シロク」）、米国のエンゲージメントマーケティング・ソリューションプロバイダーであるMarketo（NASDAQ 上場会社）の日本法人である株式会社マルケト（本社：東京都港区、社長：福田 康隆、以下「マルケト」）の4社は、スマートフォンアプリから実店舗までの複数チャンネルを結び付け、多様なデータの分析から運用までをワンストップで実現するCRMソリューション「Growth Edge™」を共同で開発し、本日より提供を開始します。

現代マーケティングの最重要ポイントは、ユーザーコミュニケーションの一元化・最適化です。アプリ、ウェブサイト、店舗、リアルイベントなどサービス提供環境の多角化が進む中、マーケティングオートメーション／コンテンツレコメンデーション／オムニチャンネル^{※3}などのキーワードが注目を集めています。

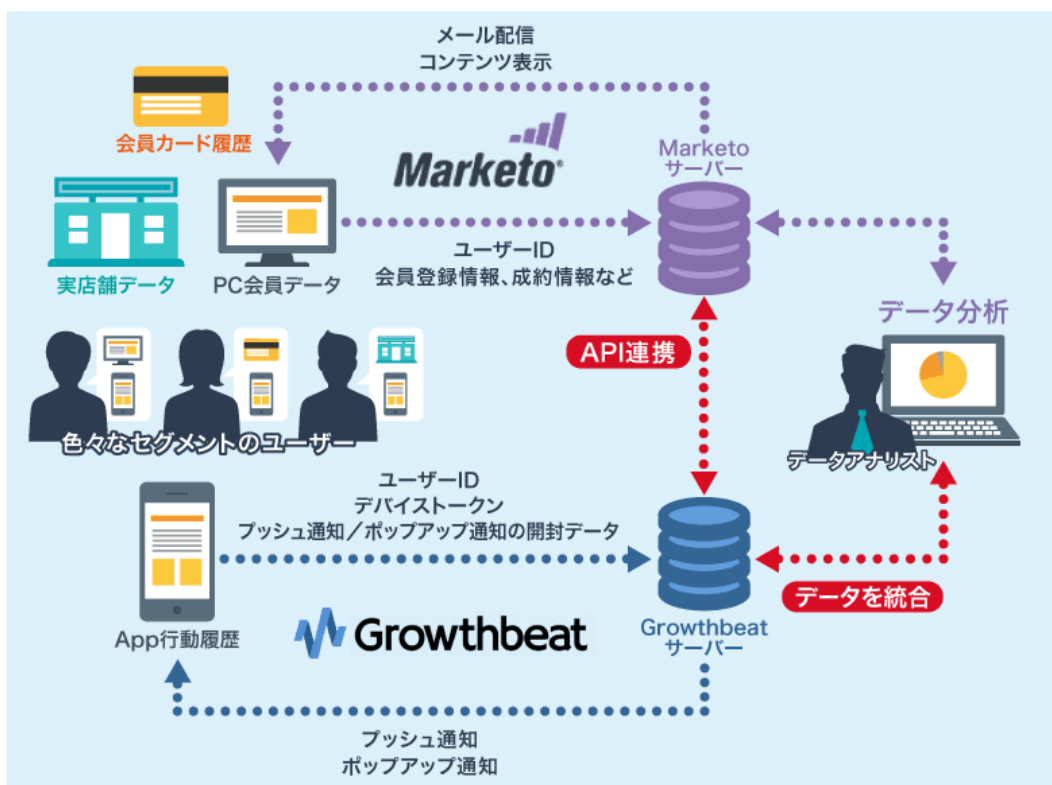
しかし、スマートフォンアプリとウェブサイトなどチャンネル間の連動は、既存のツールでは対応していなかったり、高価なオプションになっていたり、あるいは別々のツールを用いたりするために連動に難がありました。また、統合的な環境実現のためには膨大な開発・運用コストに加え、十分な人的リソースの確保という壁がありました。

「Growth Edge™」ではこれらの課題を一度に克服できます。アプリのアクセスログなどの行動情報やユーザーの属性情報をマーケティングオートメーションのスコアリング^{※4}に反映させることで、より精緻な情報配信とコンテンツレコメンドを実現し、ブランドへのユーザー体験（UX）^{※5}の向上と顧客生涯価値（LTV）^{※6}の最大化を達成します。

既存の2つのツール、マルケトの「Marketo」とシロクの「Growthbeat」をシームレスに結合させ、電通グループのマーケティングおよびデジタルCRMに関する知見・ノウハウを融合、CRM施策をワンストップかつコスト競争力のある形で提供できるようにしました。導入の際、顧客のマーケティングオートメーションに必要な戦略策定と初期設計に加え、運用・分析に必要なすべてのリソースを提供することで、ブランドやサービスへのエンゲージメントの向上を支援します。

今後 4 社は、顧客企業の事業環境やチャネルの状況に応じたカスタマイズを行いながら「Growth Edge™」ソリューションを提供してまいります。

■「Growth Edge」のイメージ図



■ソリューションのロゴマーク



<シロクについて>

会社名：株式会社シロク (<http://sirok.co.jp/>)

所在地：東京都渋谷区道玄坂 1-12-1 渋谷マークシティ ウエスト 17 階

代表者：飯塚 勇太（代表取締役社長）

設立日：2011 年 12 月 1 日

事業内容：スマートフォンなどの端末、モバイル・インターネットを利用した各種情報提供サービスの企画・制作および運営。

<マーケットについて>

会社名：株式会社マーケット (<https://jp.marketo.com/>)

所在地：東京都港区六本木 6-10-1 六本木ヒルズ森タワー34階

代表者：福田 康隆（代表取締役社長）

設立日：2013年11月6日

事業内容：あらゆる規模・業種の企業向けに、デジタルからアナログまで、適切なタイミングで適切なメッセージをそれぞれに合ったチャネルを通して届けるマーケティングプラットフォームを提供。

※1 電通イーマーケティングワンは、7月1日に設置する新会社「株式会社電通デジタル」（本社：東京都港区、代表取締役社長：丸岡 吉人）に合流することになります。

※2 グロースハック：商品・サービスの設計や開発的な工夫も含めて、データを分析・モニタリングしながらサービスを改善／成長させる手法およびマインドセットの総称。

※3 オムニチャネル：あらゆる接点で、リアル店舗、通販、E コマースなどのチャネルをまたいで、いつでもどこでも同じようにシームレスな感覚で購買できること。

※4 スコアリング：顧客のアクセス頻度や属性などによってスコアをつけ、重要見込み客を見つける機能。

※5 UX：User Experience の略語。ユーザーがサービスに接触して得られる一連の体験全体の総称。

※6 LTV：Life Time Value の略。ユーザーがサービスに支払う対価やユーザーが持つ価値の総額。購買や課金がゴールの場合は、顧客生涯単価ともいえる。

*本リリースに掲載されている会社名、ロゴ、製品名などは、すべて該当する各社の登録商標または商標です。

*本リリースに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 総務局 コーポレート・コミュニケーション室 広報部
長澤、山田 TEL：03-6216-8041

【ソリューションに関する問い合わせ先】

株式会社電通 ビジネス・クリエイション・センター
片山、浅野 TEL：03-6216-8687