

販売促進情報マガジン

太成二葉通信



特 集

手間いらずで最適化!
マーケティングオートメーションの基礎知識

連 載

お客様の事例紹介



特集

手間いらずで最適化！マーケティングオートメーションの基礎

—顧客情報を活用した販売戦略の、効率的実践ツール—

テキスト：谷川 史憲 / 川崎 奈緒美【大阪本社】

欧米では浸透している【マーケティングオートメーション】ですが、日本ではまだまだ一般化していません。今回はその基礎知識をご説明します。

■ マーケティングオートメーションとは

マーケティングオートメーションという言葉をご存知でしょうか。

アメリカで発祥し2014年頃から日本でも少しずつ聞かれるようになった「マーケティングオートメーション(以降「MA」と表記)」とは、マーケティングの過程で発生する様々なアクションを自動化するツールのことです。

具体例としてはメール配信、登録フォーム、キャンペーン管理、リード管理、マーケティング分析、WEBアクセス管理、行動分析などが挙げられますが、これらは従来個別のツールとして存在します。

しかしMAでは、企業のマーケティングに使用するそれらの作業を全てひとつのソフトに集約することが可能になり、効率化することが出来るのです。

見込み顧客へのファーストコンタクトから受注までを記録分析し、更に1つのソフト内に記録することで、「最適な情報を、最適な方法

で、最適なタイミングで届ける」一連の流れを自動で行ってくれるMAは、まさに忙しいマーケターの頼もしい味方と言えます。

下の図は【MAサービス市場の規模推移予測】のグラフです。

2014年～2016年にかけてなだらかに拡大を続けているMA市場は、経済研究所の予測では2020年までに約2.5倍まで膨れ上がると予測されており、ここからも注目度の高さが伺えます。

■ WEBマーケティングとマーケティングオートメーション

MAが注目されるようになった背景として「顧客の消費行動の変化」と、それに伴う「マーケティング手法の複雑化(WEBマーケティングの多様化)」などがあげられます。

インターネットが一般に浸透する以前、企業のマーケティング手法はテレビCMやラジオの広告、ダイレクトメールなど、マスメディアを利用したものがメインでした。

消費者が気になる商品について知る為には、販売企業の情報発信を待つ他にありませんでした。

ところが、時代が変わりインターネットが一般化したことにより、消費者は自分の欲しい商品情報や口コミを自らで簡単に探すことが出来るようになりました。

特にスマートフォンが普及した昨今では、誰もがいつでも・どこでも欲しい情報を当然のように手に入れることができます。

この消費行動の大きな変化を前にして、販売者側もWEBによるコミュニケーションを積極的に行う必要が出てきました。

マーケティング活動がWEB施策を中心に語られるようになったのです。例えば、過去に購買履歴があり、かつ別の車に興味を持ち始めている消費者がいたとします。

気になる車種のホームページをよく開き、欲しいという気持ちを持ちながら情報を得ているが、実際にカーディーラーへ足を運ぶには至っていない。そんな潜在顧客が居たとしても、店舗来店がない限りその人の購買欲に営業マンが気づくことはありません。

興味を持った顧客とやりたい営業マンは出会えないまま、販売のチャンスは遠のいてしまいました…。

このような消費者と販売者のすれ違いは、企業の知らない所で無数に起こっています。マーケティングで大切なのは、誰に・いつ・どんな内容を・どんな方法でアプローチするかですが、上記の例で言えば「(誰に)WEBの閲覧客に、(いつ)ページ閲覧の直近で、(どんな内容を)開いていた車種とそれに近い車の情

MAサービス市場の規模推移予測



知識



報を、(どんな方法で)手軽に見られるメールやDMで」アプローチ出来ていれば、購買に繋がっていたかもしれません。

それは一見不可能に思える施策ですが、MAがあれば容易に可能になります。

MAを使用すれば、見込み客の個別ブラウザにCookieを発行することで顧客情報とサイト閲覧履歴の統合が可能です。

閲覧回数の高まった顧客に対して、ベストなタイミングを見計らって直接商品のキャンペーンやお得情報を送ることができます。

タイミング良く届けることで、今まで興味本位で終わっていた消費者も購入検討段階まで導くことが出来ると考えられます。

上記ではMAの一例としてトラッキングデータ(Webサイトの利用者の行動記録・追跡データ)を活用したWEBマーケティングをご説明しました。

MAはマーケティングに欠かせない細かいセグメンテーションを人の手を使わずに情報として残してくれます。

それにより、企業は一歩進んだWEBマーケティングが出来るようになり、その結果売上につながっていきます。

■ MAを活用するために必要なこと

とはいっても、MAが万能であるとは言い切れません。

MAは「マーケティングを自動化する」というネーミングの影響か、知識の浅い方でも結果を出せると思われるがちですが、実際はそうではありません。

MAを使いこなすためにはCMS機能、SEO対策機能などの知識や、ユーザーに行動を促す設計、効果測定のノウハウが求められます。そのため導入してみたものの、設定が多く知識のある担当者も居ないため使いこなせない、という状況に陥ることもあり得ます。

またMAは、あくまで人間が設定した計画に基づく施策を代理で行ってくれるものであり、そこから先のデータ分析や得られた結果をどう改善するかは、機能の範疇外になります。MA=「マーケティングのすべてを自動で行ってくれるもの」ではなく、「マーケティングの効率化を助けるツールの一部」に過ぎないのです。

いくらMAで顧客情報を細かく手に入れられたとしても、そのデータをしっかりと分析しマーケティング施策に活かすことが出来なければ、宝の持ち腐れとなってしまいます。結局のところ、MAを用いたとしても最も重要なのは、人間が行う「分析」の部分といえるでしょう。

そして、MAにおいて自動化機能と同じほど重要なのは、顧客のニーズに合わせたコンテンツです。自社を知ってもらうコンテンツから、自社に興味を持つてもらうコンテンツ等、多岐に渡るコンテンツを用意しなければなりません。でなければ、せっかく分析した顧客に対してただメールを配信しているだけになってしまいます。

ここでポイントとなるのは、集客・成約率向上・リード獲得など解決したい問題を明確にし、コンテンツの制作の継続的な運用が可能か、また運用にかかる予算・使いやすさなど

も含め考えることです。

社内でカバーできない場合は、外部のスタッフに頼むなど体制を見直す事も、必要かもしれません。

このように弊社では、マーケティングにおけるMAの立ち位置は「単なる施策実践の自動化」に過ぎず、最も重要なポイントはやはり「分析」と「コンテンツ」であると考えます。

MA導入によるメリットを最大限引き出すには、正確なデータを十分に集め、それを活かしたプランを設計し、そこに対して適切なコンテンツを用意することが必要です。

■ マーケティングの未来

競合商品が溢れる現代において、マーケティングとはまさに情報戦。

顧客情報をいかに使いこなせるかがマーケティングの鍵となり、これは新規顧客の開拓も既存顧客へのアプローチにも当てはまります。

今回紹介した内容は、MAの機能の一部に過ぎません。

これからの時代は、購入側の状況をしっかりと考察した顧客視点でのマーケティングが必須となり、それにより必要となるデータの量や複雑性もより一層増していくと考えられています。

これまで以上に人の手だけでは追いつかなくなるであろうマーケティングの世界において、MAへの注目は今後なお高まっていくでしょう。

連載

お客様の事例紹介

Project：印刷+表面加工+AR
Client：江崎グリコ株式会社 | Print：太成二葉産業株式会社

印刷とARの組み合わせが生み出す新しい商品価値

今回は江崎グリコ株式会社様で行われました、江崎グリコ公式キャラクター「双子の魔法使いリコとグリ」のコレクションキャンペーンをご紹介します。

株式会社伊藤園様・岩塚製菓株式会社様がコラボレーションし、各社のオリジナルキャラクターを活用した店頭プロモーションを組合スーパー「イオン」の本州・四国エリアにて合同実施されました。対象商品の店頭購買特典であるコレクションカードの製作を弊社にて請け負いました。

レアリティの高いカードにホログラム・レインボー蒸着・アルミ蒸着といった加工を施し、特別なキラカードを演出。すべてのカードをAR（拡張現実）アプリ「COCOAR」に登録して、スマートフォンをかざすと様々な動画を再生できるようにしました。トレーディングカードの多くは「集める」ことが最終目的ですが、そこから一步踏み込み「集めたあと」の価値を提供することで、キャラクターの印象付けを強め、認知度の向上を目指しました。動画と一緒にWebキャンペーンサイトへの誘導も合わせて行い、単に「お菓子のおまけ」では終わらないクロスメディア展開を実現しました。

また、「COCOAR」では利用履歴を収集することができます。



キャンペーンにおけるARのログを集計し、その分析をレポート。その後の施策をより良くしていくための有益な情報として、ご好評をいただきました。

その後も1年以上「COCOAR」をご利用いただき、AR活用の新開拓にも取り組み、開始当初は約2000PV／月だったものが、今年2月に行われたキャンペーンで約7万PV／月という成果を上げるまでに至っています。

「流行っている」「目新しい」だけでは終わらない、結果から改善を行いより良い結果に結びつけていくことのできる確かな販促サービスとしての弊社のARと高い印刷加工技術を是非ご利用ください。

Add value to every promotion tool - あらゆるプロモーションツールに付加価値を -



■ セールスプロモーション

化粧品関連

贈答菓子関連

薬品関連

店舗関連

■ プロモーションツール + 各種サービス（印刷・表面加工）

POP	ノベルティ	広色域印刷	ラミネーティング
ダイレクトメール	ペーパーアイテム	ハイブリッド印刷	コーティング
ポスター・リーフレット	Web デザイン	フレキソ印刷	ホットスタンプ
パッケージ	CI・VI デザイン	バリアル印刷	エンボス

太成二葉産業がお客様にとって負担なこと、面倒なこと、余計な労力がかかっている業務をすべてお受け致します。

編後記

2017
Feb.

寒冷の候、皆様にはおかわりなくお過ごしのこととお喜び申し上げます。早いもので、2017年もスタートとなりました。2016年の大きな出来事といえば、トランプ氏の大統領当選です。経済・外交・TPP破棄など、日本に与える影響は大きいと思われます。世界は目まぐるしく変って行きますが、弊社自身も待っているだけでは変化はありません。

今年も様々な分野にチャレンジし変化を繰り返し、提案の幅を広げ、少しでも皆様のお力になれるよう精進して参ります。

それでは皆様のますますのご発展を祈念しますとともに、本年もなお一層のお引き立てを賜りますようお願い申し上げます。

販売促進情報マガジン

太成二葉通信

太成二葉産業株式会社

【大阪本社】大阪市東成区深江北3-17-15 Tel:06-6976-1131

【東京支店】中央区銀座6-14-20 香蘭社ビル6F Tel:03-6278-7286

www.tims-net.co.jp