

デジタルを企業経営の根幹に

2015年2月9日
ネットイヤーグループ株式会社
代表取締役社長 兼 CEO
石黒不二代



Netyear Group is the Digital Marketing Company.

私たちは、デジタルマーケティング戦略で、
企業の強いブランドを育てます。

企業のデジタルイノベーションを支援いたします。

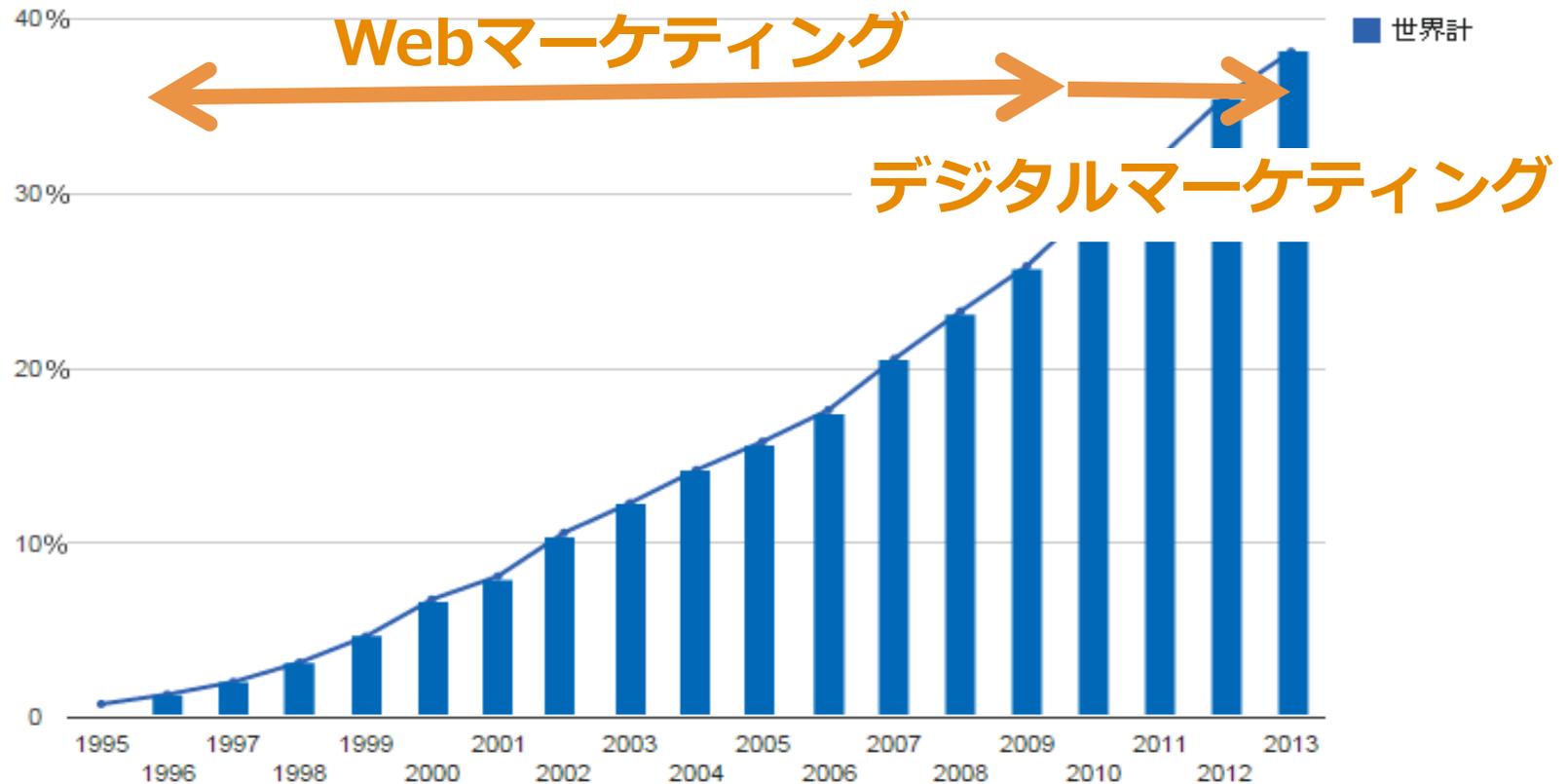
Webマーケティング v.s. デジタルマーケティング

インターネット市場

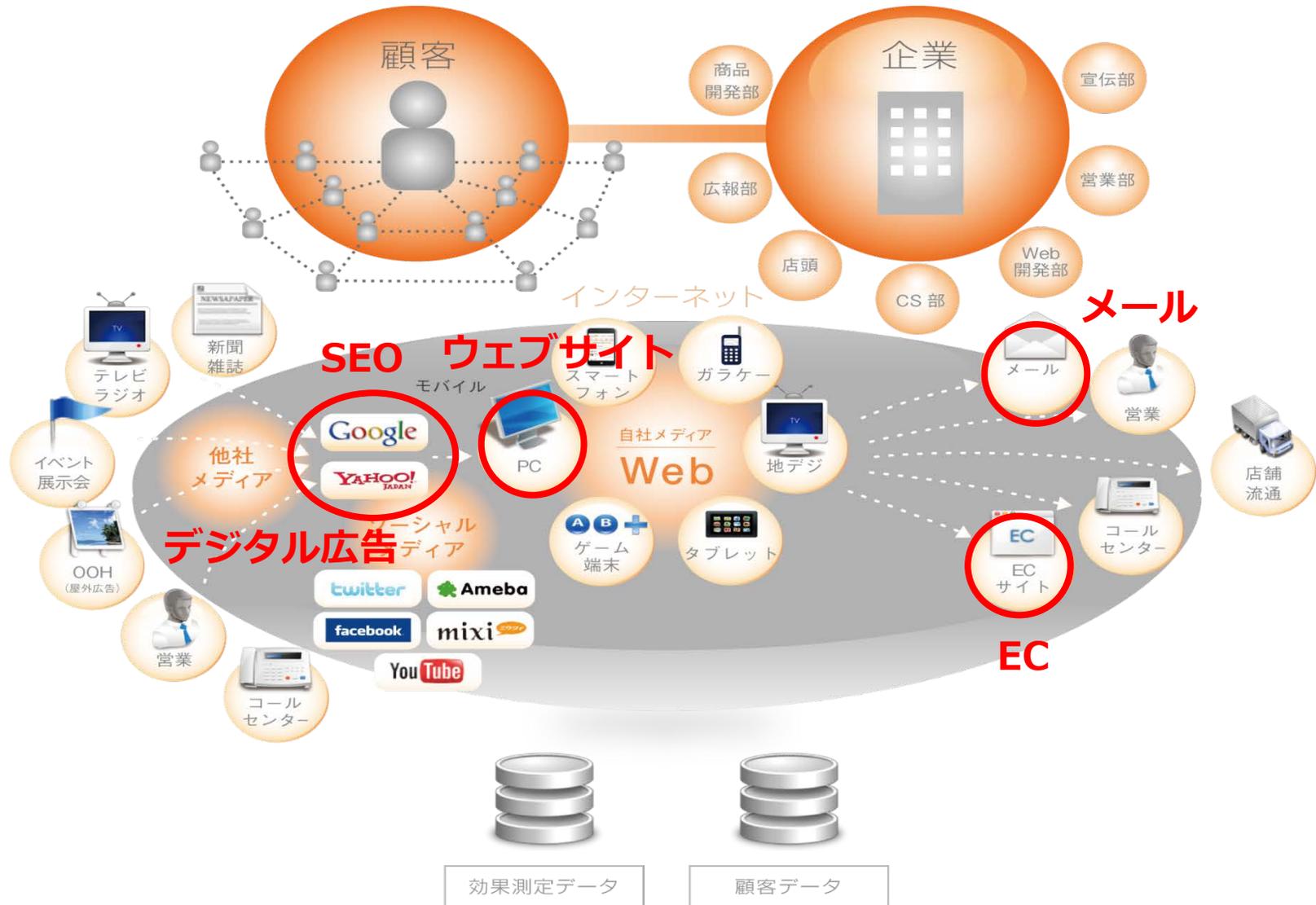
インターネット普及率

単位：％ 出典・参照：ITU

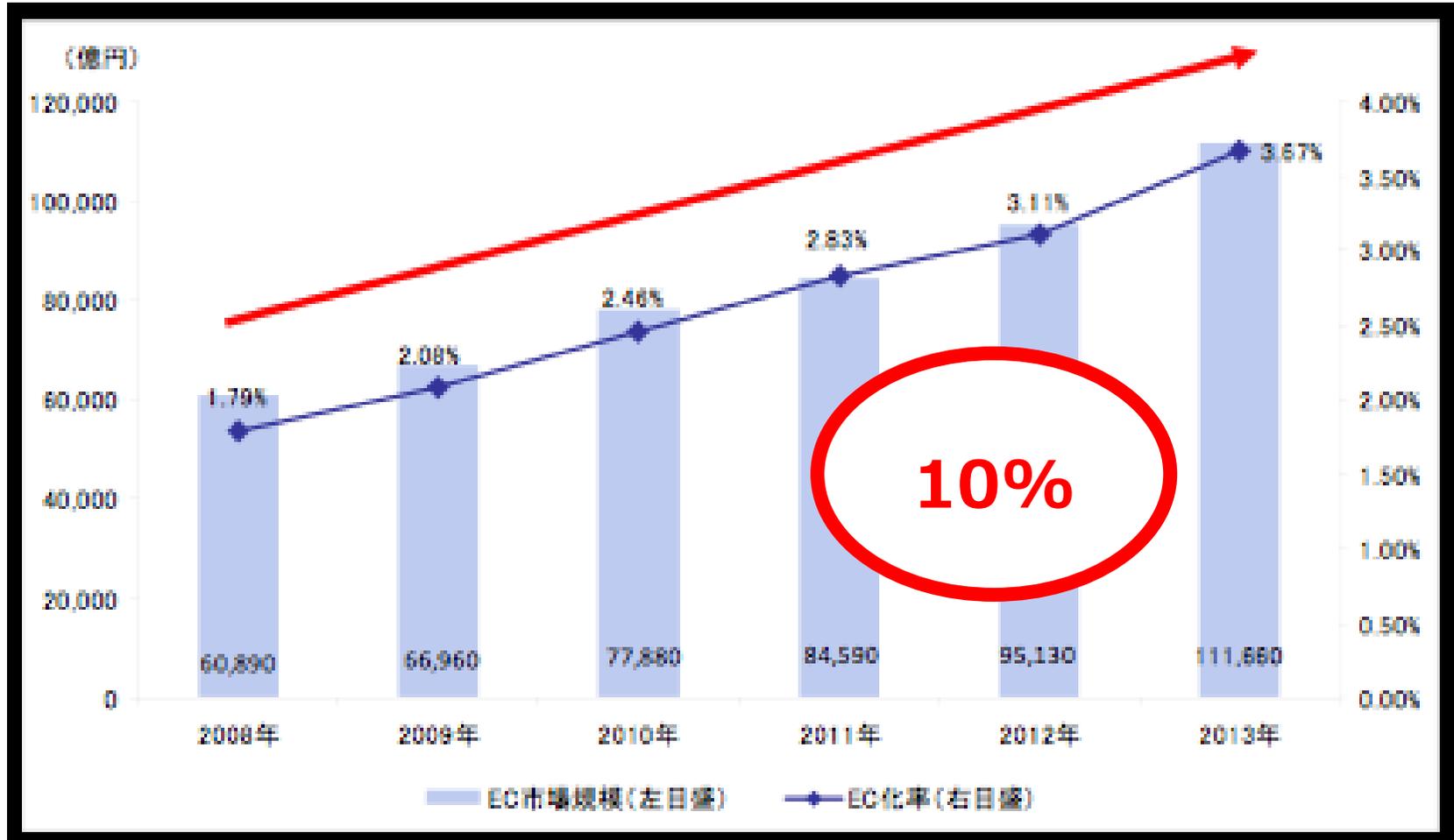
【資料：GLOBAL NOTE 出典：ITU】



Webマーケティング

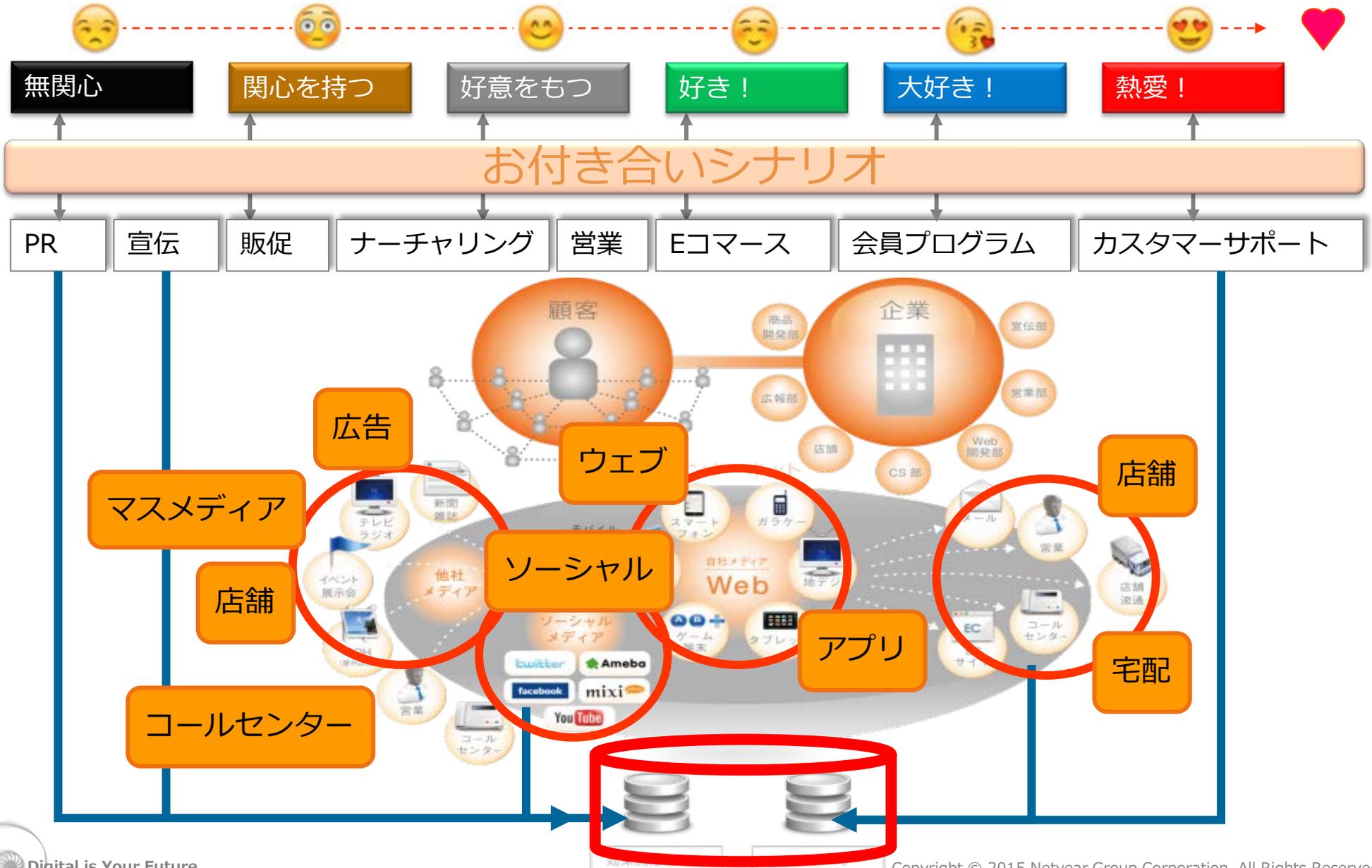


日本のEC市場



出典：経済産業省

デジタルマーケティングプラットフォーム





Like!

Twitter

Facebook



Go to store

Check in



@netyear

Get it!



I want...

Cookie

Buy

@netyear



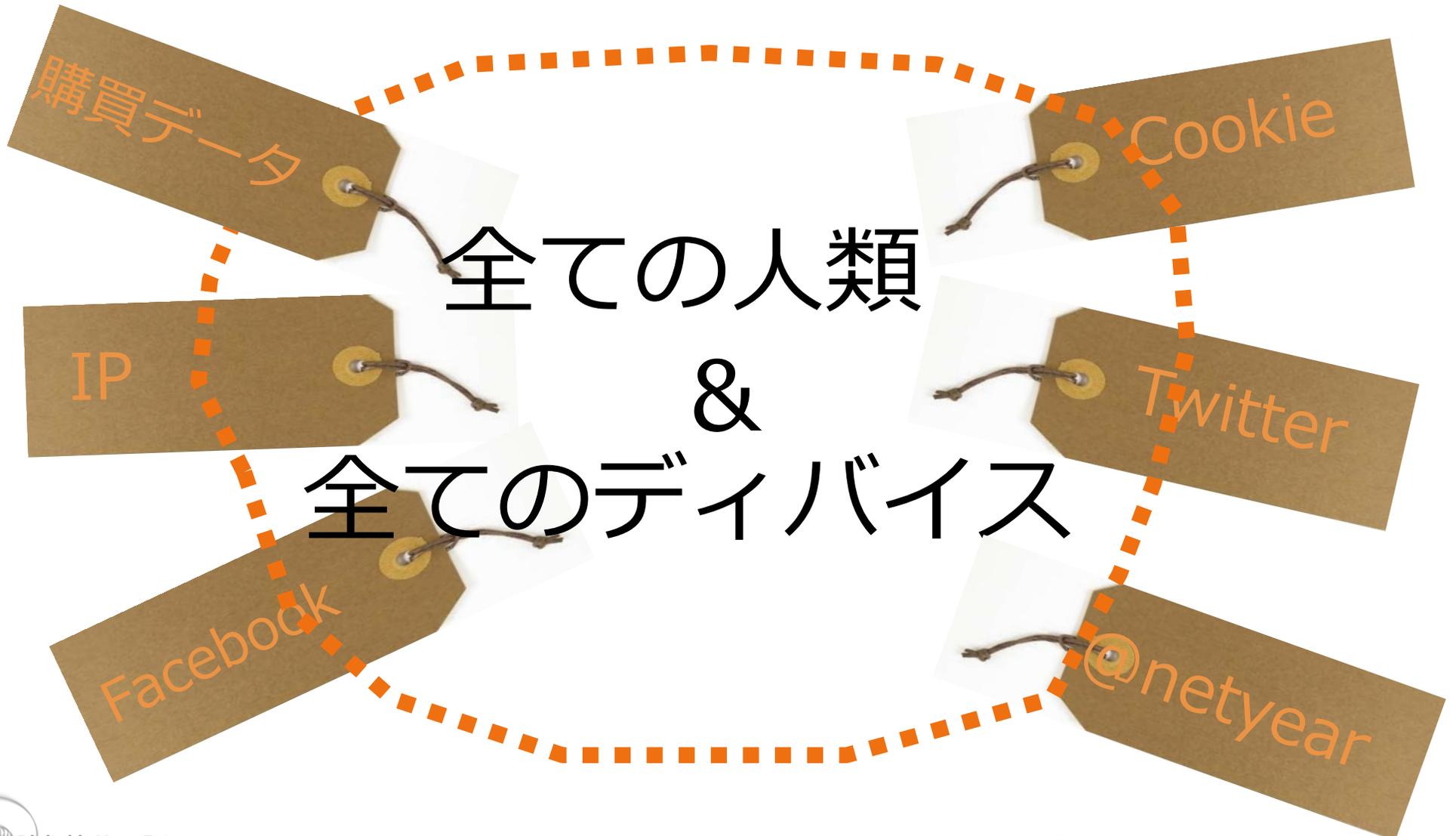
名前



Big DB

データを集めること

繋ぐ



デジタルマーケティングとは？

- EC
- ウェブサイト
- デジタル広告
- ソーシャルメディアマーケティング
- マスメディアのデジタル化
- データ統合
- データ分析
- 位置情報
- O2O
- コールセンター
- ウェアラブルデバイス
- 顔認証
- オムニチャネル

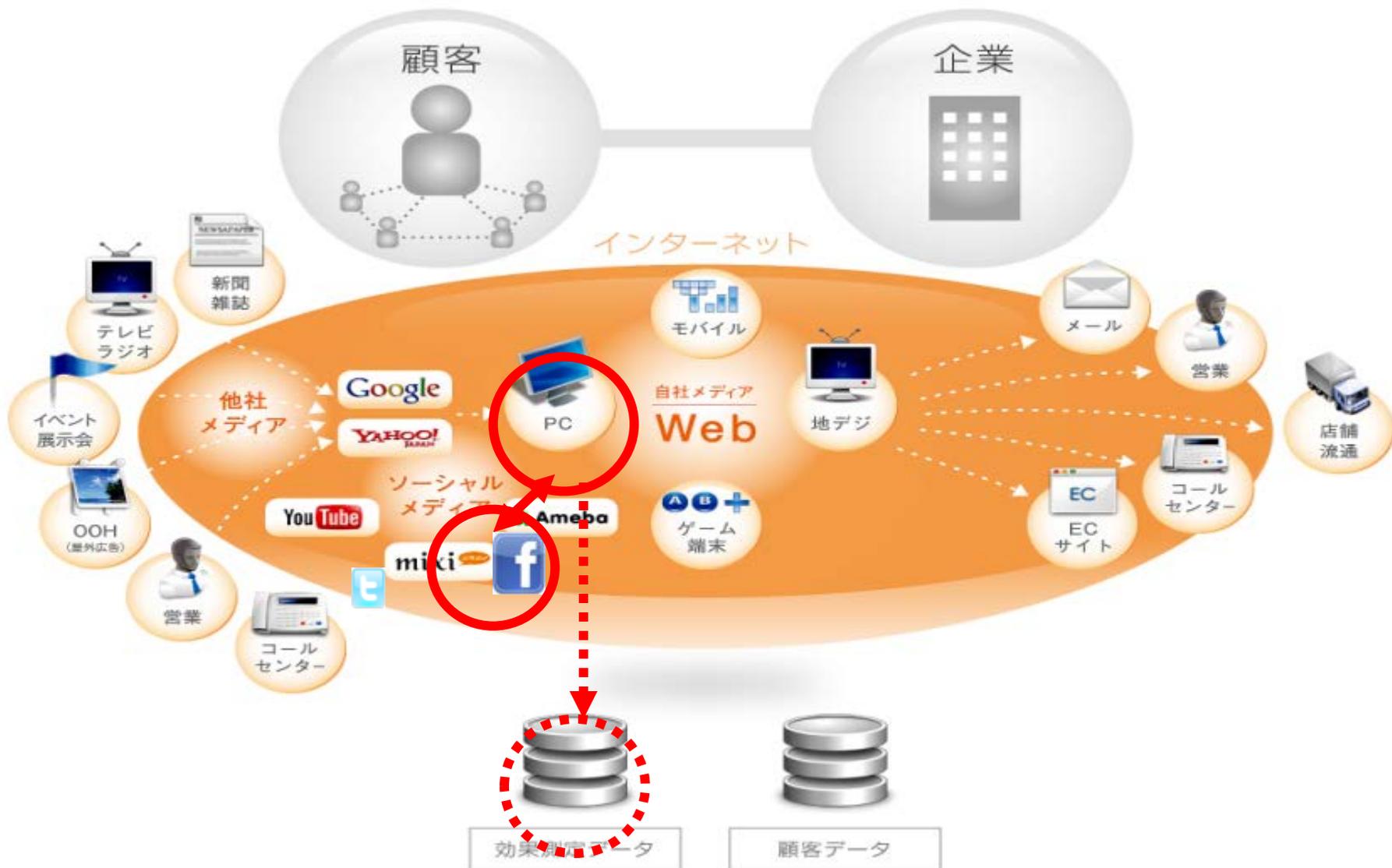


90%

事例紹介

自社メディアとソーシャルメディアを融合

自社メディアとソーシャルメディアを融合



はじめはCookie情報しかわからないが・・・

ユーザーのおすすめコメント
経由で他者が購入した数

Cookie値

独自ロジックによるスコア

自社サイト内でのアクションデータ

外部ソーシャルメディア上での数値

数値で興味カテゴリを表示

visitorID	影響スコア	ロイヤリティスコア	ゲーム参加数	コメント数	シェア数	フォロワー数	興味種別	購入回数	購入支援数
1. [CSJv1]275BA1A20548B29C-400001002002E509[CE]	87.4	29.6	21	73	1	612	0	0	27
2. [CSJv1]26B864EA8548AE6C-40000100A0007532[CE]	63.4	54.7	43	216	15	1,053	1	4	8
3. [CSJv1]27D83ACB05011C36-40000103803BAAA7[CE]	60.3	66.1	53	159	2	738	5	0	2
4. [CSJv1]27F3284B0548886F-600001002001A191[CE]	52.0	6.8	1	3	0	234	3	0	21
5. [CSJv1]278EF2F00548A80B-60000101400042A1[CE]	43.7	21.7	14	48	3	342	2	0	12
6. [CSJv1]26DCFFED854899A9-400001008000642A[CE]	22.5	50.1	39	78	5	360	9	0	1
7. [CSJv1]27FEADAD85489E41-60000101600050D4[CE]	34.3	12.5	6	14	0	185	6	0	12
8. [CSJv1]27CE943C05013BB5-60000110202D78A3[CE]	33.3	3.5	27	13	10	531	8	3	2
9. [CSJv1]2627FD3C85488438-60000101400077DE[CE]	25.0	29.6	21	62	2	293	2	0	1
10. [CSJv1]27C7B6578501072A-40000110600A98A9[CE]	25.0	19.3	10	10	1	135	7	0	9
11. [CSJv1]27A03DA105010A8D-400001146008713B[CE]	23.9	23.9	16	66	6	329	4	1	3
12. [CSJv1]271C859E0548AA6A-60000101600BB0B0[CE]	19.8	8.6	0	0	0	122	11	1	7
13. [CSJv1]27998FB88548B2B6-400001002008F180[CE]	19.8	5.7	0	1	0	90	8	0	8
14. [CSJv1]271D59DA85011551-6000010BC029F2ED[CE]	17.7	5.7	0	1	1	81	5	0	7
15. [CSJv1]27C34FB905078CD7-6000010140004EFB[CE]	17.7	5.7	0	1	1	81	5	0	7
16. [CSJv1]27AC3B440548B70E-4000010060046529[CE]	16.6	22.8	2	6	3	95	12	0	7
17. [CSJv1]27F4DB3F85079CBE-40000100C0004C32[CE]	16.6	22.8	15	38	0	176	3	0	0
18. [CSJv1]27FA94468507A5E4-60000102800174CF[CE]	15.6	6.8	1	4	1	81	9	0	6
19. [CSJv1]2727B7618548BAD3-4000010040005D0E[CE]	15.6	6.8	1	4	1	81	9	0	6
20. [CSJv1]27F54A3F0548A457-4000010080030B99[CE]	14.6	14.8	8	25	0	140	6	0	3
21. [CSJv1]27D544B7851D2140-400001302000CE5[CE]	14.6	17.1	10	96	10	450	8	2	2
22. [CSJv1]27FB7220548B752-400001016000F17C[CE]	13.5	6.8	1	3	12	68	2	0	5
23. [CSJv1]27EACAB60548AE04-400001016000128B[CE]	13.5	13.7	7	41	5	212	7	0	3
24. [CSJv1]27FB71200548AD53-6000010140044918[CE]	12.5	4.6	-1	-1	12	54	4	0	6
25. [CSJv1]27F0D48305013FE7-40000108E00F5328[CE]	12.5	11.4	5	16	12	104	5	0	3

- ・ 独自スコア
- ・ 自社サイト内でのアクションデータ
- ・ ソーシャル上でのアクションデータ
(たとえばフォロワー数、投稿数)
- ・ 興味のあるカテゴリー
- ・ 購入回数
- ・ 推薦により他者の購入に貢献した数

「誰なのか」が紐づき、意味のあるデータとなる

ソーシャルアカウントで取得した名称 (※実際は、英語表記が一般的ですが、以下はデモ用に作成)

ソーシャルアカウント名	影響カスコア	ロイヤリティスコア	ゲーム参加数	コメント数	シェア数	フォロワー数	興味種別	購入回数	購入支援数
1. 渡辺麻友(B)	92.6	31.9	23	77	2	644	0	0	29
2. 柏木由紀(B)	67.6	59.3	47	229	15	1,112	1	4	8
3. 指原莉乃(A)	62.4	68.4	55	163	2	756	5	0	2
4. 石黒ふじよ(N)	54.1	8.0	2	8	1	261	3	0	22
5. 篠田麻里子(A)	47.8	23.9	16	56	3	387	2	0	13
6. 高橋みなみ(A)	44.7	52.4	41	90	5	414	9	0	1
7. 小嶋陽菜(A)	38.5	14.8	8	19	0	216	6	0	13
8. 板野友美(A)	34.3	36.5	27	113	11	536	8	3	3
9. 松井珠理奈(S)	26.0	11.4	5	21	1	185	7	0	9
10. 松井玲奈(S)	26.0	30.8	22	92	3	428	2	0	1
11. 宮澤佐江(K)	25.0	23.9	16	66	6	333	4	1	3
12. 北原里英(B)	22.9	8.0	2	9	0	131	8	0	9
13. 河西智美(B)	21.8	8.0	2	10	11	131	11	1	8
14. 森佐和子(K2)	20.8	22.8	15	95	17	450	8	5	2
15. 横山由依(K)	19.8	10.3	4	11	3	117	1	0	7
16. 梅田彩佳(K)	19.8	5.7	0	1	2	90	5	1	8
17. 峯岸みなみ(K)	19.8	9.1	3	7	3	104	12	0	7
18. 渡辺美穂(N)	18.7	10.3	4	21	2	158	9	0	6
19. 山本彩(N)	18.7	14.8	8	54	7	288	2	1	4
20. 高城亜樹(A)	17.7	22.8	15	38	1	180	3	1	1
21. 古川愛李(K2)	15.6	10.3	4	13	0	108	3	0	5
22. 倉持明日香(A)	15.6	9.1	3	19	14	140	2	0	5
23. 高柳明音(K2)	15.6	14.8	8	31	14	171	5	0	3
24. 佐藤亜美菜(B)	15.6	18.2	11	99	11	464	8	2	2
25. 秋元才加(K)	15.6	14.8	8	25	1	144	6	0	3

融合の利点

従来別々だったデータを紐付けられるようになります

自社サイトでのユーザーアクション

?さん
(クッキー情報)

- ・ サイト訪問日
- ・ 滞在時間
- ・ 閲覧ページ
- ・ EC購入履歴 など

ソーシャルデータと紐付けることで
サイト訪問者がだれなのか、
どんなひとなのか、
識別できるようになります。

SNSデータ



友達は221人

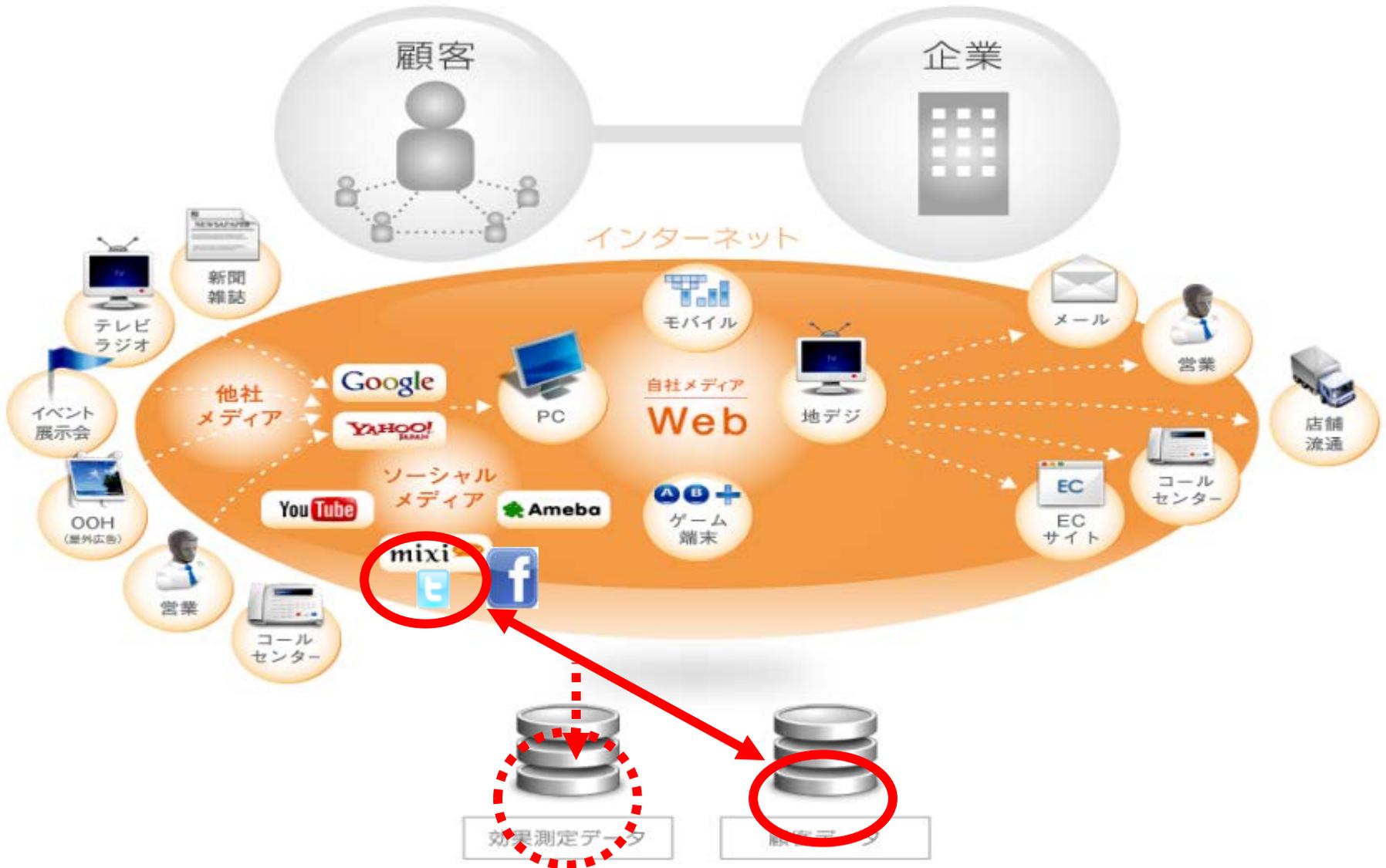


ソーシャルアカウントで取得した名称 (※実際は、英語表記が一般的ですが、以下はデモ用に作成)

順位	ソーシャルアカウント名	影響カスコア	ロイヤリティスコア	ゲーム参加数	コメント数	シェア数	フォロワー数	興味種別	購入回数	購入支援数
1.	渡辺麻友(B)	92.6	31.9	23	77	2	644	0	0	29
2.	柏木由紀(B)	67.6	59.3	47	229	15	1,112	1	4	8
3.	指原莉乃(A)	62.4	68.4	55	163	2	756	5	0	2
4.	石黒ふじよ(N)	54.1	8.0	2	8	1	261	3	0	22
5.	渡田麻里子(A)	47.8	23.9	16	56	3	387	2	0	13
6.	高橋みなみ(A)	44.7	52.4	41	90	5	414	9	0	1
7.	小嶋陽菜(A)	38.5	14.8	8	19	0	216	6	0	13
8.	板野友美(A)	34.3	36.5	27	113	11	536	8	3	3
9.	松井珠理奈(S)	26.0	11.4	5	21	1	185	7	0	9
10.	松井玲奈(S)	26.0	30.8	22	92	3	428	2	0	1
11.	宮澤佐江(K)	25.0	23.9	16	66	6	333	4	1	3
12.	北原里英(B)	22.9	8.0	2	9	0	131	8	0	9
13.	河西智美(B)	21.8	8.0	2	10	11	131	11	1	8
14.	森佐和子(K2)	20.8	22.8	15	95	17	171	8	5	2
15.	橋山由依(K)	19.8	10.3	4	11	1	11	0	0	7
16.	梅田彩佳(K)	19.8	5.7	1	1	0	1	1	1	8
17.	峯岸みなみ(K)	19.8	9.1	3	7	0	7	0	0	7
18.	渡辺美優紀(N)	18.7	10.3	4	21	0	21	0	0	6
19.	山本彩(N)	18.7	14.8	8	14	0	14	1	1	4
20.	高城亜樹(A)	17.7	22.8	15	38	0	38	1	1	1
21.	古川愛李(K2)	15.6	10.3	4	13	0	13	0	0	5
22.	倉持明日香(A)	15.6	9.1	3	19	0	19	0	0	5
23.	高柳明音(K2)	15.6	14.8	8	31	0	31	0	0	3
24.	佐藤亜美菜(B)	15.6	18.2	11	99	11	464	8	2	2
25.	秋元才加(K)	15.6	14.8	8	25	1	144	6	0	3
26.	須田亜香里(S)	14.6	9.1	3	20	14	140	1	0	5
27.	大矢真那(S)	14.6	8.0	2	10	16	99	11	2	5
28.	増田有華(B)	13.5	4.6	-1	-1	12	59	4	0	6
29.	矢神久美(S)	13.5	14.8	8	32	15	167	12	3	2
30.	島崎遥香(A)	13.5	13.7	7	41	5	212	7	0	3



購買履歴とソーシャルプロフィールの融合



ソーシャルメディアデータの実活用

購買機会創出 = 購買履歴 + ソーシャルプロフィール

- ✓ **購買履歴とソーシャルメディアでの行動ギャップを見て商品のレコメンド**
- ✓ **競合で買っている商品カテゴリーを推測し、商品のレコメンド**

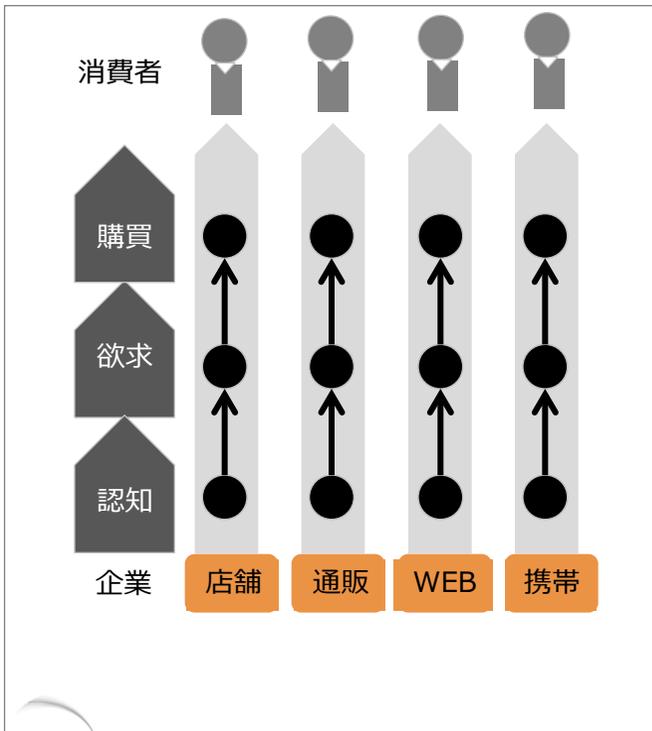
オムニチャネル

オムニチャネルとは

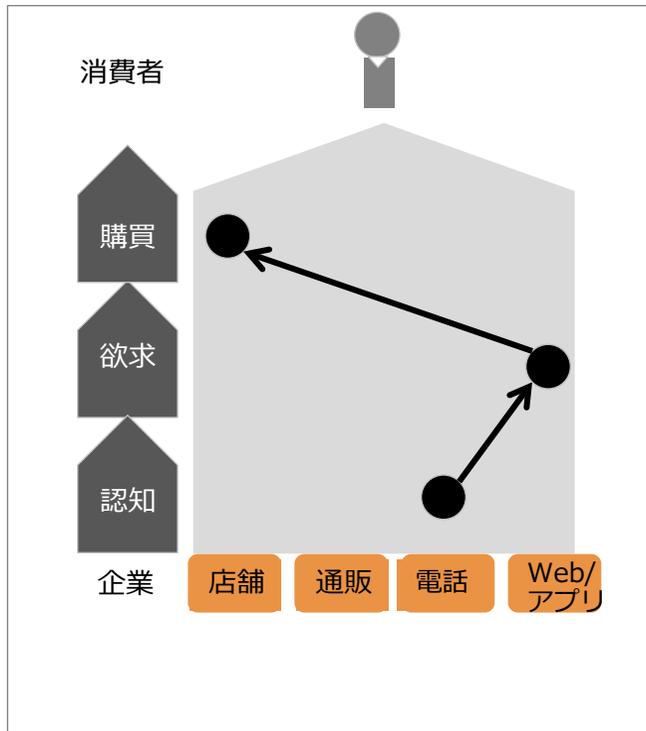
オムニとは「あらゆる」、チャネルとは「お客さまとの接点」という意味です。

「店舗とネットの垣根を越え、いつでも必要な時に、家でも、街中でも、好きな場所で買い物、商品の受け取り、返品ができる」状態になることを指します。

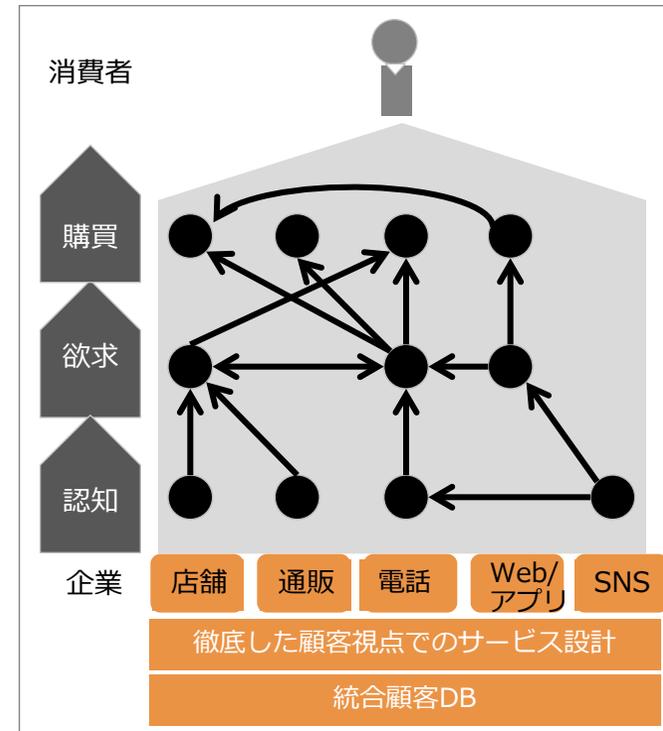
マルチチャネルの時代



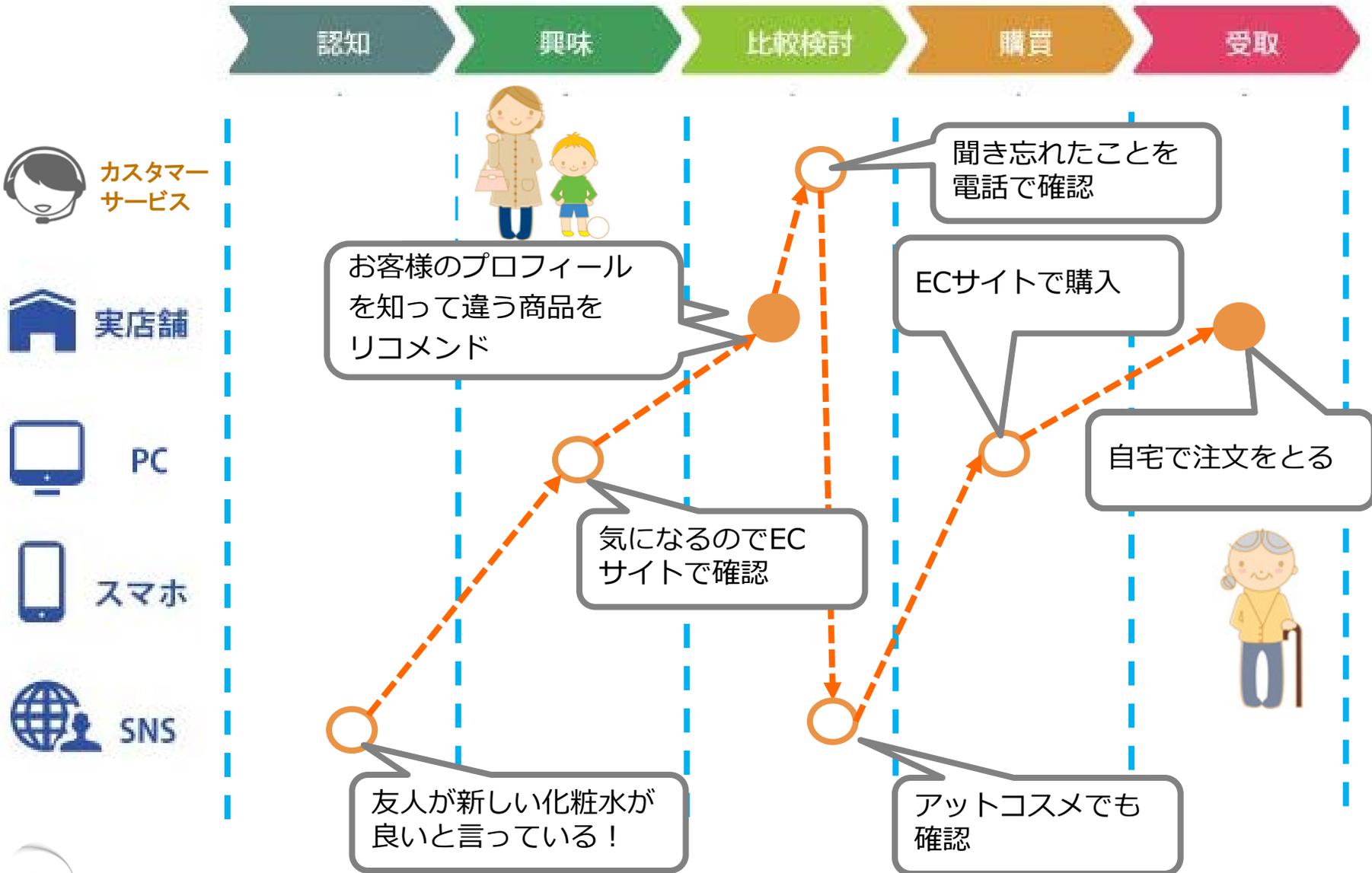
クロスチャネルの時代



オムニチャネルの時代



オムニチャネルにおける化粧品購買のカスタマージャーニー



オムニチャネルとは、
徹底した顧客中心主義に会社を変革し、
全社で取り組むデジタル時代の成長戦略

事例紹介

会社のデジタル化をプロデュース イプサ

与えられた業務を「どうやるか（How）」ではなく、
ブランドを成長させるために「必要なこと（What）」を提案し続け、
一緒に走り続けることが、私たちが目指しているビジネスモデルです

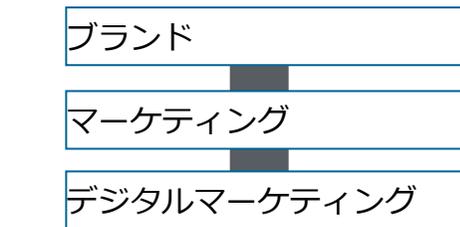
- ✓ EC売上が前年度対比で、3年連続増加
- ✓ ECサイトリニューアル後、4ヶ月で前年対比148%達成

デジタル戦略を総合的にご支援しています。弊社が提供するサービスではなくても、必要な企業や人材を集めて、イプサと一緒にチーム作りをしています。

店頭、Web、モバイル、ソーシャルといった顧客接点を問わず、一貫したブランド体験を作り上げることをデジタル戦略の基本として、百貨店依存だった売上のEC比率を高めると同時に、デジタルから店頭への送客を行うために、日々、さまざまな施策を企画し、実施しています。

毎年、マーケティング戦略を一緒に議論して、店頭、広報、デジタルを俯瞰したマーケティング計画を策定していきます。デジタル領域については予算管理もします。オンラインチャットカウンセリング、Twitterなどの新しい顧客接点を作った場合は、一度、弊社で業務を代行し、仕組み化した上で、イプサ社員に業務移管をします。

相談役、チーム編成、事業計画策定支援、企画作り、全体プロジェクト進行を行うためのプロデュースフィーをいただいています。



FY2012のリブランディング



新商品ローンチ



新キット企画



店頭とWebDBの統合



ネットイヤーグループの役割

- ✓ 経営層との戦略ディスカッション
- ✓ 年間事業計画
- ✓ 顧客基盤育成プラン
- ✓ チーム編成
- ✓ 予算編成

デジタルマーケティング

- ✓ ユーザー体験設計
- ✓ ネット広告
- ✓ EC、ブランドサイト改善
- ✓ メール
- ✓ ソーシャル
- ✓ データ分析
- ✓ 顧客DB統合
- ✓ 店頭機器UI設計

広報/プロモーション

- ✓ 新キット企画
- ✓ 商品発表会
- ✓ ユーザーイベント
- ✓ 雑誌

事例紹介

ホワイトカラーの生産性の向上プラットフォーム構築

一例：カレンダー&掲示板

ホームへ戻る

BS開発課

月表示 日表示

先月 2012年10月

日	月	火	水	木
30	1	2	3	4
7	8	9	10	11
14	15	16	17	18
21	22	23	24	25
28	29	30	31	1

前日 2012年10月04日

開発 太郎

終日 出張 仙台へ出張

開発 次郎

終日 出張 仙台へ出張

新規登録

件名

種別

指定しない

名前

取引先責任者

飛鋪 武史

利用設備

設備を登録する

大阪支社

機材

会議室

東京本社

カメラ

プロジェクター

キャンセル 保存する

rakumoのボード | rakumoのボード | ワークフロー | サインイン/サインアウト | ボード/ウェブ

postsuka@rakumo.pigei.jp | ログアウト

rakumo ボード

HTML駆付け-埋め込みに列!

新富町

サーバメンテナンスのお知らせ

11月11日にサーバメンテナンスを実施します。夜間アクセスできなくなりますので、ご注意ください。

上記のために社内のシス

サーバメンテナンスのお知らせ

11月11日にサーバメンテナンスを実施します。夜間アクセスできなくなりますので、ご注意ください。

上記のために社内のシス

名前のない餃子

外出: <<会社 提案書提出



<http://www.netyear.net>

