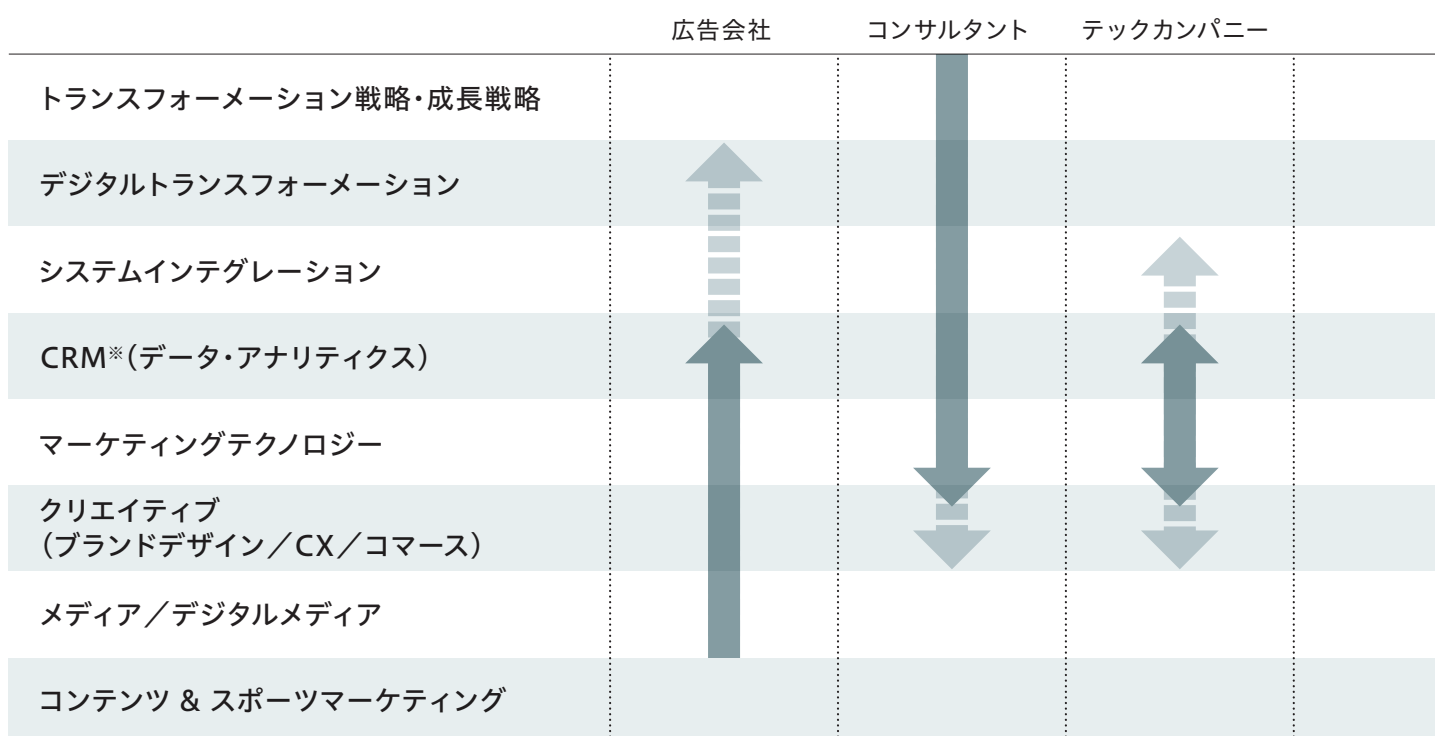


多様なリソースを統合して 顧客課題を解決

近年、顧客企業は持続的に成長していくためのマーケティングおよびビジネスのデジタルトランスフォーメーションを求めています。そのニーズに応えるには、マーケティング・パートナーは従来のマーケティングの範疇を超えた幅広い領域で、戦略から実行まで統合的な課題解決をしなければなりません。

電通グループは、このニーズに応える「Integrated Growth Solution」を提供していきます。



※ CRM：顧客の情報を収集・分析し、最適で効率的なアプローチを行う手法

マーケティング・コミュニケーションを超えて

あらゆる市場で成熟化が進展する中、企業にとって持続的な成長はますます大きなチャレンジとなります。多様なアクションを実行するとともに、常にイノベーションを図ることが必須となる時代にあって、電通グループは広告をはじめとした従来のマーケティング・コミュニケーション領域を超えて、より幅広いサービスで顧客の持続的成長に貢献していきます。中でも、“afterコロナ”のNew Normalに向け、社会のオンライン化が急速に進む中、さらに加速が見込まれるマーケティングのデジタルトランスフォーメーションに向けたサービスの拡張と高度化を重点的に進めます。顧客の成長戦略に始まり、それを支え

るデータ基盤とマーケティングプラットフォームの整備、そして従来グループの強みであったマーケティング・コミュニケーションの実行までを幅広く支えることで、顧客の持続的成長を支えます。電通グループは、以前から情報システムなど多様なサービスを提供してきましたが、今後はその多様性をさらに広げるとともに、Merkle社のCRMやデジタルトランスフォーメーションのケイパビリティなどグローバルネットワークで保持している優れたリソースを拡張・発展させ、顧客の成長に必要なすべての領域において、グローバルで卓越したソリューションを提供できるグループへと進化していきます。



多様なリソースを統合して新しい価値を

コモディティ化が急速に進む時代では、企業の成長に向けた施策にも恒常的なイノベーションが求められ、ただ幅広い領域でクオリティーの高いサービスを提供しているだけでは顧客の持続的な成長には十分貢献できません。電通グループは卓越したプロデュース力とクリエイティビティをもとに統合マーケティング・ソリューションを提供してきましたが、今後、この統合力をさらに進化させ、マーケティング・コミュニケーションを超えた幅広い領域のリソースを統合させ、恒常的に新しい価値を生み出していきます。多様なリソースを統合することによって最適化が図れるのはもちろん、異なる領域を掛け

合わせてのソリューションを生み出すことで、個別では実現できなかった新しい課題解決も可能となります。このような新しい統合ソリューションの実現に向け、電通グループでは従来の統合力を発展させるとともに、個社・国境を超えグループ内のコラボレーションを推進する新しい基盤「Teaming Platform」を整備していきます。これによって、電通グループにしかできない「Integrated Growth Solution」を実現し、顧客に新しい価値を提供し、持続的な成長に貢献していくことで顧客にとっての欠かせないパートナーとなることを目指します。

多様なリソースを統合して 顧客課題を解決

CASE 1

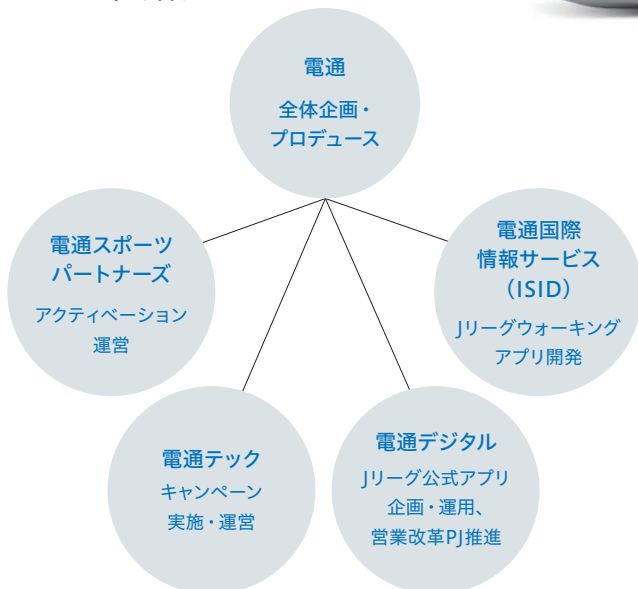
みんなの健活プロジェクト

Jリーグにとって課題は「地域の活性化」にあり、Jリーグのタイトルパートナーである明治安田生命保険様の課題は「人々の健康パートナーとなりながら地域を活性化し、その活動を通じて全国での営業機会を開発・拡充すること」でした。この双方の課題に対応するCo-Solutionが「みんなの健活プロジェクト」です。これは明治安田生命保険様が主体となって展開するプロジェクトで、健康社会の促進をテーマにJリーグとの協業を積極的に図っています。

例えば、Jリーグの資産を使いながら老若男女が参加できる魅力的なスポーツの機会を提供し、健康になるだけでなく、Jリーグのことをより好きになっていただくようなイベントやアプリなどを用意しています。また、こうした活動に加え、健康診断の結果に応じて保険料の一部をキャッシュバックする保険商品もお客様に提供しています。電通グループは、そうした継続的な関係づくりに貢献しています。



リソースの組み合わせ



CASE 2

ジンスホールディングス ビジネスデザイン

株式会社ジンスホールディングス様のCSO(Chief Strategy Office)チームの役割を果たし、さまざまな経営課題の戦略立案と実行を推進しています。主力のJINS アイウェア事業の成長支援を軸に、同社の田中仁CEOが取り組む前橋の地域創生をサポートしているほか、「集中」をコンセプトにしたワーキングスペース事業「Think Lab」に出資し、共同で事業開発を進めています。

田中CEOと電通とのパートナーシップは10年以上に及び、かつてはコミュニケーションデザイン領域を中心に、ブランディングやJINS PC(現 JINS SCREEN)のブーム化をサポートしてきました。しかし、時代とともに電通が果たす役割も変わってきており、「価値を生活者に伝える」ことの重要性はそのままに、「新たな価値をどう創るか」「そのために社内変革をどう実現するか」というビジネスデザインの領域でのパートナーとしての役割を果たしています。



左:(株)ジンスホールディングス 田中仁 代表取締役CEO
右:電通ビジネスデザインスクエア 山原新悟



CASE 3

高級時計ブランド 顧客管理プログラム作成プロジェクト

Isobarはスイス高級時計ブランドに対し、オン・オフラインの顧客を結び付ける包括的な顧客管理プログラムの作成を支援。

これは、デジタルに明るい顧客とのエンゲージメントをあらゆる

場で高めるエコシステム構築を目的としたデジタルトランスフォーメーションです。そして顧客へのユニークな体験の提供や、販売員による顧客の誘引・興味喚起・態度変容を可能にし、販売店が商品があるべきタイミングと場所で提供することを目指したのもでもあります。

Isobarは強化したオムニチャンネルでのリアルタイムな顧客体験を実現し、継続的かつオープンなコミュニケーションとエンゲージメントの場を顧客とブランドの間に作りました。

また、プログラムは実用に足る最小限の製品を作る視点から、ツールや自動化されたタスク、オンライン上のやり取りまでもが繋がるように設計され、結果、実店舗でのCRMとクライアントテリング*が統合された独自のセールス支援アプリ、POSに基づくソリューション、ブロックチェーン技術を使用した電子保証QRコードなどが生まれました。

さらにオムニチャンネルでの顧客データを扱いやすい形でデジタル管理し、クラウドでのリアルタイムな情報共有、マーケティングの自動化によりパーソナライズされたコンテンツ・サービス提供により販売員を支援します。

※ クライアントテリング: 顧客の習慣や嗜好に基づき、関係を構築するセールステクノロジー

