

今、顧客データに注目すべき理由と、求められる“基盤”

DX 推進や CX 向上といった取り組みを進める企業が増えるなか、まず取り組むべきものとして「顧客データの一元化・有効活用」が注目を集めている。社内に散在するデータを集約することで、新たなビジネス展開が可能になるというわけだが、活用にあたってはハードルも多い。このハードルをクリアし、データの有効活用を進めるために必要な“基盤”について解説する。

DX推進・CX向上で注目される顧客データ

顧客データの有効活用を検討する企業が増えている。その背景としてまず挙げられるのがDXだ。DX自体は以前から取り組みが進んでいたが、コロナ禍により対面での営業活動が制限され、人のつながりなどによる案件獲得が厳しくなるなかで、顧客データを営業活動に活かさないかとDX推進の動きが加速している。

もうひとつ、近年製品やサービスでの差別化が難しくなり、CX(Customer Experience)の重要性が高まっていることがある。CXを向上するには、顧客が「いつ、どのような行動をしたか」「自社とどのような接点があったか」などをデータで把握したうえで、顧客ごとにあわせたアプローチをとることが求められる。まさに「顧客データの有効活用」そのものと言えるだろう。そのためにはまず顧客情報を一元化し、様々な角度から顧客をとらえる「360度ビュー」の実現が必須であり、顧客データ基盤の整備を急ぐ企業も現れている。

顧客データ活用のニーズが高まる一方で、課題も少なくない。そもそも社内に散在するデータは部署ごとの用途にあわせて管理されているため、データによってキーとなる項目が異なるケースが多い。たとえばある部署では顧客向けサイトのログインID、ある部署では契約者番号で管理されており、顧客データを一元化するにはどの項目をベースに「同じ顧客だ」と判断するのか、ひとつずつ見極める必要がある。こういったデータの紐づけ作業は負担も大きい。

また、異なる部署で管理するデータを統合する場合、どの部署が責任を持って進めるのが問題となる。データ統合は工数もコストも大きく、KPIやROIをどう設定するかなど含めてひとつの部署で解決するのは難しい。「やった方がいいと思うが、自分の部署ではやりたくない」とだれもが躊躇し、なかなかプロジェクトがスタートしない、というのもありがちだ。解決策としては、組織としてトップダウンでCXに関する責任者と専任チームを立ち上げることを勧めたい。

顧客データ活用は具体的にどう進めるのか？

CDPとしてDX・CXを支える「MarketingAuthority」

顧客データ活用といってもその幅は広く、具体的にどう活用するのかイメージをしにくいだろう。ここでは、顧客データ活用によるDX推進・CX向上をサポートするNTTテクノクロスの「MarketingAuthority」とあわせて、具体的なユースケースを紹介しよう。

MarketingAuthorityはCDP(Customer Data Platform)として顧客データの一元管理を実現。特許を取得している「セグメント管理システム、及びプログラム」により、顧客情報のデータベースを自由にレイアウト・セグメント化できることが特長だ。CX向上のためには、企業ごとの事情やサービスにあわせて独自の基準で顧客を分類(セグメント化)し、それぞれの顧客に

あわせてアプローチすることになるが、この機能により柔軟に実現できる。

また、メール配信などの機能も搭載しており、MarketingAuthorityのみでデジタルマーケティングで求められる機能をカバーする。なかでもポイント管理機能は特格的で、様々なポイントサービスと連携・ポイント交換ができる「NetMile」「PeX」に対応。自社ポイントの活用の幅が広がり、他社との差別化につながる。さらに、CX向上の指標とされている「NPS(Net Promoter Score)」を測定するためのアンケート機能も搭載し、データの集約・一元化から活用、効果測定まで完結できる。

BIツールなどと連携し、さらなる有効活用を

これにより、たとえばサービス解約抑止を目指す場合、まず一定期間サービスを利用していないなど「解約につながる行動をしている顧客」をセグメント化。そのセグメントに対してメール配信などでアプローチし、Webコンテンツの配信やポイント活用など次のアクションへ誘導するなど接触頻度を高めて、解約を抑止するといった流れだ。実際、一連の活動により解約率を20%改善した事例もある。

もちろん顧客データはMarketingAuthorityで活用して終わりではない。BIツールなど様々なツールへと連携することで、「顧客の情報を可視化する」「顧客の行動(Webコンテンツ閲覧など)を営業に活かす」など、さらなる有効活用が可能になる。



DataSpider Cloud



顧客データの

一元化・活用に欠かせない基盤

クラウドでサービス・ツール間のデータを連携「DataSpider Cloud」

データを一元化し、複数のツールと連携することで、大きな効果を期待できるが、ここで課題となるのがデータ連携だ。散在するデータの集約に加え、新しいツールにどうデータを連携するかを毎回検討するのは非効率である。そこでお勧めしたいのがクラウド型データ連携サービス「DataSpider Cloud」。データ連携基盤「DataSpider Servista」のクラウド版であり、サーバ不要で簡単にデータ連携を実現する。AWSやAzureをはじめとする様々なクラウドサービスとも連携し、すべてクラウドで完結す

ることが可能。データの加工や変換も容易で、異なるキーのデータを集約する際にも柔軟に対応できる。MarketingAuthorityと連携することで、データの紐づけからデータの保持・一元管理までをワンストップで実現。顧客データを様々なシーンで活用するためのデータ連携基盤として有効だ。

NTT テクノクロスがツール導入からデータ連携までトータルにサポート

NTTテクノクロスでは、DataSpider Cloudの導入もサポートし、データ連携からMarketingAuthorityやBIツールなどとの連携、環境構築までワンストップで実現する。DataSpider Cloudやデータ連携に精通した技術者が多く在籍し、様々なシステムとのデータ連携実績も豊富。データベースやExcel、CSVなどの既存データをどう集約す

ればよいか、スクリプト作成から、連携先ツールでの活用を見据えたデータ構成を考慮した最適な方法を提案、実装までをサポートする。また、オンプレミス環境とクラウドを連携する際は、データ連携時のセキュリティが課題になるが、この点もVPN接続やSSL暗号化など、ネットワークのセキュリティまで含めてワンストップで対応できる点もNTTテクノクロスならではの強みだ。

顧客データ活用は大きな効果を期待できる一方、環境整備は一筋縄ではいかない。NTTテクノクロスでは技術面での全面的なバックアップによりハードルを下げるとともに、データ活用の試行錯誤にも寄り添って支援。目的達成まで伴走サポートする。

発行元

掲載ソリューションに関するお問い合わせ

HULFT Move knowledge.
Move markets.

株式会社セゾンテクノロジー

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-8-1 赤坂インターシティ AIR 19F
E-Mail: hulft_partners@hulft.com

 **NTTテクノクロス**

NTT テクノクロス株式会社
〒220-0012 横浜市西区みなとみらい 4-4-5 横浜アイマークプレイス
E-mail : dsc.info-ml@ntt-tx.co.jp
製品 URL : <https://www.ntt-tx.co.jp/products/dataspidercld/>

「MarketingAuthority」は NTT テクノクロス株式会社の登録商標です。その他会社名、製品名などの固有名詞は、一般に該当する会社もしくは組織の商標または登録商標です。

●NTT テクノクロスは環境保護に取り組んでいます。

© 2022 NTT TechnoCross Corporation