

カスタマーデータプラットフォームの 5つの使用事例～B2Bで売上を改善し、 営業サイクルを短縮する方法

1

アカウントベース マーケティング (ABM) プログラム

.....

カスタマーデータプラットフォーム (CDP) により、担当者、取引先、行動に関する信頼できるビューを通じて、さまざまな利害関係者を結び付けて、ニーズを特定できます。これにより、ターゲットセグメントにおいてフレッドシェア (顧客内シェア) を拡大し、顧客浸透を促進できます。

ABMを実践する企業では、マーケティングプログラムの**売上が208%増加**している。¹

顧客の全体像を把握できていると回答した**B2B企業はわずか15%**、ターゲットセグメントのカスタマージャーニーを把握できていると回答した**B2B企業はわずか19%**にとどまっている。²

2

セグメント化

.....

CDPにより、ファームグラフィックス (企業特性) とサードパーティのデータインサイトに基づいて、セグメントのターゲットを詳細に絞り込み、よりパーソナライズしたキャンペーンを作成することで、優れたSQL (営業活動で得た案件) とMQL (マーケティング活動で得た案件) を獲得し、案件のコンバージョン率を高めることができます。

クロスセルおよび アップセル

.....

CDPにより、顧客が所有している製品、使用しているサービス、更新が必要なライセンスなどを結び付けて、カスタマージャーニー全体をマッピングすることで、製品/サービスのバンドル戦略を最適化して、キャンペーン成功率を高めることができます。

B2B企業における**顧客価値の90%**は、最初の販売の後に得られている。³

3

ロイヤリティの高い顧客はリピーターになる**確率が5倍**、ミスや不祥事を許容する確率が**5倍**、知人に紹介する確率が**4倍**、新しい製品/サービスを試す**確率が7倍**高い。⁴

4

顧客維持と 顧客ロイヤリティ

.....

CDPにより、製品の使用や顧客満足度に関する指標 (NPSなど) への理解を深めて最初の問い合わせで問題を解決できるため、五つ星のサービスレベルを構築して、顧客の信頼とロイヤリティを高めることができます。

5

次の最適な提案

.....

CDPにより、購入段階を詳細に認識した予測モデルを通じて、誰が、何を、いつ購入するのかを特定できます。これにより、次の最適な提案、アクション、アドバイスに基づいて、適時性と関連性に優れたインタラクションを実行できます。

ペルソナ、セグメント、または顧客個人の視点に立って価値を提供するための革新的な顧客体験アクションを提案するAI (人工知能) を、世界の**B2B企業の30%**が活用することになる。⁵

B2B CX (顧客体験) データ戦略： 広範なビジョンと鋭いフォーカスを維持

「企業の成功にとって最も重要な領域を1つ選び、迅速に価値を提供します。このように短期的に価値を提供することができないと、人は忍耐を失ってしまいます」
— トム・ダavenport氏、米マサチューセッツ工科大学 (MIT)



大規模かつ総体的なデータ戦略を一度に売り込もうとしないこと。最終的には全社規模のデータ戦略が重要ですが、最初は小規模に開始します。



日々の重要な機会やリスクに集中すること。的を絞った小規模なイニシアチブを通じて、組織の価値提供能力に対する信頼を構築します。



企業の戦略的目標に合わせることで、より効果的なデータ利用によって、どのような業務部門の最重要課題を解決できるのかを特定します。



短期的に達成可能な成果に目を向けること。セグメント化、eコマースのパーソナライゼーション、クロスセル/アップセルなど、データ戦略によって迅速に達成できる明確な成果を示すことで、データ戦略に対する支持を獲得します。



ビジョンについて妥協しないこと。労力に見合うだけの成果を獲得できます。妥協してしまうと、限られた見返りしか得られません。ビジョンが複雑だからといって、達成が困難だとは限りません。

顧客データの価値を最大限に引き出す方法とは？

最新の360度ビューによりB2B顧客のロイヤリティを高める方法をご覧ください。

詳細はこちら

1 Marketing Profs, <https://www.marketingprofs.com/podcasts/2019/41861/b2b-abm-ty-heath-marketing-smarts-podcast>
 2 McKinsey, 「How B2B digital leaders drive five times more revenue growth than their peers」, <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/how-b2b-digital-leaders-drive-five-times-more-revenue-growth-than-their-peers>
 3 Forbes, 「6 Steps for a Successful B2B Cross-Sell and Upsell Strategy」, <https://blog.marketo.com/2016/08/6-steps-for-a-successful-b2b-cross-sell-and-upsell-strategy.html>
 4 Temkin, 「Customer Experience Leads to Recommendations」, <https://experiencematters.wordpress.com/category/roi-of-customer-experience>
 5 International Data Corporation, 「AI in B2B Marketing: Where Human Intelligence Meets Martech Intelligence」, <https://zenmedia.com/blog/ai-in-b2b-marketing-where-human-intelligence-meets-martech-intelligence>