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ワレットシェア (顧客内シェア)を拡大し、顧客浸透を促進できます。





2



セグメント化

CDPにより、ファーモグラフィックス(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。

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。



2



ゆることができます。

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





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。

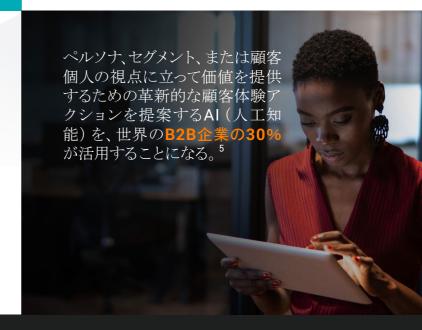
5



次の最適な提案

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。

CDPにより、購入段階を詳細に認識した予測モ



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

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・ダベンポート氏、米マサチューセッツ工科大学 (MIT)

「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



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

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



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。より効果的なデータ利用によって、どのような業務



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

顧客データの価値を最大限に引き出す方法とは?

詳細はこちら

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。

困難だとは限りません。

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
- 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
 Temkin、 [Customer Experience Leads to Recommendations] , https://experiencematters.wordpress.com/category/roi-of-customer-experience
 International Data Corporation、 [AI in B2B Marketing: Where Human Intelligence Meets Martech Intelligence] , <a href="https://zenmedia.com/blog/ai-in-b2b-marketing-where-human-intelligence-meets-martech-intelligence-me