

成功のレシピ

成長と顧客獲得の目標を達成する



課題

購入者に有意義な瞬間を提供することは、それが期待されているだけでなく、コンバージョンを向上しビジネスに良い影響を与えることとなります。しかし、すべてのマーケターは成長のために予算を調整する必要があり、不十分なターゲティングによる無駄な広告費を削減することから節約を始めます。これは、顧客データがサイロ化されていて、顧客情報が断片化している場合によくみられる課題です。

手作業でキャンペーンを作成している場合、長い期間と高額な費用がかかる場合があります、成長に影響を及ぼします。

また、Facebook、Salesforce、DoubleClickなどの急成長したチャンネルでは、新しい顧客を獲得するために、企業やブランドは、ターゲットに類似したオーディエンスを特定する必要があります。最初は一見簡単に見える、「幸せな顧客。幸せなビジネス」を実現するために、企業やブランドはどこから始めればよいのか、多くの場合悩むこととなります。

解決方法

一元化された顧客データを利用して、チャンネル全体でパーソナライズされた体験を提供し、適切なオファーを提示し、その瞬間に必要なコミュニケーションを行うことで広告費の最適化が可能となります。完全かつ最新の顧客データは、適切な体験を提供し、より多くの顧客を獲得し、企業やブランドの成長目標の達成に寄与します。

さまざまな業界で有用

あらゆる業界のTealiumのユーザ企業様は、成長と顧客獲得を促進するデータ駆動型の戦略の恩恵を受けています。購入者を正確かつタイムリーに把握することで、企業やブランドはコンバージョンする可能性が高いオーディエンスを増やせ、効率と成長を促進することができます。

ダイナミックセグメンテーションのためのデータ収集

グロースマーケターは、新たな顧客ターゲティングを可能にするファーストパーティデータ資産を構築する必要があります。

匿名訪問者に対するパーソナライズ

コンバージョン率を高め、コンバージョン後のインサイトを提供するために、識別前に行動学習を考慮します。

類似オーディエンスの改善

「最高の顧客」プロファイルの顧客属性を、類似キャンペーンの基盤として使用します。

マーケティング費用の最適化

新しいデータソースを使用して、オフライン購入者やウィンドウショッピング客などの非効率的な顧客を抑制します。

成長と顧客獲得のためのミニレシピ

このミニレシピを貴社のデータクックブックに追加すれば、あらゆるチャネルでパーソナライズされた、タイムリーで関連性の高い体験を求めている消費者を満足させるための第一歩になるはずです。

ステップ1 — 材料を集める

自動化されたキャンペーンで利用できるように、より多くのファーストパーティデータを収集しましょう。一元化された顧客プロファイルを構築すると、新しい顧客の行動を追跡して理解するために、より多くのデータソースを利用できるようになります。Webサイト、モバイルアプリ、CRM、コールセンター、取引、またはその他のあらゆる種類のデータを収集し、需要創出プログラムに利用することができます。

Web - お気に入りの商品、購入履歴、注文の完了、同意カテゴリ

モバイル - 位置情報、インストール/使用したアプリ、ログインメール

オフライン / POS - 店舗の場所、カスタマーサポートの問い合わせ

ステップ2 — 材料を組み合わせてビジネスルールを設定する

データを標準化して訪問者プロフィールに変換し、顧客エンゲージメントに役立つその他の情報もプロフィールに追加してエンリッチ化します。ターゲットにしたい顧客属性に基づいてオーディエンスを構築し、リアルタイムのオーディエンス管理ツールを使用して、中央プラットフォームからオーディエンスセグメントを管理します。また、ID照合により、イベントデータを訪問者プロフィールに変換することも可能です。各顧客セグメントには独自の体験が必要ですが、全体像を把握していないと、顧客を間違ったグループに分類してしまう可能性があります。

ステップ3 — ターゲティングと分析の精度を向上する

ファーストパーティデータとリストは、より効果的なターゲティングとより正確な顧客分析で高く評価されています。リストを使用して類似オーディエンスを生成し、多くの場所でオーディエンスデータを編成します。これにより最大の資産である顧客データを活用して適切な方法で顧客獲得プログラムの規模を拡大することができます。

適用例

Web分析、ディスプレイ広告、ソーシャルメディア広告、Eメールサービスプロバイダー、eコマースサイト、マーケティングオートメーション

Tealiumのユーザ企業様は、メディア代理店を利用した場合と比較して、顧客や見込み客の一人あたりの平均獲得コストを6倍削減し、Webサイトのコンバージョンを3倍に増やしました。

「成功している」ユーザ企業様

Tealium Digital Virtualocity 2021では、ユーザ企業様より、成長と顧客獲得の戦略でどのようにビジネスを成功へ導いているかをご講演いただきました。受賞社でもあるこれらの企業やブランドは、最近のデジタル化の急増の波に乗り、新規顧客を獲得し、生涯にわたる顧客に変えることで利益を上げています。

Tealiumを使用することで、Huluは新しい視聴者を見つけ、雄弁にその視聴者に語りかけ、新しい顧客と一対一の関係を形成することができます。



Tealium DV 2021 グロース&アキュイジション・イノベーションアワードを受賞!

「アラスカ航空は、パーソナライゼーションにより旅行者の体験を向上させることに全力を尽くしています。これを大規模に行うためには、当社のスタッフ全体で、適切な顧客データを適切なツールに適切なタイミングで提供する必要があります。」



Tealium DV 2021 グロース&アキュイジション・イノベーションアワードを受賞!



Tealiumはデータを連携させることで、企業とお客様をつなげます

タグマネジメント ・ API ハブ ・ カスタマーデータプラットフォームと機械学習 ・ データ管理

Tealium (ティーリアム) は、Web、モバイル、オフライン、IoTなど複数のチャネルからの複雑化する顧客データをリアルタイムにつなぎ、企業と顧客とを真につなぎます。TealiumのCDP (カスタマーデータプラットフォーム) は、企業がリアルタイムに一元化された顧客データ基盤を構築できるよう、1,300以上のクライアントおよびサーバー サイドのベンダーやテクノロジーと簡単に連携できる統合エコシステムを備えています。Tealium Customer Data Hubはタグマネジメント、APIハブ、機械学習機能を備えたCDP、そしてデータ管理、同意管理機能を含む包括的なソリューションとして、顧客データをより安全に価値を高め、アクションナブルなデータとして活用できるようにします。世界中で1,000社以上の企業がTealiumを活用してファーストパーティデータ戦略を強化しています。

詳しくは、www.tealium.com/ja をご覧ください。