



デジタルマーケティングへの投資について： よくある質問と検討すべき課題

Oracle CX Marketing

2020年7月 | バージョン [1.03]

Copyright © 2020, Oracle and/or its affiliates



デジタルマーケティングに投資する理由とは？

よくある質問と検討すべき課題

顧客体験（カスタマーエクスペリエンス）は、提供する製品やサービスと同じくらい重要になっています。今日の顧客は、適切なタイミング、適切なチャネルでの関連性の高いパーソナライズされたコンテンツを通じた、ストレスのない体験を求めています。つまり、企業が差別化を図るには、優れた顧客体験の創造がますます重要になっているのです。これは大きなビジネスチャンスでもあり、実際に顧客の 42% は、快適な体験や利便性の高い体験により多くのお金を払うとしています。一方、顧客の 32% は、ひとたび不愉快な体験をすると、二度とそのブランドを利用しなくなるだろうと考えています。¹このような短期的・長期的な成長の機会を捉えるために、ブランドは適切なマーケティングツールへの投資を検討すべきなのです。

以下のような問いについて検討することが、マーケティングプラットフォームに投資すべきか、Oracle CX Marketing が貴社のニーズに合致するかどうかの判断に役立つでしょう。

Q: なぜマーケティングプラットフォームを購入すべきなのですか？ 自社での構築ではだめですか？

回答: 購入するのではなく自社で構築する理由として、コスト抑制が挙げられますが、多くの場合、その見方は近視眼的だと言えます。例えば、メールプラットフォーム構築時の初期費用だけを見ると、魅力的な価格だと思うかもしれませんが、それは一時的な費用に過ぎず、その後すぐに継続的なコストがかかってきます。

メンテナンス費用はもちろん、それ以外にも次のような対応へのコストが見落とされがちです。

- システムの寿命を見越した継続的なアップグレード
- CRM（顧客関係管理）、アナリティクス、AI などの導入・統合
- GDPR（EU一般データ保護規則）や CCPA（カリフォルニア州消費者プライバシー法）などのデータ関連規則に準拠したコンプライアンスの確保

これらのコストを抑えることで、将来の投資が可能になり、マーケティングの ROI（投資収益率）が高まります。マーケティング担当者による、優れた顧客体験の創出にも貢献しましょう。また、ブランドの差別化や競争力維持にもつながると考えられます。

今日の顧客は、関連性の高いパーソナライズされたコンテンツを通じた、ストレスのない体験を求めています。

Q: 現在使用しているマーケティングテクノロジーからの乗り換えを検討すべき理由は何ですか？総所有コストはどうなりますか？どのような統合が必要になりますか？

回答: 現在および将来のあらゆるニーズを見据えたソリューションを選ぶことで、後々にかかるコストを抑えられます。幅広い機能を備え、拡張性、柔軟性、スケーラビリティに優れた実績あるプラットフォームに投資することで、ブランドの成長に応じたニーズに対応できるでしょう。そのようなプラットフォームを選べば、短期的なコストは高くなるかもしれませんが、長い目で見た総所有コストははるかに低くなります。

ポイントとなるのは統合です。Oracle CX Marketing では、オラクルの他のソリューションとの統合機能があらかじめ用意され、フロント&バックオフィスのアプリケーションと連携できるほか、マーケティングやロイヤルティ、セールス、サービス、フィールドサービス、コマースのアプリケーションを柔軟にサポートし、効率性と透明性を高めています。Oracle CX Marketing のアプリケーションにより、パートナー、ISV（独立系ソフトウェア企業）、顧客が、ネイティブ機能を拡張するアプリケーションを構築できます。

オラクルの充実した App Cloud と Partner Directory から、あらかじめ構築された、構成や設定を変更可能なアプリケーションも利用できます。それらのアプリケーションは実装や使用が容易で、マーケティング担当者に高い柔軟性と自律性をもたらします。

Q: プラットフォームの信頼性はどのくらい重要ですか？

回答: 極めて重要です。プラットフォームがダウンしたり、アプリケーションが応答しなくなったりすると、キャンペーンに遅れが生じ、多額の機会費用を失う可能性があります。企業はランディングページやオファーを適切なタイミングで公開し、タイミングよく迅速なコミュニケーションを提供できなければなりません。顧客が必要なときに重要なコミュニケーションを受け取れなかったり、オファーやランディングページにアクセスできなかったりすると、ビジネスやチームの生産性に悪影響を与えてしまいます。信頼性の高い Oracle CX Marketing を導入すれば、マーケティング担当者は自信を持ってキャンペーンのスケジュールを設定でき、マーケティングプラットフォームの制約に縛られることもなくなります。

Q: オラクルのマーケティングテクノロジーは、必要とするスピードでビジネスを拡張できますか？

回答: はい、できます。Oracle CX Marketing のアプリケーションは、オープンで拡張性があるため、ビジネスの成長に柔軟に対応できます。マーケティング担当者は、拡張性を考慮して設計された Oracle CX Marketing アプリケーションを使うことで、複数リソースにまたがる大量データを迅速かつ効率的に収集、分析、活用して、優れた顧客体験を創出できます。オラクルのデータアーキテクチャにより、IT 部門はデータの保存先を容易に把握でき、組織内でデータをスムーズに活用して、パフォーマンスとスピードを両立できます。

例えば、オラクルの B2B マーケティングソリューションである Oracle Eloqua は、毎月 20 億件以上の電子メールを送信し、毎日 370 億件以上のトランザクションを実行。すぐに使える統合機能により、条件を満たした見込み客を、数時間ではなく数分単位でセールスにつなげられます。²オラクルの B2C マーケティングソリューションである Oracle Responsys は、毎日 10 億件を超えるメッセージを送信し、年間 7.5 兆件のデータシグナルを収集。オンラインおよびオフラインでの 3 兆ドルの顧客取引に貢献しています。オラクルはこのような顧客体験の重要性を理解し、マーケティング担当者が適切なタイミングで、適切なコンテンツを用いて、適切なチャネルで確実に顧客にリーチできるようサポートしています。

Q: オラクルでは、どのようにデータの品質を維持し、データを必要なときに必要な場所でスムーズに利用できるようにしているのですか？

回答: オラクルはデータを扱ってきた 40 年間、業界最高のアプリケーションを構築して、膨大な量の顧客の行動データやデモグラフィックデータをリアルタイムで収集・分析してきました。ファースト、セカンド、サードパーティのソースからの関連性の高い情報を使い、さまざまなツール、アプリ、API を利用することで、データの価値が高まります。

Q: オラクルのテクノロジーでは、ワークフロー、プロセス、ガバナンスをどのように管理していますか？

回答: オラクルでは、マーケティング担当者間や組織を横断した共同作業を重視するとともに、マーケティングテクノロジーの効率的な管理が成功に不可欠であると考えています。そのため Oracle CX Marketing では、マーケティング担当者が 1 つのプラットフォームでマーケティング活動を一元管理できるようにしています。当社のプラットフォームでは、世界各地の部門に応じた地理別アクセス権、さまざまな役職に応じた機能別アクセス権、そして組織別のアクセス権を簡単に設定可能。組織の複雑さに応じた権限を作成・管理できます。

Oracle Eloqua、Oracle Responsys、Oracle Infinity、Oracle Maxymiser の管理性について、詳しくはオンラインリソースをご覧ください。



Q: オラクルでは、データプライバシーに関する懸念にどのように対処していますか？

回答: オラクルにとってデータプライバシーは非常に重要です。オラクルの最新のデータプライバシーポリシーについて、[こちら](#)からご確認いただけます。

Q: オラクルでは、データセキュリティにどのような姿勢で取り組んでいますか？

回答: オラクルはデータセキュリティを非常に重視しています。クラウドかオンプレミスかに関わらず、世界中の組織でデータとコンピューティング環境の保護にソフトウェア制御を用いるケースが増える中、ソフトウェアのセキュリティ保証の重要性がますます高まっています。オラクルの最新のデータセキュリティポリシーについて、[こちら](#)からご確認いただけます。

デジタルマーケティングへの投資は、すなわち成長への投資です。 Oracle CX Marketing は、あらゆる規模、あらゆる業種のビジネスが目標を達成できるよう支援に取り組んでいます。お客様のビジネスでの Oracle CX Marketing の活用方法について、詳しくは[当社までお問い合わせください](#)。

¹ 「Experience is everything: Here's how to get it right (体験がすべて：正しい理解のためのポイント)」、PWC、2018 年

² Oracle CX Sales または Salesforce CRM と連携した場合