

salesforce

Salesforce for Marketing 「顧客の時代」に成果を出す マーケティングリーダーのための フィールドガイド

～世界で最もスマートなCRMで
One to Oneカスタマージャーニーを実現～



目次

このガイドの内容	3
第1章:顧客の時代	4
第2章:Salesforce for Marketingとは	6
第3章:カスタマージャーニー管理	8
第4章:広告	10
第5章:営業担当者	12
第6章:デジタルコマース	14
第7章:Eメールメッセージ	16
第8章:モバイルメッセージ	18
第9章:顧客向けモバイルアプリ	20
第10章:従業員の生産性向上およびコラボレーションアプリ	22
第11章:従業員の洞察力とインテリジェンスを高めるアプリ	24
第12章:コネクテッドプロダクト	26
第13章:ソーシャルメディア	28
第14章:コミュニティ	30
第15章:カスタマーサービス	32
まとめ	34



このガイドの内容

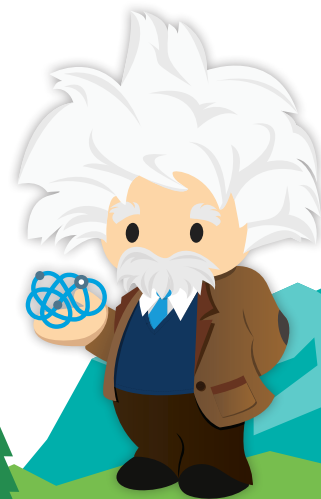
最高のマーケティングとは、商品、営業チーム、サポートプロセスのすべてにわたり、企業とのあらゆる体験やインタラクションの中心に顧客を置くことに他なりません。UberやAmazon、Fitbitといった企業は、1対1のカスタマージャーニーを提供することでこれを実現しています。

このガイドで説明する内容は次のとおりです。

- 顧客の時代におけるマーケティング
- Salesforce for Marketingの概要
- お客様の成功事例と製品機能

Salesforceの使命は、ビジネスのあらゆる側面をけん引して、マーケティング担当者の顧客開拓を支援すること。こうして1対1のカスタマージャーニーを実現する、最もスマートなCRMが生まれました。

それがSalesforce for Marketingです。



顧客の時代

現代の顧客はブランドとの1対1の関係を望んでいます。4つの革命的な先進技術が、マーケティングテクノロジーに大きな変化をもたらしました。

クラウドコンピューティング

インフラストラクチャやIT、時代遅れのテクノロジーに頼ることなく、かつてない速さでキャンペーンを企画し、管理できるようになりました。

モバイルの力

モバイルマーケティングメッセージやモバイルアラート、アプリの活用により、カスタマーエクスペリエンスの連携やパーソナライゼーションの促進、クロスチャネルキャンペーンの強化が可能になりました。

ソーシャルメディア

個人情報ベースのソーシャルネットワークからソーシャルデータを収集、活用して、宣伝広告やレコメンド、カスタマーサービスを強化し、メールの購読やアプリのダウンロードを促すことができます。

人工知能

AIの力を借りることでマーケティングの自動化や、次善的な商品またはサービスの提案が可能になり、その過程でトラフィック、セールス、サポート、マーケティングメトリクスのインサイトを収集します。

46回以上

一般人が1日に携帯電話をチェックする回数¹

¹ Deloitte社『Global Mobile Consumer SurveyUS Edition』分析（英語）。

44%

AIの最大のメリットは、"自動化されたコミュニケーションから、意思決定に役立つデータを得られること"だと考えている経営幹部の割合²

² Narrative Science社『2015 State of Artificial Intelligence & Big Data in the Enterprise』調査レポート（英語）。



現代のマーケティングの課題

「顧客の時代」のマーケティング担当者は、5つの問題を抱えています。

データや部署の孤立化

多くの企業が未だにデータや予算、ソフトウェアを事業部門ごとに管理しています。これがコラボレーションを困難にし、各顧客を統一されたビューで管理することを難しくしています。

顧客ライフサイクルを通じたエクスペリエンスの断絶

顧客はブランドと1対1の関係を望んでいます。これはたった今ブランドを知った顧客でも、長年ブランドを愛用している得意客でも、その中間的な顧客でも変わりません。

チャネルの分断

異なるチャネル間でのコンテンツやキャンペーンの連携は時間もコストもかかります。それに加えて、パーソナライズされたエンゲージメントを実現するには1つではなく、すべてのチャネルで顧客の行動を完全に把握しておく必要があります。

一貫性のないマーケティングツールや分析

世界中でかつてない量のデータが生み出されている現在では、データを整理するための統合ツールが必須です。マーケティングにはこれまで以上のスピードと質、予測力が要求されます。

セキュリティ、規模、可用性の確保

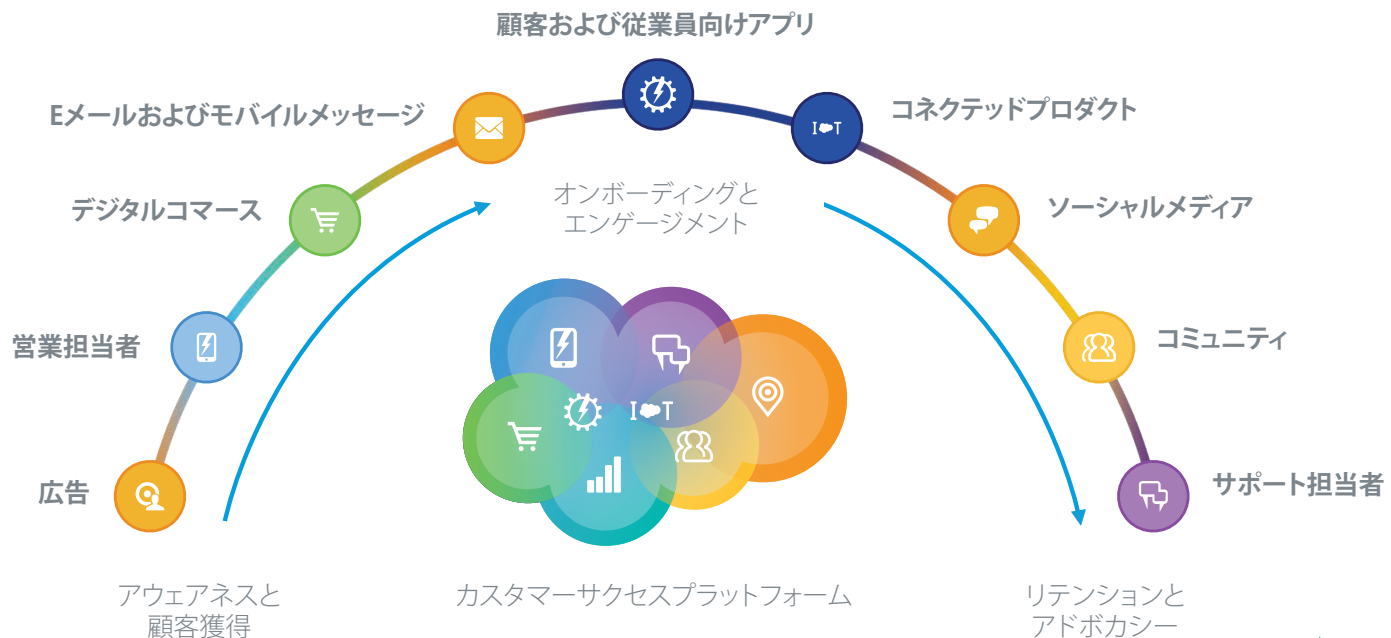
データのセキュリティ管理が困難な、10年前の古いテクノロジーに縛られているマーケティング担当者もいます。安全性が保証されない限り、顧客は情報を提供しません。また、マーケティング担当者はいつでもどこでも、そうしたデータにアクセスできる必要があります。

ここで挙げたすべての課題を1つのソリューションが解決します。



Salesforce for Marketingとは

Salesforceのカスタマーサクセスプラットフォームは、マーケティング担当者がセールス、サービス、コミュニティ、アナリティクス、アプリケーション、IoT、コマースのすべてにわたって活動することを実現する、唯一の包括的な統合ツールセットです。マーケティング、セールス、サービスとのインタラクションなど、あなたのブランドとのあらゆるタッチポイントにおいて、最高のカスタマーエクスペリエンスをもたらします。



カスタマーサクセスプラットフォームの紹介

Salesforce for Marketingは、個別化されたマーケティング戦略の3つの重要な要素にもとづいています。

カスタマージャーニー管理

各顧客のジャーニーに耳を傾け、つながり、自動化と分析を行います。規模は問いません。エンゲージメントを最大化し、収益とROIを向上させます。

人工知能

顧客とのあらゆるインタラクションで最適なオーディエンス、コンテンツ、チャネル、送信のタイミングを予測し、ベストなオファーを提案します。これらはすべて自動で行われます。

データ管理

あらゆるソースやデバイスからデータを取得します。オーディエンスの特定、分類、アクティブ化を行い、各顧客の完璧なデータプロファイルを作成します。

以降の章では、顧客をアウェアネスからアドボカシーの段階に引き上げるSalesforceの各ソリューションについて説明します。各ソリューションのお客様成功事例についても紹介します。



カスタマージャーニー管理

パーソナライズされたカスタマージャーニーの構築

デジタルチャネル全体にわたって、スタッフや製品とのインタラクションをパーソナライズ。その方法をご紹介します。

ブランドとのあらゆるタッチポイントで、顧客のシグナルを聞き逃さない

イベントを予測し、発生と同時に対応することで、無駄なく顧客に接触できます。

シームレスな1つのカスタマーエクスペリエンスを通してつながる

マーケティング、セールス、カスタマーサービス全体で戦略を一貫させ、オンボーディング、エンゲージメント、再エンゲージメント、営業、サポートを行います。

1対1のインタラクションの自動化

いったん戦略を作成してしまえば、スケールに関係なく、それぞれの顧客にユニークなカスタマージャーニーを提供できるため、ビジネスの拡大に専念できます。

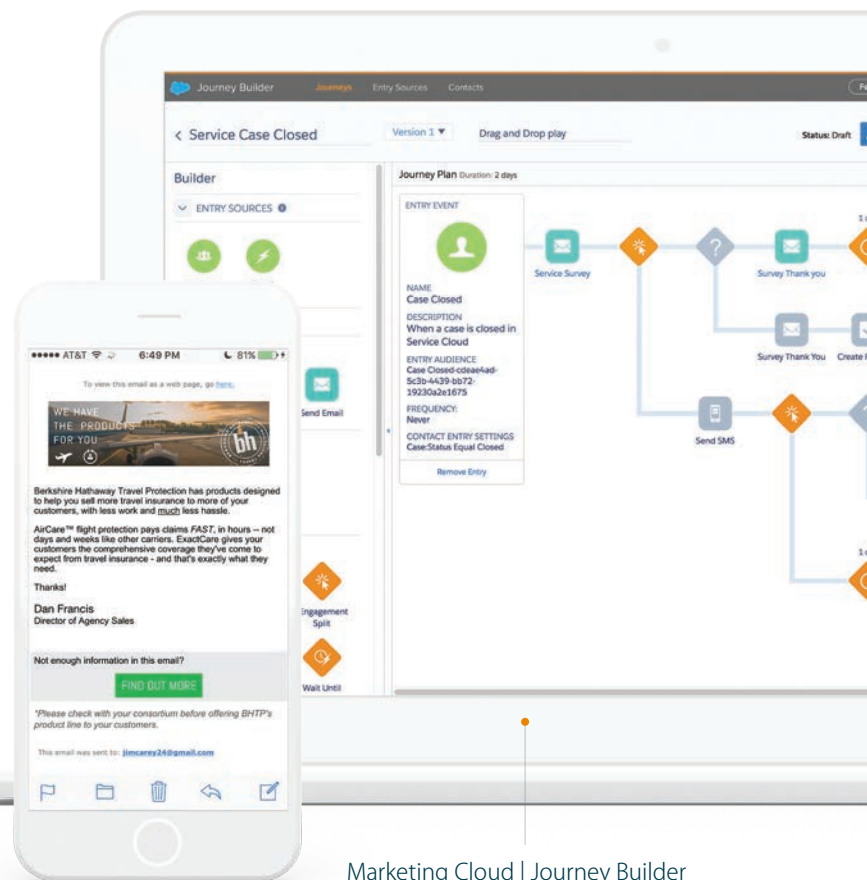
継続的な分析と最適化

どのキャンペーンに効果があり、なかったのか理解することで、マーケティングの機動力を維持します。必要なときに方針を転換し、顧客の変化に応じて最高の成果を出し続けます。

Journey Builderの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Marketing Cloud | Journey Builder



コラム



Berkshire Hathaway社の販売員は、人事、営業、マーケティングがつながったジャーニーを体験します。

販売員の志望者がBerkshire Hathaway旅行保険のWebサイトを訪れ、詳細情報の提供を要求すると、Journey Builderが起動して、同社のさまざまな利点を紹介したメールが送信されます。志望者がメールを開封すると、Sales Cloud上で商談がオープンされ、Berkshire Hathaway社の担当チームから直接電話が届いて、同社の商品を販売するメリットについて説明を受けることができます。チームに加入した販売員にはBerkshire Hathaway社から定期的にEメールやSMSメッセージが配信され、新しい商品や研修機会、販売目標に対する進捗が通知されるので、スタッフはBerkshire Hathaway社のことを第一に考えるようになります。

Salesforceのジャーニーマッピング機能により、Berkshire Hathaway社では、営業チームが1週間にオンボーディングできる旅行代理店の数が300%～400%増加しました。これにより、営業チームは毎年2～3か月分に相当する労力を削減できます。

■ Salesforceのおかげで、セールス、サービス、マーケティングのインタラクションを連携させ、それぞれの顧客のブランドとの関わり方を把握して、密着型の個別化されたエクスペリエンスを生み出しています ■

BERKSHIRE HATHAWAY社
旅行保険部門マーケティング担当バイスプレジデント
Brad Rutta氏



広告

行動を促す広告の作成

Awarenessと顧客獲得を促進。その方法を紹介します。

顧客データの取得、統合、アクティブ化

CRMを含む複数のソースからデータを収集し、1か所で安全に保管します。各顧客の全体像を明らかにし、より厳密にターゲティングされたデジタル広告を配信します。

他チャネルと連携した広告キャンペーン

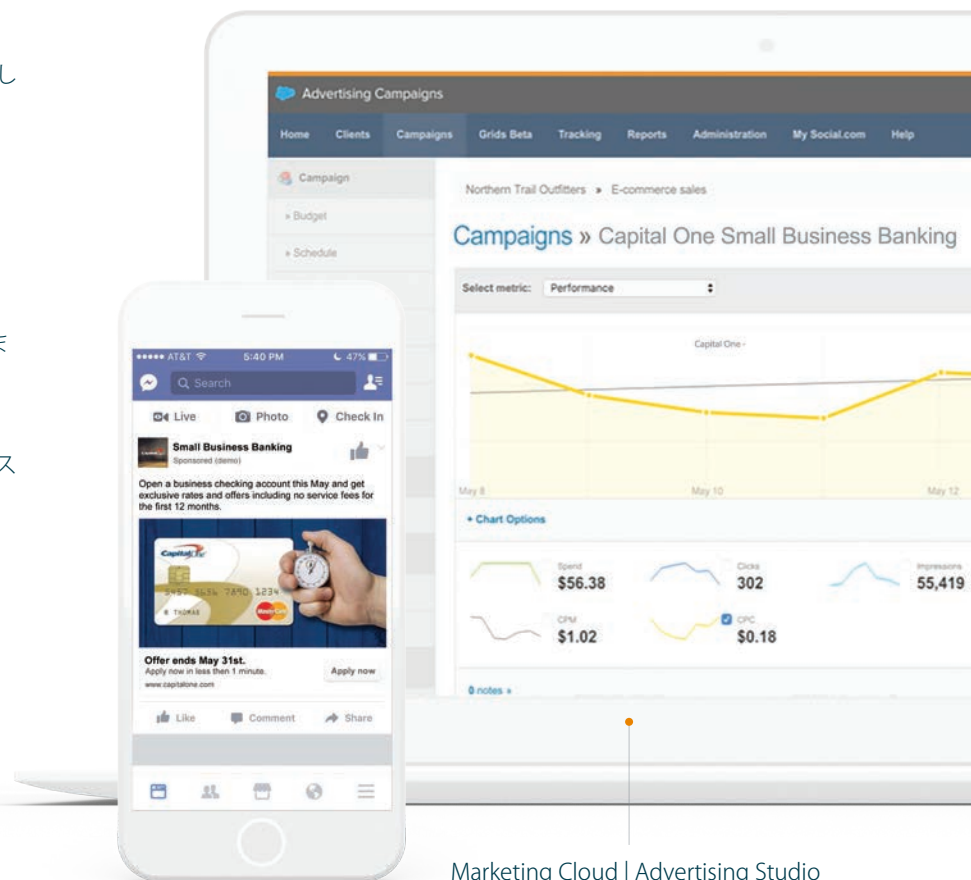
Journey Builderを使用して、宣伝活動をマーケティング戦略や営業チームなど、企業の他の部分と連携させます。

あらゆるデジタル広告チャネルにわたってキャンペーンを管理

検索型広告からディスプレイ広告、ソーシャルメディア広告に至るまで、洗練された広告キャンペーンを支援します。

Facebookから直接リードを獲得

世界最大のソーシャルメディアプラットフォームとの連携により、カスタマーサクセスプラットフォームに直接リードを引き込みます。



Advertising Studioの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)

Marketing Cloud | Advertising Studio

コラム



Capital One社はSalesforceと連携し、データを活用した広告キャンペーンを通じて中小企業のオーナーたちとつながっています。数多くのソースから収集される顧客情報を用いて、最初のエンゲージメントの瞬間から銀行員との直接対話に至るまで、パーソナライズされたスムーズな顧客体験を実現しています。

Capital One社のチームは、各既存顧客の包括的なデータプロフィールを保持しています。新しいリードを獲得するため、優良顧客の元となるシードオーディエンスをMarketing Cloudで作成し、FacebookやGoogleなどの巨大なデジタル広告媒体と安全な方法で同期させました。Capital One社が所有するプロフィールと、Facebookなどのチャネルの豊富なデータを組み合わせて類似オーディエンスを作成し、既存の見込み客グループにターゲットを絞り込むことが可能になったのです。

■ ディスプレイ広告の魅力は、顧客が望んでいるコンテキストの中で見込み客を発見できること。カスタマーサクセスプラットフォームのおかげで、その瞬間を狙い撃ちできるようになりました ■

CAPITAL ONE社
小規模企業向けバンキング
シニアビジネスディレクター
Matt Lattman氏

営業担当者

リードとパイプラインを拡大する マーケティング活動

より多くの成約を導き、力強く営業を支援。
その方法を紹介します。

上質なリードでパイプラインを拡大する

コンテンツの利用状況をもとに顧客をスコア付けできるため、購入意欲がもっとも高まる、営業サイクルのベストなタイミングで、顧客を営業に引き継ぐことができます。

パーソナライズで営業サイクルを加速する

エンゲージメントの瞬間に顧客情報を取得し、その時点でわかっている情報をもとに顧客を分類して、オーディエンスに最適なコンテンツや、ターゲットバイヤーとの関連性が高いコンテンツを配信します。

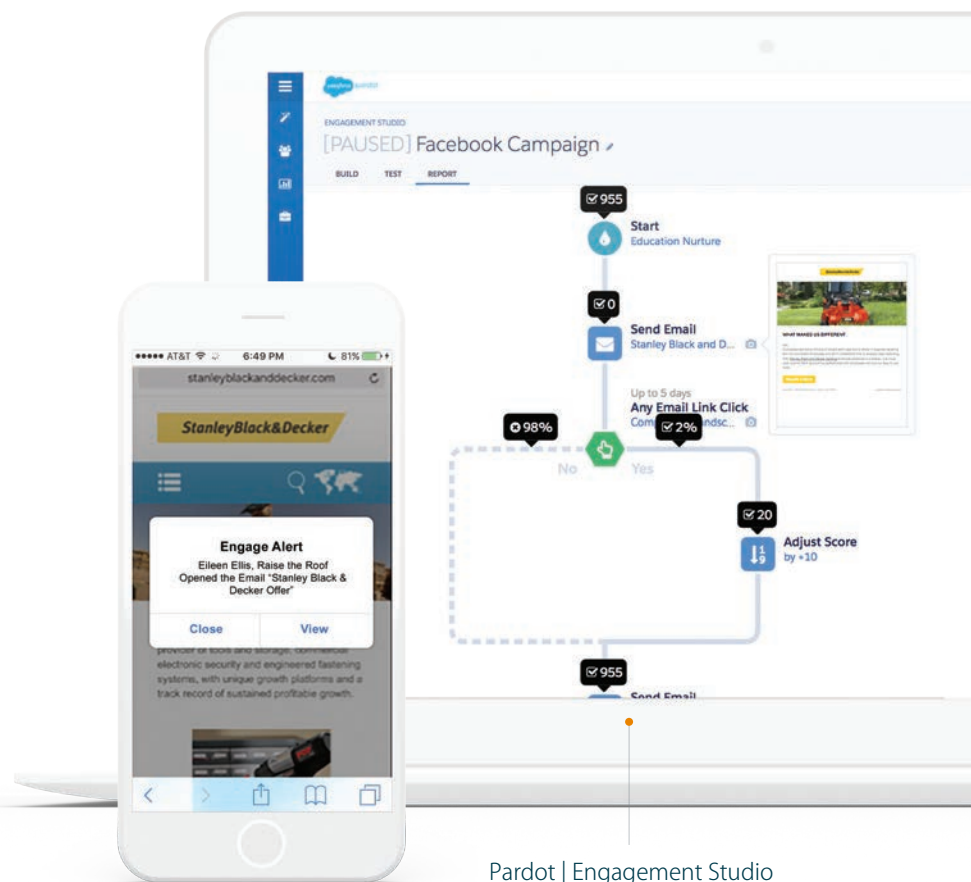
マーケティングROIの測定

マーケティングが収益に与える影響を理解し、顧客ライフサイクルの管理に生かします。リードの作成から商談成立に至るまで見込み客を追跡し、注ぎ込まれた費用の内容をすべて明らかにします。

Pardotの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Pardot | Engagement Studio



コラム

StanleyBlack&Decker

世界最大の工具メーカーStanley Black & Decker社は、カスタマーサクセスプラットフォームの奥深い機能に惹かれ、このプラットフォームでB2Bビジネスを展開することを選択しました。セグメンテーションルールを使用してオーディエンスを絞り込み、それぞれの関心事に応じた育成プログラムに見込み客を追加しています。Webサイトへのアクセスやページビュー、メールのクリック数、開封率など、見込み客の行動やインタラクションをすべて測定しているので、見込み客のエンゲージメントレベルが、いつ「営業できる」状態になったか知ることができます。そのため営業スタッフは、販売につながる可能性が最も高い、有力なリードへの営業に専念できます。

この結果、導入1年目で業務用収納機器および自動車部門の営業サイクルが30%短縮し、2年目にはさらに25%の短縮を達成しました。リードの60%は営業できる状態ないと判断され育成プログラムに回されて、成約の見込みが高まった時点で営業チームに引き継がれました。

■ 弊社では顧客のための企業になることを急務と考えています。すべてのお客様に、一生の付き合いができる会社と認めていただくことが弊社の目標です ■

STANLEY BLACK & DECKER社
MACツール部門マーケティングディレクター
Robert Holmes氏

あらゆる場所でコマースをけん引

オンラインでも実店舗でも、統一されたショッピング体験を提供。
その方法を紹介します。

デジタルチャネル間でショッピング体験を連携

Web、モバイル、ソーシャルなど、あらゆるデジタルチャネル上でのデジタル小売体験を変革します。

店舗取引の実行と店舗内業務の管理

PoS機能の提供により、小売業者はリアルタイム取引を実行できるほか、販売、返品、交換などの店舗内業務を管理できます。

オファーやコミュニケーションに予測的インテリジェンスを組み込む

WebページやEメールで予測にもとづくレコメンドを行い、統一されたコマース体験をパーソナライズします。

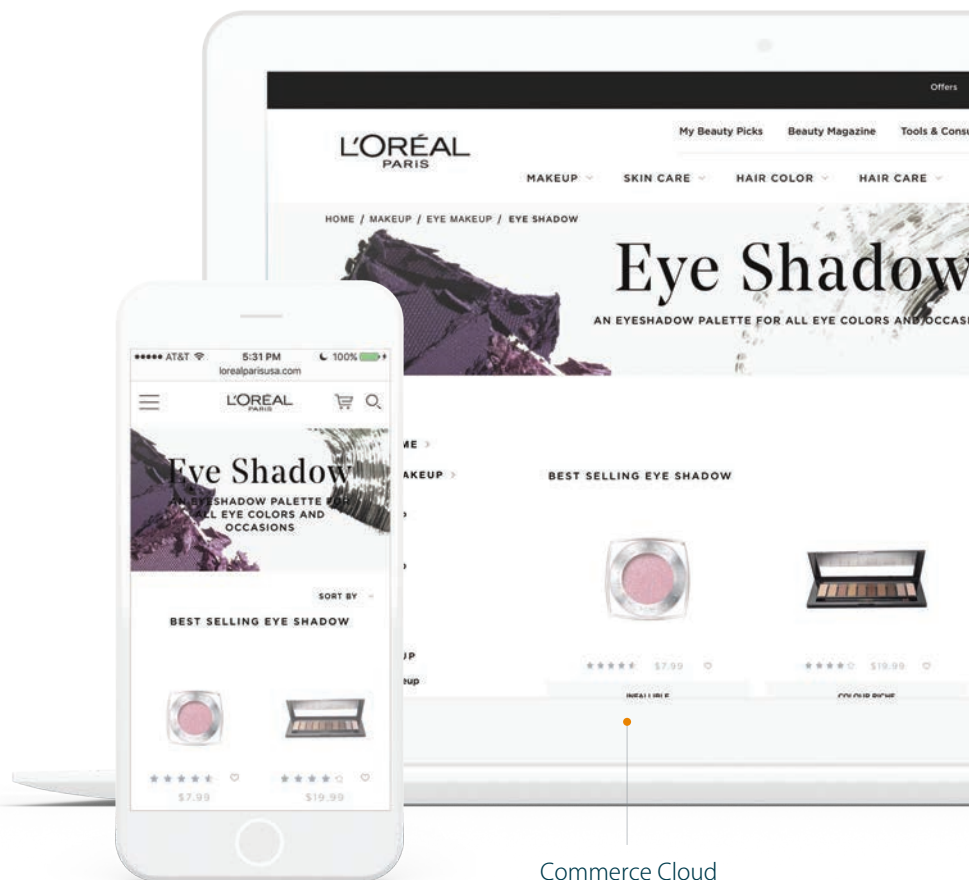
コマースサービスの強化による満足度の向上

すべてのクライアントとパートナーが同一のソフトウェアバージョン、つまり最新バージョンを利用します。Salesforceのユーザーたちが巨大な同業者コミュニティの一員となり、有益なアイデアやインサイト、インスピレーションを共有してくれます。

Commerce Cloudの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)





コラム

L'ORÉAL®

L'Oréal社の事業部門であるNYXは、カラー化粧品業界のデジタル革命児です。NYXはSalesforceを活用して、モデルが実際にメイクアップをしているイメージビデオを組み込みました。そのため顧客は実際の仕上がり具合を見ながら、商品を購入することができます。

L'Oréalでは極限までパーソナライズしたEコマース体験を提供しています。同時に、店舗内の体験のデジタル化も進めています。NYXではクラウドを活用し、ソーシャルメディア上の個人の自撮り写真を同意のうえ、自社のオンラインストアで使用しています。画像の品質をアルゴリズムで分析し、実際の販売につながった有効な画像はフラグが付けられてシステムにフィードバックされ、再利用されます。

実際の店舗では、顧客がスマートフォンで商品のバーコードを読み取り、その商品を使ったメイクアップの仕上がり具合を画像で確認できます。これらの画像はユーザーが撮影してオンラインストア上に公開された写真と同じであるため、デジタル上と店舗内でのショッピング体験が連続したものになります。

■ NYXの商品はスマートフォンで買うことも、ショッピングモールで探し歩くこともでき、それらのショッピング体験が極めてシームレスにつながっています ■

L'ORÉAL/NYX COSMETICS社
Eコマースマーケティングマネージャー
Bernice Merlini氏

結果を出すためのメール配信

関連性のあるメールをあらゆるスケールで個別化し、ナンバーワンのマーケティングROIを達成します。その方法をご紹介します。

コラボレーションツールで魅力的なメールをすばやく作成

承認済みのアセットを保管・共有し、カスタムの承認ルールを設定しておくことで、チームのメンバーが顧客とのつながりを深めるためのメールやキャンペーンをすばやく作成できます。

インテリジェントなメッセージの作成

強力なスクリプト言語と動的なコンテンツを活用し、顧客の行動や属性にもとづく適切なコンテンツをEメールに盛り込みます。

常にモバイルファーストで

メール購読者の多くはモバイルデバイスでメッセージを閲覧します。モバイルデバイスでEメールが見栄えよく表示されるように、カスタムテンプレートを作成します。

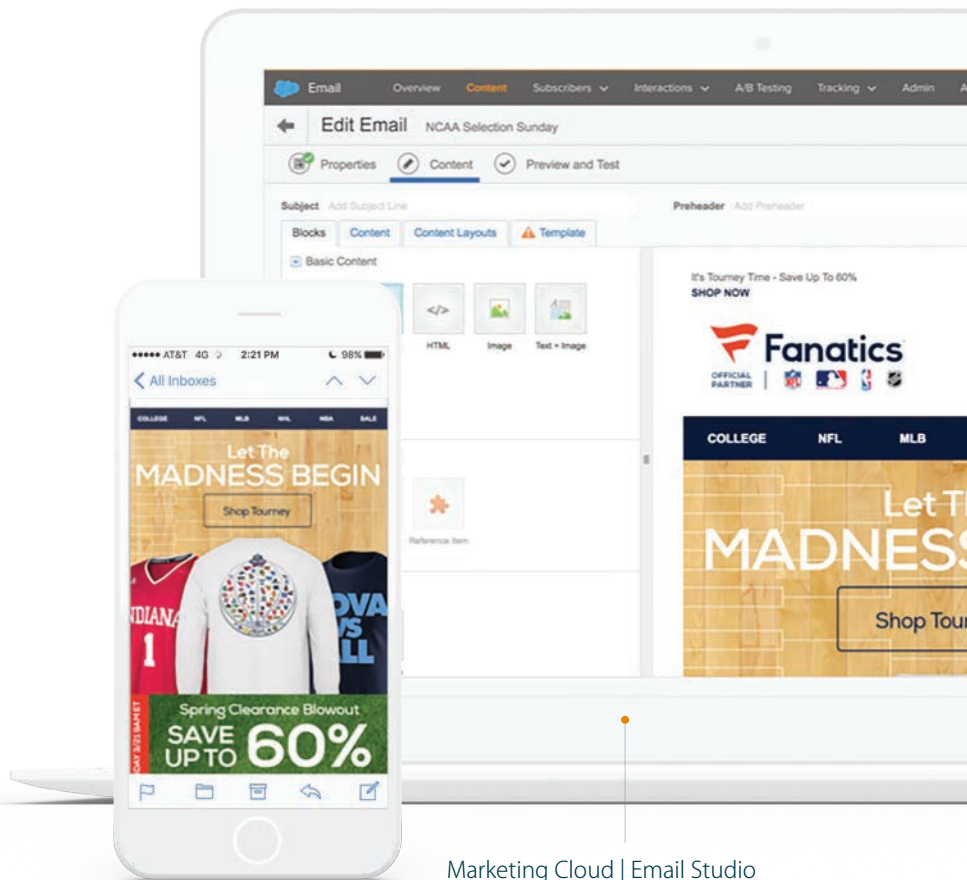
数百万件のメッセージも数分で送信

マーケティング担当者が3人しかいないチームでも、複数のフロアを占める大所帯のマーケティングチームでも、パーソナライズされたメールをより効率よく作成、送信できます。

Email Studioの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Marketing Cloud | Email Studio

コラム



巨大なスポーツイベントを通じてリアルタイムに顧客とつながるというFanatics社の能力は抜きんでおり、今や世界最大のオンラインスポーツ用品販売業者としての地位を確立させています。同社はSalesforceを使用して、大量のキャンペーンメールを効率的にパーソナライズしています。「チームの数が1,000あるとして、我々がスポーツニュースを絶えず配信したとしたら、ファンには毎年数百万ものメールが届くことになります」と、CRMディレクターのJonathan Wilbur氏は言います。

Salesforceのテンプレートや、ダイナミックコンテンツに対応したAMPscriptなどのツールを使用し、同社のチームは大きなスポーツニュースが発生したその瞬間を逃しません。顧客データを検索するスクリプトを組んでどのチームのファンか把握し、ベンダーのフィードからリアルタイムでスコアやデータを取り込み、パートナーIDを使用してブランディング戦略をパーソナライズしています。この結果、多階層のセグメントに応じて、キャンペーンをカスタマイズできるようになりました。すわなち、お客様やその最ファンチームに関連する商品の情報を、適切なタイミングで提供することが可能になったのです。

■ キャンペーンの立ち上げにかかる時間はほんの数分です。2015年には約350万通のメールを送信しました ■

FANATICS社
CRMディレクター
Jonathan Wilbur氏

モバイルメッセージ

モバイルで大切な瞬間につながる

顧客の行動や活動にもとづくアラートを、SMSやアプリ内プッシュ通知、グループメッセージを通じて送信。その方法を紹介します。

モバイル戦略を他のチャネルとリンクさせる

モバイル戦略でメール購読を促します。ソーシャルネットワーク上でファンやフォロワーを増やし、Webサイトやオンラインストアへの訪問意欲を高めます。

アラートやリマインダーを必要ときに即時送信

プロモーションやセールの通知を送り、関連性の高いモバイルコンテンツを配信して、業界のトレンドにすばやく対応します。

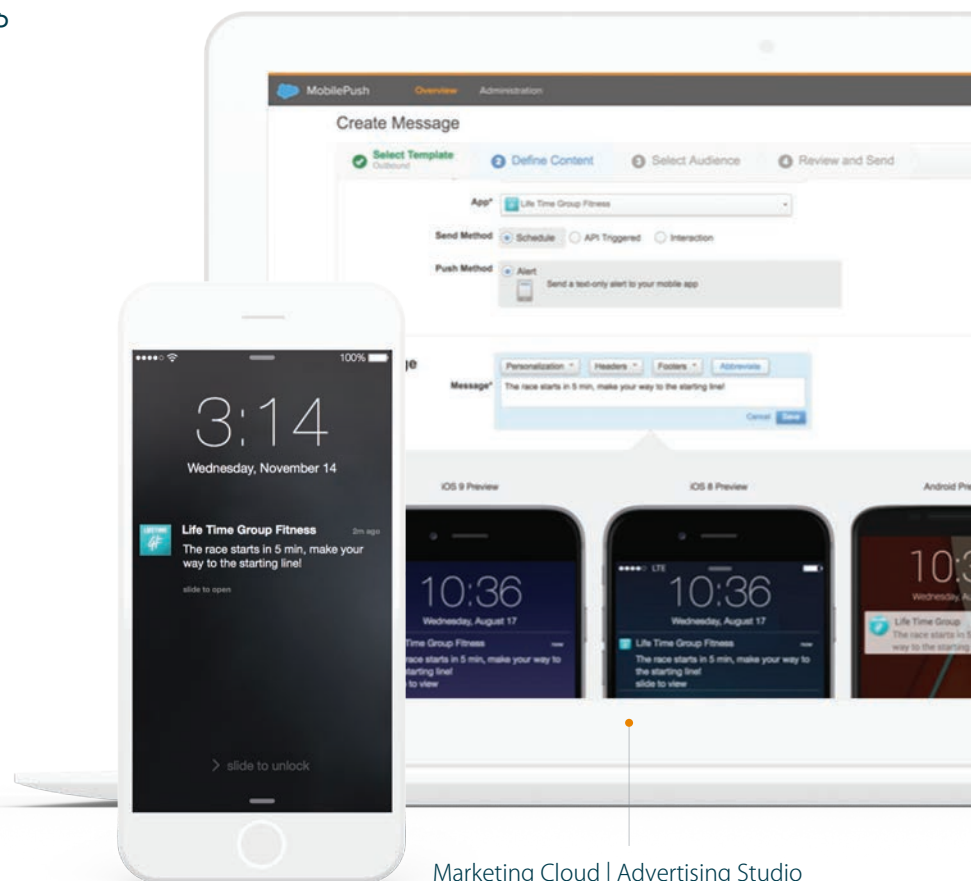
ジオフェンシングテクノロジーによる顧客ターゲティング

ジオフェンシングテクノロジーを活用して顧客が近づいた瞬間に接触し、店舗やイベントとの距離に応じてメッセージを送信します。

Mobile Studioの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Marketing Cloud | Advertising Studio





コラム

LIFE TIMESM

THE HEALTHY WAY OF LIFE COMPANY

ヘルシーな生き方を応援するLife Time社では、コミュニケーション方法の刷新を行い、会員データを活用したシームレスなマルチチャネル体験を導入して、パーソナライズされたコミュニケーションを実現。154%のROIを達成しました。

Life Time会員のフィットネス目標はメンバーによって異なります。例えば子供を2人連れてくる会員と、トライアスロンのためにトレーニングする会員とでは、それぞれ異なる方法でコミュニケーションをとるべきだとLife Timeは考えています。各メンバーが固有のジャーニーを持ち、健康やスポーツ、トレーニングに関する各々の目標を達成するために、異なる情報を必要としているのです。

■ コミュニケーションのコンテンツはすべてメール、ネット、ショートメッセージ、プッシュ通知を介して送られ、各メンバーがそれぞれのゴールを達成できるよう、最後までジャーニーを導いてくれます ■

LIFE TIME社
マーケティング・会員獲得・維持担当
バイスプレジデント
Renee Main氏

顧客向けモバイルアプリ

アプリケーションをスピーディに構築

顧客エンゲージメントを促進するインタラクティブなアプリをすばやく作成。その方法を紹介します。

クラウドベースのプラットフォーム上でアプリを開発、提供、監視、拡張

先進的なクラウドアプリケーションプラットフォームでアプリをすばやく作成します。

ロイヤリティを高め、コマースを拡大

優良顧客に特典を与えてエンゲージメントを高め、顧客データを活用して、自社ブランドのアプリ体験を通じたセールスプロモーションを強化します。

Salesforceの全データと連携して、よりパーソナライズされたアプリ体験を提供

セールス、サービス、マーケティング部門の顧客データを活用して、モバイルアプリのメッセージングを強化。関連したプッシュ通知やオファー、製品情報などを顧客に合わせて送信します。

App Cloudの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)





コラム



レストランを運営するRed Robin Royalty社ではSalesforceで駆動するアプリを用いて、無料のハンバーガー券やクーポンなどのスタンダードな特典サービスや、顧客の好みに合わせた愉快的な優遇サービスを展開しています。例えば、新しいレストランの下見ツアーや、新メニューの先行試食会への招待が届くなど、得意客には特別なサービスを案内しています。また、5月には母親たちを招待し、特別メニューを提供しています。

さらに、Red Robin Royalty社ではすべての会員データを「信頼できる唯一の情報源」として社内チームに提供することで、数百万人に上るロイヤルティプログラムの会員に最高のカスタマーエクスペリエンスを提供しています。

■ Salesforceなら、こうしたことがすべて簡単に実現します。独力でやろうと思ったら、一体どれだけの労力が必要になるのか、想像もできません ■

RED ROBIN社
IT部門バイスプレジデント
Evan Eakin氏

従業員の生産性向上およびコラボレーションアプリ

マーケティング担当者の生産性と機動力を高める

マーケティングチームがハイパフォーマンスで、高性能なマシンに生まれ変わる。その方法をご紹介します。

スタッフ間での連携強化

グループチャットからドキュメント、スプレッドシート、ファイル共有まで、すぐに使えるアプリを通じてプランニングやコラボレーションを加速します。社員同士の部門を超えた連携が活性化されます。

Quipの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#) [問い合わせる >](#)

世界最大のビジネスアプリケーションマーケットプレイスからアプリを取得し、生産性を向上

数々のアプリを簡単にインストールして設定できます。マーケティングチームの規模に関係なく、より多くの業務をこなせるようになります。

AppExchangeの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#) [問い合わせる >](#)

クリック操作とコードでカスタムマーケティングアプリを構築

予算管理やイベント、PR、キャンペーンに使用するアプリを簡単に作成、管理、展開、最適化できます。ドラッグ&ドロップ式のツールやオープンフレームワークを使用して効率良く、効果的なアプリを構築します。

Force.comの詳細はこちら。

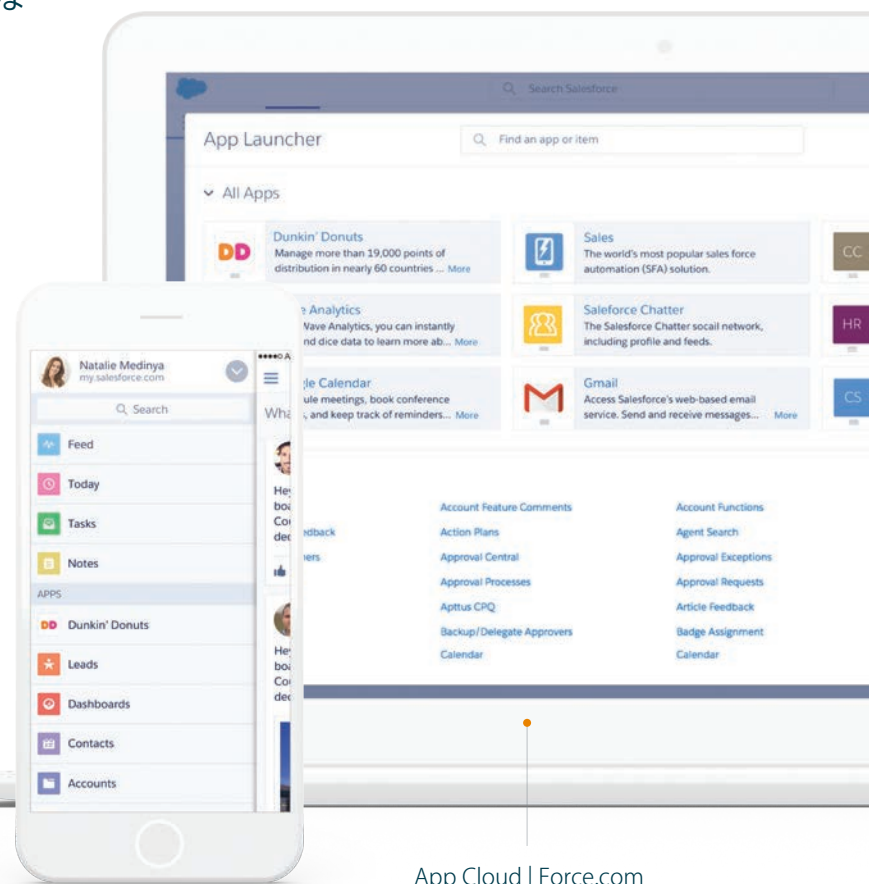
[詳細を見る >](#) [問い合わせる >](#)

どこからでもマーケティングを実施

マーケティング活動の最新状況をいつでも、どこからでも入手でき、キャンペーン内から直接、中断、再開、取消、承認、送信などのアクションを行えます。

Marketing Cloudモバイルアプリの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#) [問い合わせる >](#)



コラム



Dunkin' Brands社は顧客ロイヤリティの高いブランドとして、9年連続で業界ナンバーワンの座に君臨しています。同社はカスタマーエクスペリエンスのさらなる向上のため、常に努力しています。テクノロジーが進化し、顧客とのインタラクションも大きく変化しました。顧客の期待値がこれまで以上に高まっていることは、マーケティングチームも実感しています。同社のチームは、カスタマーエクスペリエンスを改善するにはまず、内部からデコ入れする必要がありますことを理解していました。

社内のフランチャイズ承認プロセスをSalesforce上に構築したのを皮切りに、今ではカスタマーサクセスプラットフォーム上で複数のアプリケーションを運用しています。これには広告買い付けチームや法務チーム用のアプリも含まれます。さらに、フランチャイズオーナーの登録申請も行えるよう、アプリケーションを刷新しました。現在のプロセスは自動化され、規模に関係なく、シンプルかつシームレスな体験をフランチャイザーに提供しています。

■ 適切なオファーを、適切なタイミングで、適切な場所へ届けるには、顧客との間に一貫性のある、パーソナライズされた1対1のジャーニーを構築することが必要です。この実現をサポートしてくれるのがSalesforceです ■

DUNKIN' DONUTS社
最高デジタル責任者
Scott Hudler氏



従業員の洞察力和インテリジェンスを高めるアプリ

データにもとづく意思決定

詳細なビューでチームの戦略や結果、能力を把握し、最適化を繰り返しながら、チームの目標達成を支援します。その方法を紹介します。

マーケティングの収益貢献度を可視化

すべてのデータを1か所に保管し、視覚的でカスタマイズ可能なダッシュボードに表示して、マーケティングと販売実績を結び付けます。

簡単なデータアクセス

必要な場でさまざまなデータソースを探索し、キャンペーンの成果を効率よく上昇させます。

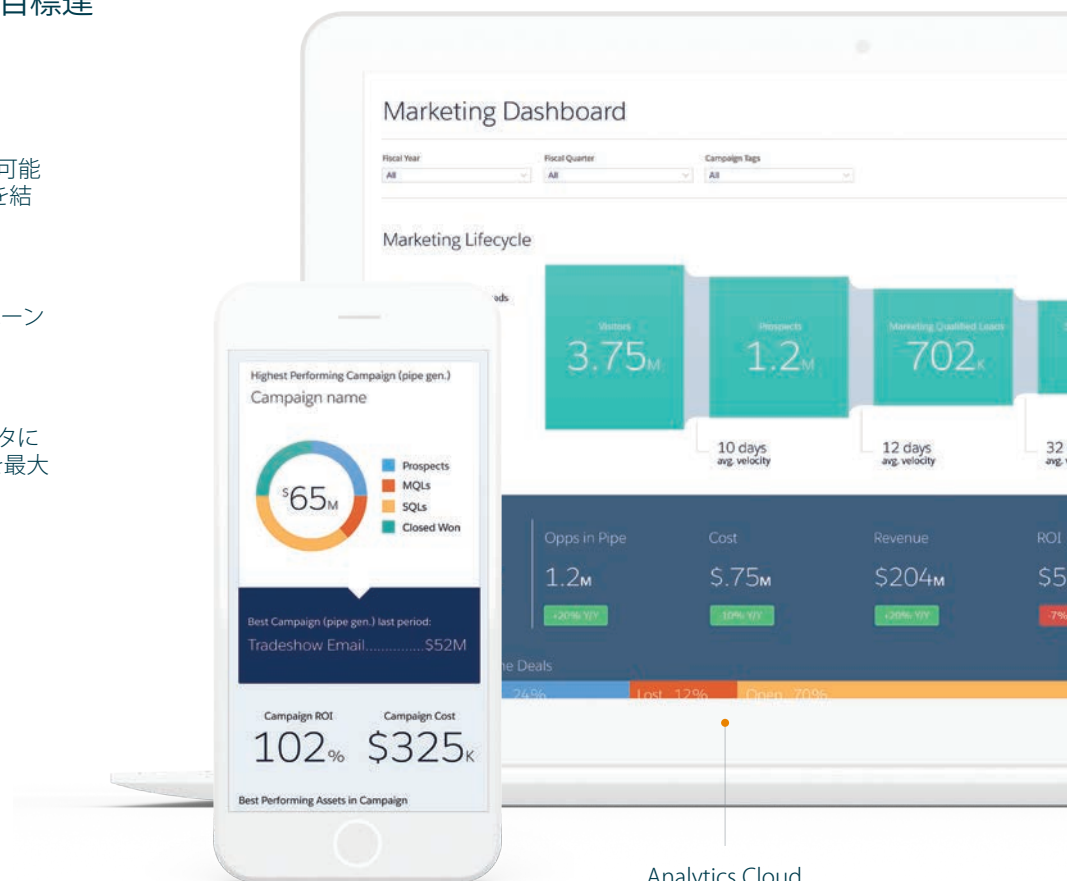
洞察にもとづくすばやい行動

あらゆるデバイスからチーム内でアイデアを共有し、データにもとづく迅速なアクションを導きます。エンゲージメントを最大化し、ROIの向上につながります。

Analytics Cloudの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Analytics Cloud



コラム

Cox AUTOMOTIVE™

Cox Automotive社は自動車の再販サービスやデジタルマーケティング、およびソフトウェア業界の世界的リーダーであり、AutoTrader、Manheim、Kelley Blue Bookといった多数のブランドを抱えています。Cox社にはデータ管理のためのレガシーシステムがありましたが、事業の拡大に伴い、マーケティングの成果をより詳細に、短時間で報告する必要性が生まれました。同社は既存のマーケティングツールを活用しながら、シンプルなデータ管理と、規模の変化に対応できるイノベーションを実現する道を模索していました。

そこでCox Automotive社は、サードパーティのデータソースとシームレスに統合する、堅牢なアナリティクスプラットフォームとして、Salesforceを採用しました。同社では現在、マーケティングに関するインサイトを数日や数週間もかけることなく、数秒で得ることができます。さらに同社のチームはWave内のMarketing Cloud データを活用してマーケティング成果を評価し、事業部門をまたいで顧客とのタッチポイントも追跡しています。また、インサイトにもとづく迅速な判断によって、ビジネスを加速させています。

■ 我々はブランドを統合し、ディーラーと1対1の関係を築くことを必要としていました。Salesforceがこれを実現してくれました ■

COX AUTOMOTIVE社
マーケティングシステム、シニアマネージャー
Rebekah King氏

コネクテッドプロダクト

単体の製品を連続性のある エクスペリエンスに変貌させる

IoT(モノのインターネット)で製品と製品がつながる。
その方法を紹介します。

あらゆるデータソースに大規模で接続

インターネットに接続された製品やサービス、デバイス、アプリから、膨大な数のイベントを収集します。

コネクテッドプロダクトを通じてカスタマージャーニーを作成

リアルタイムのロジックを構築し、セールス、サービス、マーケティングの全部門におよぶジャーニーを作成します。

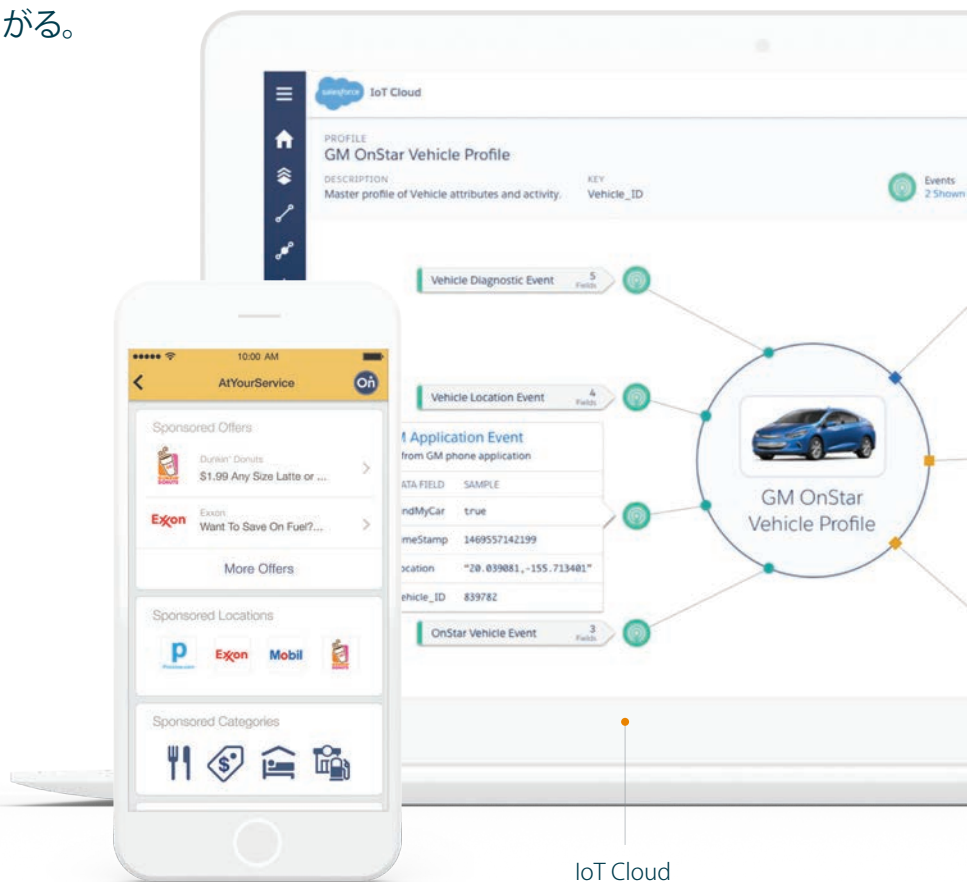
リアルタイムなメッセージを、適切なタイミング ですべての顧客に送信

自社製品の利用をやめてしまった顧客との再エンゲージメントを促したり、製品エンゲージメントの急上昇に応じて適切なタイミングで、適切なメッセージを送信したりします。

IoT Cloudの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)





コラム



GM OnStar社は安全とセキュリティを提供するサービスから、包括的なコネクテッド・カー・エクスペリエンスを提供する企業へと進化しました。同社のチームは強力な4G LTE接続を利用しドライバーエクスペリエンスの強化を図っています。車両データの収集やドライバーの行動評価、予測的なオファーや製品レコメンドの強化にSalesforceを選択し、モバイル化した顧客がどこにしようと、適切なタイミングでリーチすることができます。

例えば、OnStarのAtYourService機能を使用しているドライバーには、近隣のレストランやショッピングセンター、ガソリンスタンドなど、お薦めの店舗情報が届きます。顧客は自分の嗜好を設定しておけば、お気に入りの場所から一定の範囲内に入ったときに、OnStarの提携企業から関連したオファーが届きます。

■ カスタマーサクセスプラットフォームを選んだ理由は、4G LTEに接続された車を運転する、弊社の数百万人のお客様を、実に容易に、多彩な業者のコミュニティと結び付けることができたからです ■

GM ONSTAR社
消費者オンライン担当オフィサー
Mark Lloyd氏

ソーシャルメディア

ソーシャル上のファンやフォロワーを得意客に変える

ソーシャル上の見込み客や顧客とエンゲージメントを図り、クロスチャネルキャンペーンを促進。その方法をご紹介します。

ソーシャル上の会話に耳を傾ける

ソーシャルメディア監視ソフトウェアを使用して、さまざまなソースからのソーシャル上の会話を分析します。自社のブランドや商品、競合他社に関して顧客がどのような発言をしているかキャッチします。

複数のソーシャルネットワークへの投稿

複数のアカウントやネットワークにまたがってソーシャル上の投稿を計画、予約、公開、宣伝できます。コンテンツを作成、設定された承認プロセスを経て、適切なタイミングで関連したメッセージを投稿します。

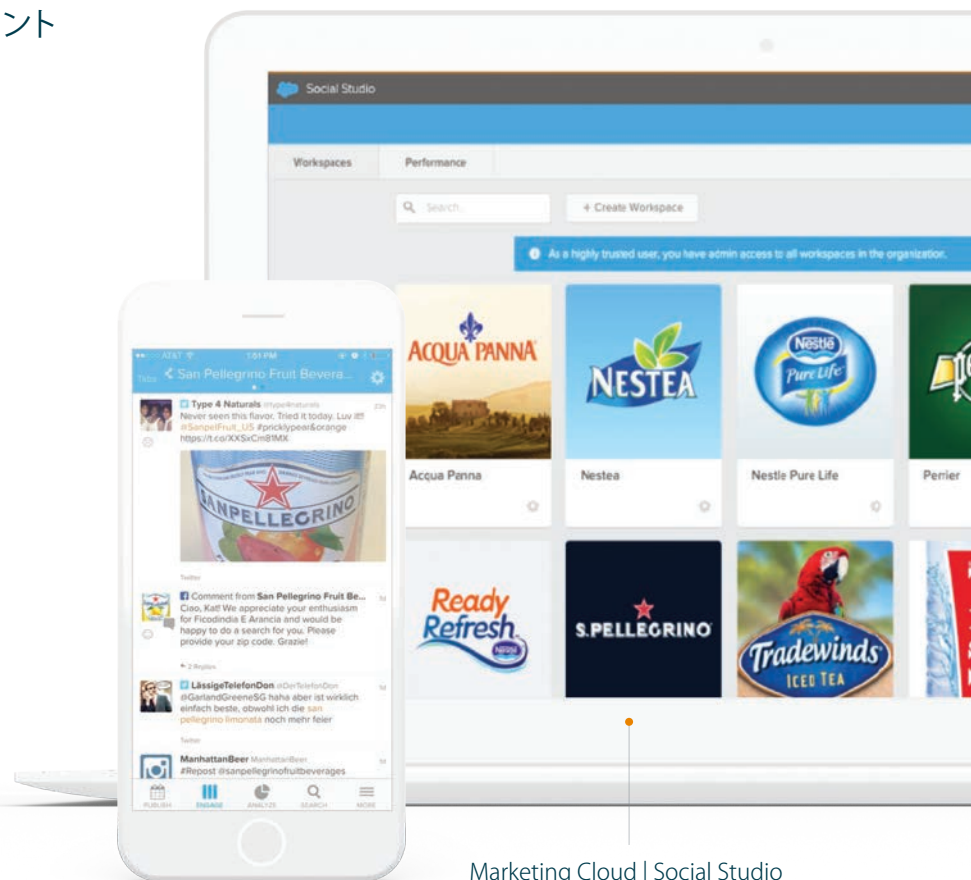
どこからでもファンやフォロワーと交流

Social Studioモバイルアプリを使用して、いつでもどこでもソーシャル戦略を管理します。

Social Studioの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Marketing Cloud | Social Studio



コラム



FacebookやTwitterの会話から、デジタル接続されたスーパー店内の冷蔵庫まで、Nestlé Waters社はデジタル時代に対応すべく、顧客エンゲージメントの刷新を続けています。同社では、Journey Builderと予見的なインテリジェンスを使用して、数百万人ともいわれる顧客のエクスペリエンスを個別化しています。

Salesforceを活用してコンテンツマーケティング活動を管理し、トラフィックやリードを同社のEコマースビジネスに引き込み、ソーシャルエンゲージメントを通じて素晴らしいカスタマーエクスペリエンスを実現しています。また、マーケティングコマンドセンターを使用して、ブランドや数百万の顧客とのインタラクションや、あらゆるマーケティングキャンペーンを追跡しています。

■ これはマーケティングや営業だけの話ではないのです。ブランドや部門の枠を超えて、顧客との関係を包括的に管理することが大切だと感じています ■

NESTLÉ WATERS NORTH AMERICA社
Eコマースグローバル主任、CMO、ビジネスリーダー
Antonio Sciuto氏





コミュニティ

人々を結びつけるコミュニティの構築

顧客、パートナー、従業員が参加できる、自社ブランドのオンラインコミュニティ体験を実現します。その方法を紹介します。

モバイルエンゲージメントの拠点をすばやく構築、展開

顧客とスタッフがどこからでもつながり、交流できる、自社ブランドの環境を構築します。

優良顧客の認識と優遇

バッジや順位表などで、ブランドに対する顧客のロイヤリティを把握し、彼らが企業やブランド、商品の成功に大きく貢献していることを伝えます。

パーソナライズされたコンテンツや商品、サービスをブランド限定の環境で提供

アクセス制限のあるオンラインコミュニティ内で、すべてのコミュニケーションを顧客に合わせてカスタマイズし、エンゲージメントや対話を活性化させます。

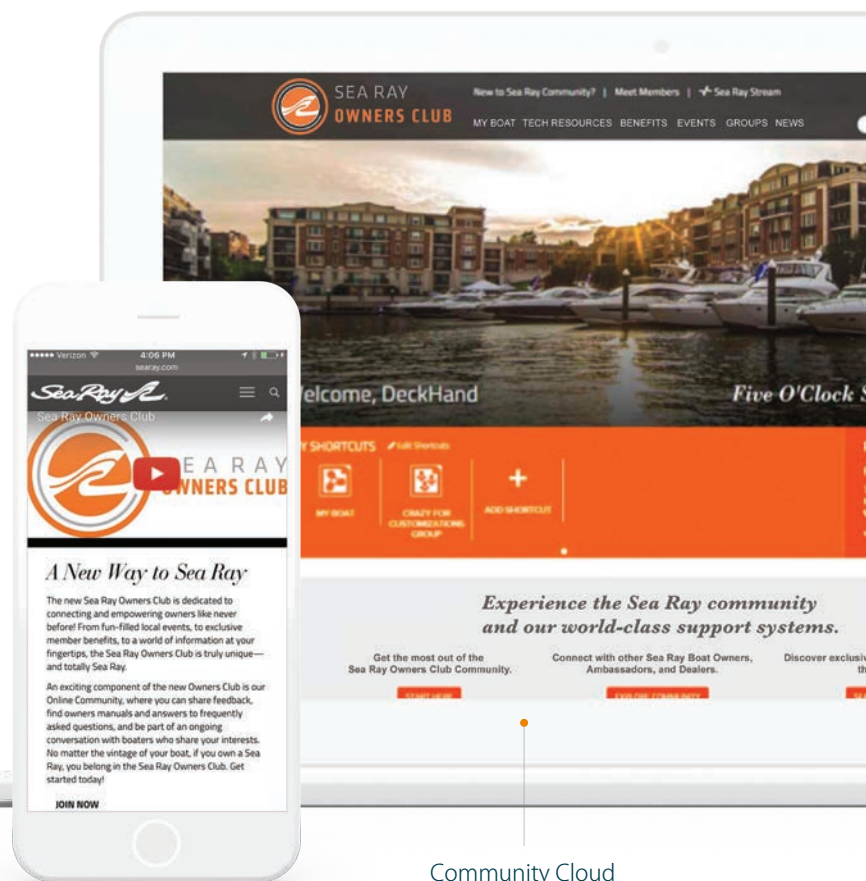
顧客が必要とする専門家や記事、サポートスタッフへとスマートに誘導

自社ブランドのコミュニティで交わされる会話を耳を傾け、顧客の懸念事項を予測して、その発生に備えます。

Community Cloudの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Community Cloud



コラム

Sea Ray®

世界最大級の高級プレジャーボートメーカーであるSea Ray社は、Salesforceを使用して、Sea Ray Owners Clubの会員専用サイトを強化し、イベント情報やセルフサービスのリソースを提供しています。

同社のチームは、ボート所有者の船舶識別情報を使用して、船舶の詳細なデータをセールス、マーケティング、カスタマーサービスの情報とシームレスに連携させ、コミュニティ内のカスタマーエクスペリエンスに取り込んでいます。所有者データとも連携してアクセスできるので、同社の担当スタッフは顧客と一緒にボートに関する問題を解決したり、機材の質問に答えたり、顧客にかわって適切なディーラーに連絡したりできます。

また、Owners Clubのオンラインコミュニティには、ボート関連の文書が一括して保管されおり、マニュアルやテクニカルリソース、FAQなどの情報を入手できます。サイト立ち上げ後の最初の3か月で、顧客のサイト滞在時間が過去最高を記録しました。コミュニティのおかげで、ボートオーナーがブランドとのエンゲージメントに費やす時間や頻度が増えただけでなく他のメンバーや同社のスタッフと交流し、最新情報をチェックするために、サイトへ戻ってくるようになりました。

■ Salesforceはすべてのボートオーナーの情報を集約した、堅牢かつ最新のデータベースです。スタッフやお客様は、必要な情報をすべてこの1つの場所から簡単に入手できます。弊社は今、こうしたオンラインコミュニティの一員として、より多くの価値を提供しています ■

SEA RAY社
シニアマーケティングマネージャー
Shelby Kirby氏



サポート担当者

顧客を感動させるカスタマーケア

顧客がサービスと接するすべての瞬間を、ブランドが愛される理由へと変えます。その方法を紹介します。

マーケティング、営業、カスタマーサポートのあらゆるデータを、1つの連絡先レコードで保管

顧客ごとに単独のビューを作成して、サポートスタッフから営業担当者まで、チームの全員が今まで以上に顧客のことを把握できます。

カスタマーサービスの活動に耳を傾け、チャンネルを問わず、適切なメッセージでフォローアップ

顧客の懸念事項を予測し、適切なタイミングで適切な顧客にマーケティングメッセージを送信して、問題を先回りして解決します。

顧客の行動にもとづき、自動的にサポートケースをオープンまたはクローズ

顧客の活動をモニタリングし、その行動や属性にもとづく高度にカスタマイズされたコミュニケーションで自動的に対応します。

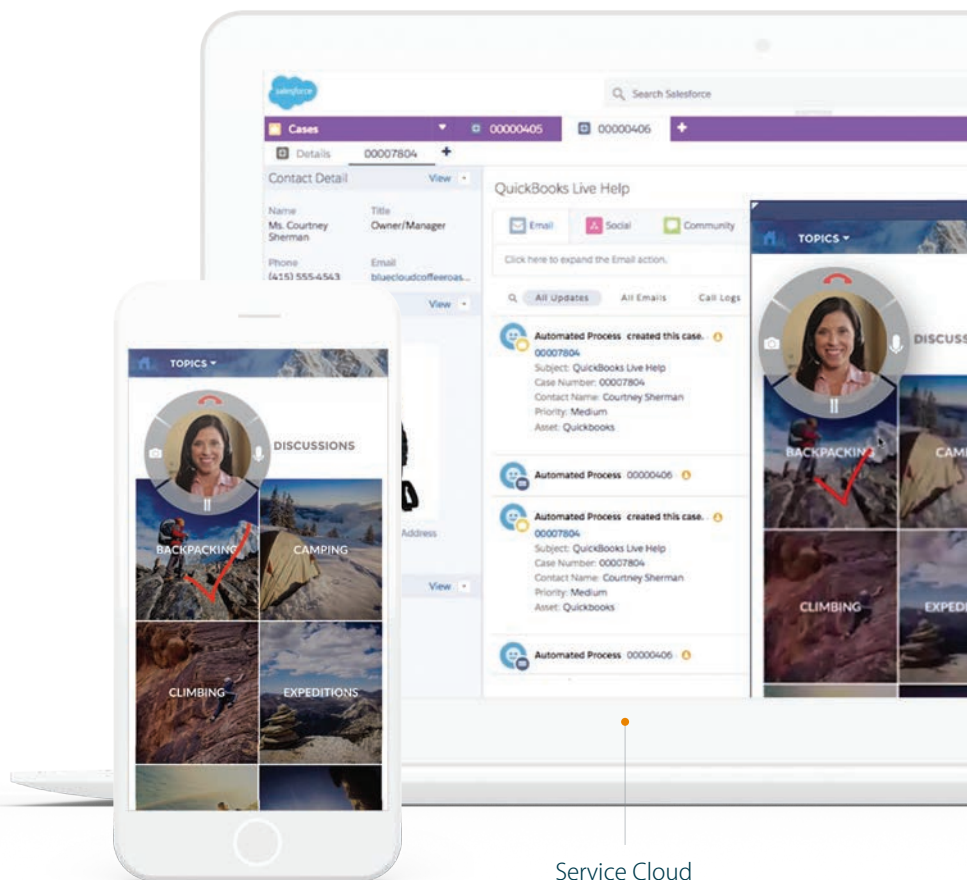
サポートが必要な顧客への適度なメッセージ配信

問題を抱えている顧客への過剰なマーケティングを避けるため、サポートケースをモニタリングし、まだメッセージを送信すべきではない見込み客や顧客へのメッセージ数を自動的に減らします。

Service Cloudの詳細はこちら。

[詳細を見る >](#)

[問い合わせる >](#)



Service Cloud



コラム



アメリカンエクスプレス社のグローバルコーポレートペイメント部門は、法人顧客に対するカスタマーサービスに革命を起こしています。ビジネスの世界の支払いを処理する同社は、顧客の支出パターンを幅広く把握しています。Salesforceがこれらのデータをインサイトに変え、マーケティングおよびカスタマーサービス戦略をけん引しています。

グローバルコーポレートペイメント部門の代表であるSusan Sobbott氏は、次のように述べています。「当社はサービスの意味を見直し、21世紀に対応させることを目標としています。具体的にはリアルタイム性を高め、知識を充実させて、顧客のニーズを実際に予測できるようになることが、必要ではないかと考えています」顧客の時代において、これはデータを活用して顧客の問題解決をサポートし、重要なビジネス判断を下すことに他なりません。

■ 蓄積された情報と、お客様からの信頼、そして要望にお応えする社員の能力こそが、我が社の強みであると考えます。Salesforceのおかげで、これらの点が1つにつながりました ■

AMERICAN EXPRESS社
グローバルコーポレートペイメント担当EVP
Greg Keeley氏

まとめ

すでに私たちは「顧客の時代」に突入しています。世界で最もスマートなCRMを活用し、セールス、サポート、製品のすべてにまたがるマーケティングを推進して、1対1のカスタマージャーニーを実現しましょう。

ブランドとのあらゆるタッチポイントからデータを収集し、時間や場所を問わず、すべてのインタラクションでパーソナライズされた体験を生み出しましょう。価値を上げ、結果を評価し、ボトムラインへの影響を明らかにしましょう。ROIを改善し、チームを強化し、予算を拡大し、キャリアを成長させましょう。

Salesforce for Marketingが、そのすべてを実現します。

Salesforce for Marketingのデモをご覧ください。

デモを見る





salesforce

CONNECT TO YOUR CUSTOMERS
IN A WHOLE NEW WAY



salesforce.com