

近年話題のデジタルマーケティング とは何か？

～短期刈り取り型からファン育成型へ～

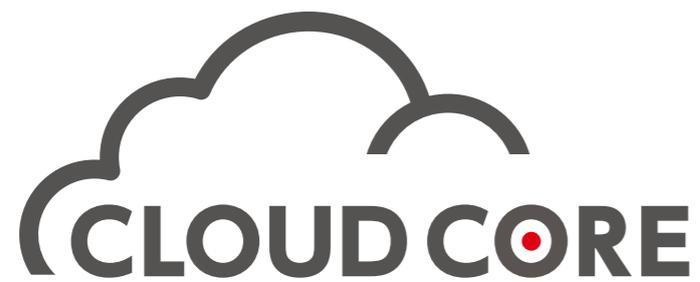
KDDIウェブコミュニケーションズ
高畑 哲平



CPI®



Jimdo



twilio™
CLOUD COMMUNICATIONS

corabbit



高畑 哲平

(株)KDDIウェブコミュニケーションズ
取締役副社長

2006年

(株)KDDIウェブコミュニケーションズ入社

2009年

Jimdoの日本独占販売権を取得
同サービスのCountry Manager就任

2013年

(株)KDDIウェブコミュニケーションズ
取締役副社長に就任

発売中

Changing
Business
Landscape



Web マーケティング 思考トレーニング

意識を変えれば、ホームページが変わる

4つの戦略を考えることにより
あなたのホームページが変わる。

すべては「Webマーケティング脳」を
鍛えるトレーニングで決まる。

株式会社KDDIウェブコミュニケーションズ【編】 高畑哲平【著】

中央経済社

デジタルマーケティングとは？



.com

Webマーケティング？



Webマーケティングより広義



日立、Suicaビッグデータから駅利用状況を分析するサービス

日立製作所は、JR東日本の発行する交通系ICカード「Suica」の履歴情報を利用して駅の利用状況や特徴を分析、マーケティングに役立てるビッグデータ解析サービスを開始する。

[ITmedia]

ツイート 285 いいね! 345 +1 20 チェック 投稿 共有 プリント/アラート

- PR [オフィスを強くするためのヒントとアイデア多数](#)
- PR [【乗り換え検討者必見】初期費用0円の法人向けLTEサービス](#)

日立製作所は6月27日、JR東日本の交通系ICカード「Suica」の履歴情報をビッグデータ解析技術で活用し、駅エリアのマーケティング情報として企業に提供するサービスを7月1日に始めると発表した。

ビッグデータもその一つ



JR東日本から個人情報を含まない形でSuica履歴情報の提供を受けて分析。JR東日本と私鉄各線の首都圏1800駅を対象に、駅の利用者の性別・年代別構成や利用目的、乗降時間帯などを平日・休日別に可視化したレポートを毎月定期的に提供する。企業は駅エリアの集客力や、最寄り駅とする居住者の構成などを把握でき、出店計画や広告宣伝計画などに活用できるとしている。

powered by popln

検索

IBM Storwize® V3700 が、機能を拡張しました。



Special

- PR -



情報システムは「総合力と完成度」で勝負—MDMからビッグデータ活用まで、最適解を探る



コストをかけずに社内のPCやスマホ、タブレットを管理するマイクロソフトのサービス



「勘・経験・度胸」の意思決定はもう限界？ビッグデータを経営に生かす「カギ」とは



あなたのPCが未知の脅威に狙われている！？ハードウェア支援型の次世代対策で遮断せよ



「ハードウェア支援型セキュリティ」って？最新セキュリティ対策はここでチェック



Ford、世界銀行など大企業の経営者も育てた「コーチングの神様」が語るメッセージとは



約50年稼働した基幹システムがついに限界に蛇の目マシンが下した経営判断やいかに？



全世界の経営情報を統合したい！老舗メーカーがクラウドを基盤に挑むDX改革とは？



Webマーケティングの傾向

Web腦？



Webマーケティングから進化



デジタルマーケティングの領域



例えば
頭の体操





Louis Vuitton

X

草間 彌生

ヴィトン
大嫌い

Webサイト
見ない

興味ない

私にこの財布を売るには？

ヴィトン
大嫌い

興味ない

気づく

興味を持つ

調べる

行動する

共有する



答え

実際の行動

気づく



実際の行動

興味を持つ



実際の行動

調べる

0 製品 | (カスタマーサービス 0120-00-1854 (10:00-20:00)) | ヘルプ

LOUIS VUITTON ニュース ルイ・ヴィトンの世界 カタログ ストア M LV

キーワードで検索 OK

HISTOIRE(S)
思い出の詰まった旅行箱を開けて——旅のストーリーを解き明かそう
ストーリーを見る

DAMIER COLLECTION

世界のストア：23. PLACE VENDÔME

2013春夏 メンズ シューズ・コレクション

CHIC ON THE BRIDGE

SUMMER COLLECTION

news 04月 29日
新たにミュンヘン メゾンがオープン
このたび、ドイツ初となるルイ・ヴィトン メゾンがオープン。「ニュース」がお届けするミュンヘンという都市が持つ豊かな文化とその歴史的な背景を存分にお楽しみください。

実際の行動

行動する



実際の行動

共有する



高畑 哲平
2012年10月20日

今年の自分への誕生日プレゼントは草間 彌生 x LOUIS VUITTONの財布。

実は昔からLOUIS VUITTONは好きじゃない。

けれど、この草間デザインにはやられました。それもこれも、直島に行ってなかったら目に留まることもなかったんだと思う。

直島をいつでも思い浮かべるために、という方便で購入。

写真にタ... 位置情報を... 編集

いいね！ · コメントする · 投稿のフォローをやめる · シェア · 編集

松永 松子さん、宋 珠憲さん、中西 康夫さん、他77人が「いいね！」と言っています。

他6件のコメントを表示

高畑 哲平 堀田さん> そうなんです。このシリーズが1番気に入ったんですねー。表がヴィトン、中が草間彌生のものはいかにもヴィトンだったのでやめました w
2012年10月20日 12:11 (携帯より) · いいね！

コメントする...

共有後の購買

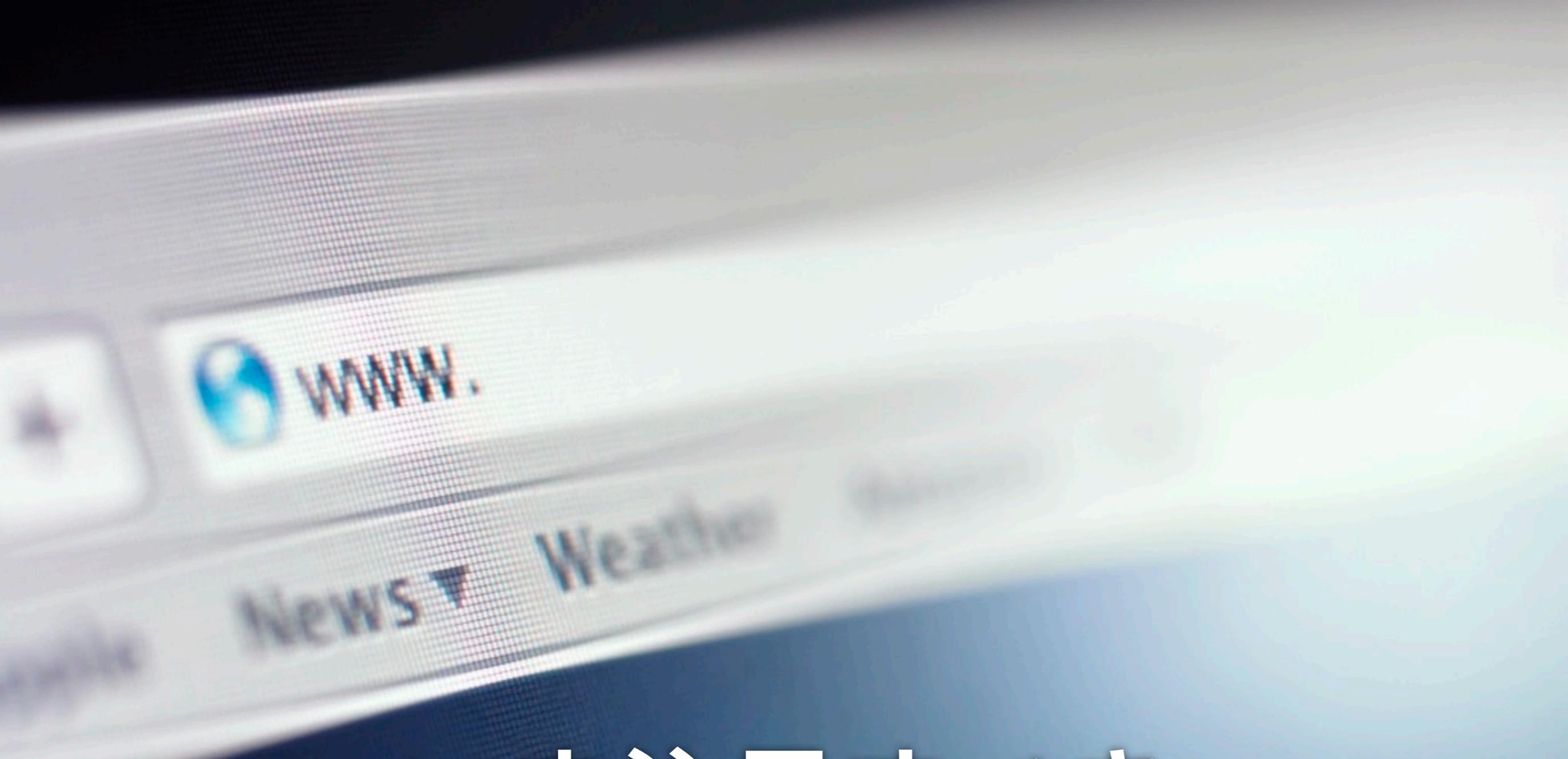


共有する

2名

生活にON/OFFの境目はない

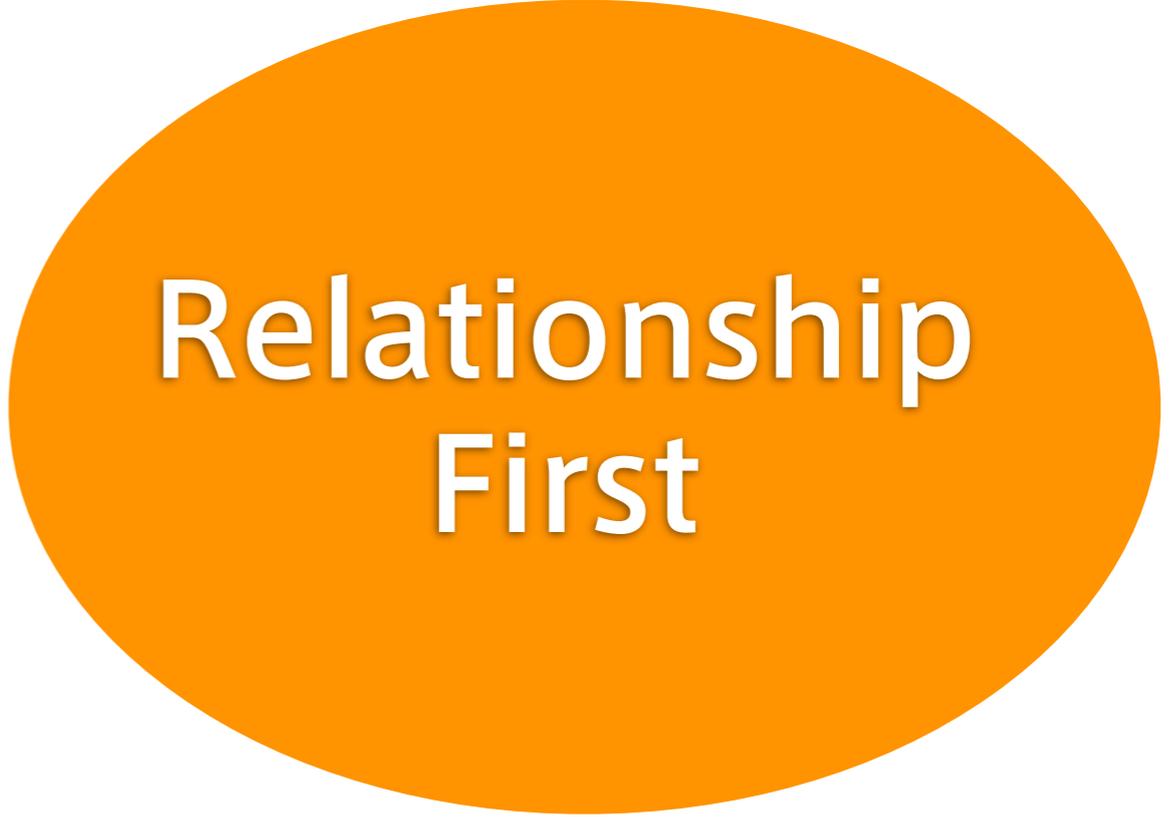




いま注目すべき
マーケティング手法とは？

A solid red oval shape.

**Acquisition
First**

A solid orange oval shape.

**Relationship
First**

Acquisition
First

検索連動型広告
アフィリエイト
バナー広告

今まで: 刈り取り主体の手法



リピーター < 初回購入者

Acquisition First

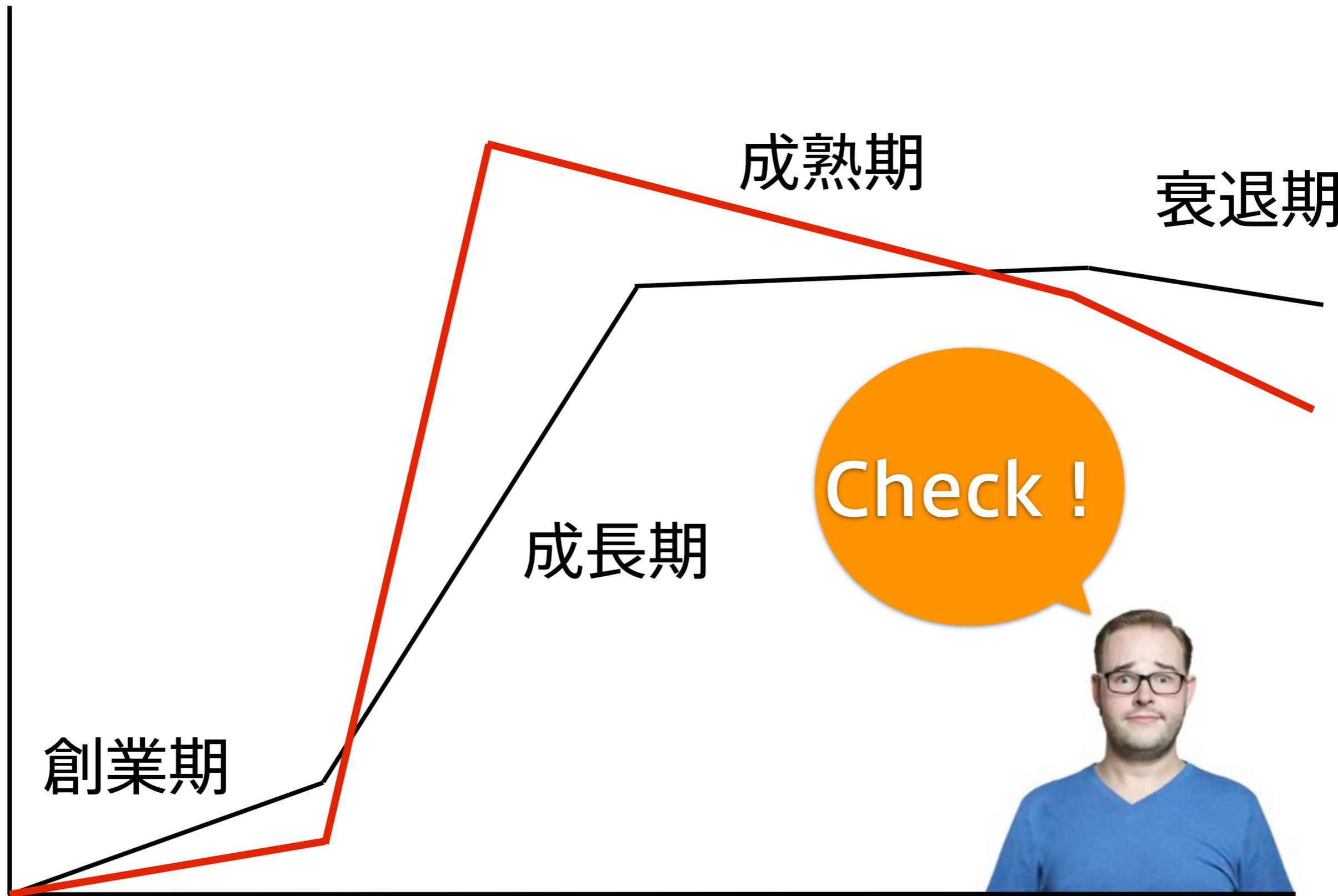
短期間で開始/終了
効果が見える
計算できる

投資が続く
スケールし辛い

事業の期を見る



殘顧客



成熟期

衰退期

成長期

Check !

創業期

時間經過

A solid red oval shape.

**Acquisition
First**

A solid orange oval shape.

**Relationship
First**

Relationship
First

コミュニティ育成
リピート購入
顧客体験を考える

ファン育成の手法

Relationship First

最適化

使う

感じる

判断する

共有する

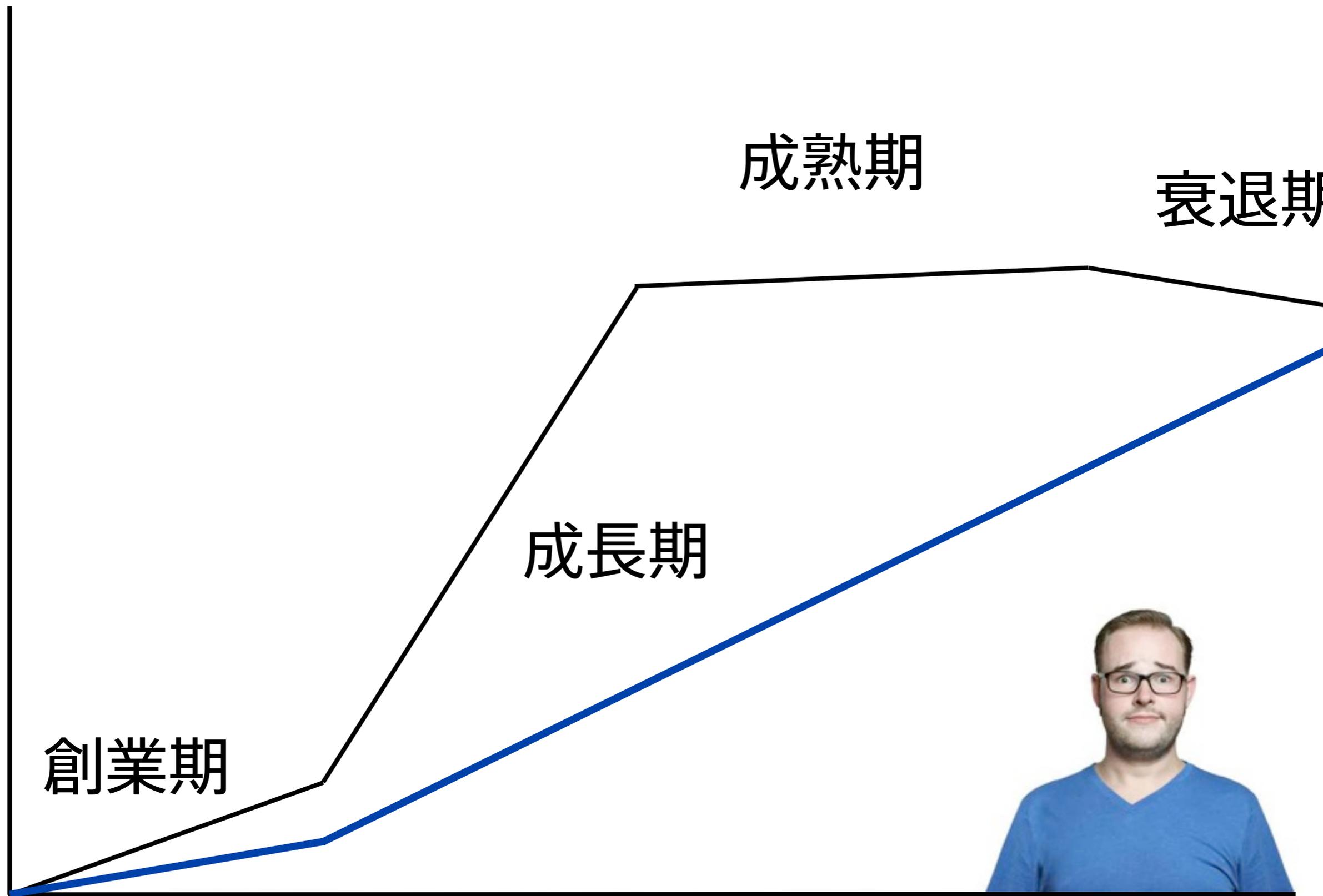
新規獲得

ユーザーからファンへ

即効性はないが息が長い



殘顧客



創業期

成長期

成熟期

衰退期



時間經過

どちらも重要

Acquisition
First

Relationship
First

まとめ



Web脳を捨てよう



ON/OFFの境目なし



ファンを作る

KDDI

KDDI Web Communications



facebook.com/teppeitakahata