

オロ、データドリブンなCRM促進により、 顧客LTVを最大化

データの利活用だけでなく、環境整備や収集から支援

デジタルマーケティングの戦略設計から実施・運用をワンストップで手掛ける株式会社オロ（本社：東京都目黒区 代表取締役社長：川田 篤 以下 オロ）は、CRM分野において、新たなサービス「CRM戦略策定サービス」「CRM運用サポートサービス」を開始したことをお知らせいたします。データドリブンなCRM促進により、顧客LTVの最大化を実現してまいります。

オロ、データドリブンなCRM促進により、
顧客LTVを最大化

データの利活用だけでなく、
環境整備や収集から支援

 oRo.com

マーケティングディレクター
森 秀格

【背景】

3rdパーティデータの収集規制により、2023年後半にはCookieレス時代が訪れます。個人の行動ログの取得・活用が難しくなる中、サービスの拡充を目指すデジタルマーケティングをプランニング・実行していくためには、1stパーティデータを活用し、CRM活動を徹底することが重要です。

一方で、マーケティングにデジタルデータを活用している企業は32.2%（※1）にのぼるものの、企業規模や産業を問わず約7割がデータ活用は「データの閲覧」と「集計」にとどまると回答（※1）しており、データ活用に関しては未だ改善の余地があるといえます。

オロでは「データを保有しているが活用できていない」「自社のデータ環境が整備されていない」等の課題を抱える企業に対して、データの収集・環境整備から伴走し、CRM促進を継続的に支援します。

※1 2020年3月 株式会社 情報通信総合研究所 「デジタルデータの経済的価値の計測と活用の現状に関する調査研究の請負報告書」

【サービス概要】

オロはさまざまな行動ログや顧客属性情報を活用した、データドリブンなCRM促進を実施。顧客LTVの最大化を図ります。

データ環境整備・データ収集支援

データ・ドリブンなCRMを実現する上では、既存顧客との関係性がデータ化されている環境が必須です。しかしながら、実際はデータ環境の整備されている企業は多くありません。多くの企業で、環境整備やデータ不足に関する課題を抱えています。オロでは、データ環境を把握・整理し、活用するデータ・活用方法の設計はもちろんのこと、データのほとんどない企業に対しても、必要なデータの精査や実際の収集方法・分析の方針からサポートいたします。

KPIを向上させる施策実施

顧客データ分析・仮説構築・施策実施・効果測定のサイクルを回し、効果的な施策を可視化。実施施策をセグメント・チャネル・訴求内容・インセンティブ内容等の構成要素に分解し、各組み合わせにおける施策効果を蓄積します。成功要因をノウハウ化することで、継続的にKPIを向上させます。

データ・アナリティクス

対象ユーザーを均質性の高いTEST/Control群に分割・施策実施し、リフトアップ効果を精緻に測定。顧客属性情報だけでなく行動ログを重視し、年齢や性別で区切ることができない行動動機を分析した上でコミュニケーションを行います。

オペレーション

運営マネジメントを効率化するために、データポータル等のBI、コミュニケーション環境やタスク管理環境を整理するツールを連携。各作業コストを低減し、効率の良い運営体制を実現します。また、オペレーションマニュアル作成により、円滑な自社運用のサポートも行います。



マーケティングディレクター

森 秀格

「1stパーティデータを持っているが、CRMで活用しきれていない。自社のデータは、あまりに整備されていないのでCRMを諦めている。など各社の置かれた状況は必ずしも理想的ではないです。弊社を活用することで、データマーケティングを次のステップへと進化させてみませんか？」

【株式会社オロについて】

デジタルトランスフォーメーション事業

企業のデジタル戦略プランニングおよび実行・推進支援：<https://dx.oro.com/>

マーケティングDX / エリアマーケティング / 国内プロモーション / 広報PR /

クリエイティブ / デジタル広告・インターネット広告

海外向けプロモーション支援：<https://www.oro.com/global/>



【本サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社オロ DX事業部 <https://dx.oro.com/contact/>

【報道に関するお問い合わせ先】

広報担当 齊藤 TEL：03 -5843 - 0836（直通） / E-Mail：oro_dx_pr@jp.oro.com