

ソリューションの概要： データドリブンなマーケティングの推進

マーケティング担当者とデータ・アナリストがセルフサービス型のセキュアで完全なデータ分析ソリューションを使用して事業成長を実現する方法

はじめに

[McKinsey](#)によると、「経験豊富なマーケティング担当者は、COVID-19後に高精度なマーケティングに注力するため、テクノロジーおよびデータ戦略を見直しています。マーケティング担当者は新しいデータを取得して新たな行動の関係を見出し、すばやく試すことで、わずかな成長機会をとらえて回復局面に入り、きわめて高いROIとレジリエンスを実現します」

マスコミュニケーションとプロモーションに戻るのではなく、新しいデータソースをすみやかに統合して最新のモデル化手法に更新できるマーケティング担当者は、新たに出現したトレンドや顧客行動の変化を突き止め、特定のグループに的を絞り、個別化したメッセージ、コンテンツ、製品を届けることができます。

この複雑な問題の鍵となるのがテクノロジーです。このため、「成功にはマーケティング分析スキルが不可欠である」という[Gartner](#)の指摘も驚くにはあたりません。

このソリューション概要では、マーケティング担当者とデータ・アナリストがオラクルのセルフサービス型データ分析ソリューションを使用することで、データ・ガバナンスとセキュリティを確保し、ITリソースを解放しながら、どのように事業成長を実現できるかについて解説します。

成長を後押しするリアルタイム・インサイト

ここからは、マーケティング・チームがオラクルのソリューションを利用することで、飛躍的にデータ分析プロセスを改善すると同時に顧客満足度と収益を向上されたお客様事例を考察しましょう。

[ベネフィット・ワン](#)は、日本国内にある約11,000の組織と900万人の個人を対象に会員制サービスを提供しています。ベネフィット・ワンの製品マーケティング部門では、スタンドアロン・ツールを使用したデータ集計で会員の傾向に関するデータを抽出してから、スプレッドシートを使用して手作業でデータを集計および分析していました。同社は[Oracle Autonomous Database for analytics and data warehousing](#)と[Oracle Analytics Cloud](#)を使用することで、膨大なデータセットの処理を完全に自動化し、人手によるデータ抽出を解消することができました。レポート生成にかかる時間は90 %削減されました。ベネフィット・ワンは毎日のレポートを通じて、会員が使用するサービスの変化をリアルタイムで把握できるようになりました。最新のデータを使用できるため、すぐに新たな販促活動を展開するなど、より効果的なマーケティング・プランを生み出すことができました。ベネフィット・ワンのプロダクトマーケティング部データ・マネジメント・グループ長の松崎雅美氏は次のようにコメントしています。「Oracle Autonomous Databaseにより生産性が驚異的に上がりましたが、予想外だったのはIT経験のまったくない事業部門の責任者にも非常に役立ったことです」

メキシコ最大の独立系広告代理店である[Besos](#)は、中南米全体で顧客にサービスを提供しています。BesosがOracle Autonomous Databaseを選んだのは、すべてのデータソースを統合し、これまでにないクリエイティブなインサイトを獲得するためです。同社は23のオンライン・ソースとさまざまなオフライン・ソースから取得したデータを一元化し、100のソースに及ぶデータ・レイクを構築しました。別のクラウド・プロバイダを使用していた頃、Besosのアナリストはレポート作成のためのデータ抽出に何時間も費やしていました。Oracleソリューションの自動化機能によって作業が75 %削減されたため、時間のできたアナリストはより生産的な活動に時間を使い、ハイパーセグメンテーションや予測インサイトを可能にするデータ・モデルに取り組むことができました。Besosの概算によると、対象を細かく絞った広告により顧客獲得効率が上がったため、ある顧客はメディア・コストを67 %削減できました。さらに、同社は新規顧客による収益を20 %、既存顧客による収益を10 %拡大することができました。

[Smartclip](#)は、ニュース・サイト、ブログ、ソーシャル・プラットフォーム、スマートTVなどのプラットフォームを使用して、デジタル広告を計画、制作、ターゲティング、分析する顧客を支援しています。Smartclipは、キャンペーンによる実績などのデータを多種多様でサイロ化したプラットフォームに保管していたため、その分析は容易ではありませんでした。また、スプレッドシートを使用した作業は時間がかかり、信頼できる情報源が複数になるおそれがありました。Smartclipが採用したOracleソリューションにより、20種類以上の異なるソースからOracle Autonomous Database for analytics and data warehousingにデータを集約できたため、信頼できる唯一の情報源を中心としたセキュアなコラボレーションを促進できました。以前は5つの領域で収益性を確認していましたが、今では700の製品ライン別に分類しています。更新が週次から日次になり、すべての広告キャンペーンに関するレポートは約15分で作成できるので、キャンペーンの最適化に向けた同社の対応はさらに迅速になりました。このソリューションは、Smartclipのアナリストをスプレッドシートでの手作業から解放しただけでなく、これまでにないセルフサービス型分析の道を開きました。ビジネス・ユーザーによるデータおよびインサイトへのアクセス、準備、コラボレーション、分析、共有が可能になったため、顧客サービスのスピードが大幅に上がりました。「私たちの子どもたちは携帯電話のない暮らしがどんなものかを知りません。携帯電話が最高だと思っているので、それ以外は想像できないのです。私もAutonomous Databaseに対して同じ思いを抱いています。そう感じる人は将来もっと増えるでしょう」SmartClipのビジネスおよびコンペティティブ・インテリジェンスの責任者であるAlexys Urvoy氏はこう述べています。

[Halldis](#)は、イタリアの主要観光都市とロンドン、パリ、ブリュッセルで旅行者に宿泊施設を提供しています。同社はOracle Autonomous Database for analytics and data warehousingとOracle Analyticsを使用して、物件レコメンドエンジン・エンジンを自動化することができました。販売/マーケティング・チームが宿泊客に合わせた施設を提供し、広告に関する決定を進めて、レポート予約を増やせるように、同社は機械学習を利用しています。「弊社にはIT部門がないので、Oracle Autonomous DatabaseとOracle Analyticsを使用してすべてのデータを管理し、アルゴリズムを実行し、販売/財務スタッフが顧客に適した部屋を選択できるようにサポートしています」Halldisのイノベーションおよび収益責任者のFrancesco Larlori氏はこう述べています。

米国全域に広がる10万か所以上の給油所のうち、約65%がローカル・グループの寄せ集めによる独立運営です。[Drop Tank](#)は、これらの給油所をまとめることで、大手石油ブランドと独立オーナーの両方に優れたロイヤルティ・プログラムを提供しています。Drop Tankは、Autonomous Database for analytics and data warehousingとOracle Analytics Cloudを使用して、店頭での給油データとコンビニエンスストア内の包装食品販売データを毎日分析しています。顧客セグメンテーションと予測モデルを通じて、ターゲティング・プロモーションを作成し、マーケティング・キャンペーンの効果を測定しています。オラクルのデータ・プラットフォームにより、Drop Tankは短期間で市場投入して拡大できるだけでなく、プロビジョニング、チューニング、セキュリティ保護、パッチ適用などのデータベース管理作業を解消することができます。同社は急成長を支えるため、データベース管理者を増やすのではなく、データ・サイエンティストを配置します。これにより、以前なら数週間から数か月かかっていたマーケティング・キャンペーンを数日間で試すことができます。

その他のお客事例を[見る](#)

セルフサービス型のセキュアで完全なデータ分析ソリューション

オラクルが提供するセルフサービス型のセキュアで完全なデータ分析ソリューションにより、マーケティング・チームは、すばやい意思決定に必要な信頼できるデータドリブンな詳細インサイトを速やかに取得できます。

事業部門とIT部門両方のニーズを満たす、管理されたセキュアなセルフサービス型ソリューション

セルフサービス型ソリューションにより、マーケティング・チームのメンバーは独自にデータをロードして変換し、ビジネス・モデルを構築し、機械学習を利用したインサイトを自動的に取得できます。管理されたセキュアなソリューションでリスクを削減できるだけでなく、ITチームは、シンプルで信頼できる繰返し可能なアプローチを利用して、マーケティング・チームからのデータ分析要求すべてに対応できます。

自動化による、ほかにはない業務の簡素化と生産性の向上

Autonomous Databaseは、データウェアハウスのプロビジョニング、構成、セキュリティ保護、パッチ適用、バックアップ、パフォーマンス・チューニング、修復をインテリジェントな方法で自動化します。これにより管理者の作業が最大90%削減され、マーケティング・チームが独自に運用できるようになるので、ITチームの貴重なリソースを解放できます。

包括的な組み込みツール・スイートによるオールインワン・ソリューション

マーケティング担当者は、さまざまなソースに異なる形式で格納されたすべての必要なデータを1つのコンバインド・データベースにすばやく集約し、信頼できる唯一の情報源を中心としたセキュアなコラボレーションを推進することができます。アナリストはグラフや空間分析を使用し、機械学習モデルを構築して、ノーコード/ローコードの組み込みツールを使用して自分で新規アプリケーションを作成できます。追加で購入、インストール、統合するものは何もありません。

柔軟な自動スケーリングによる一貫した高パフォーマンスとコスト削減

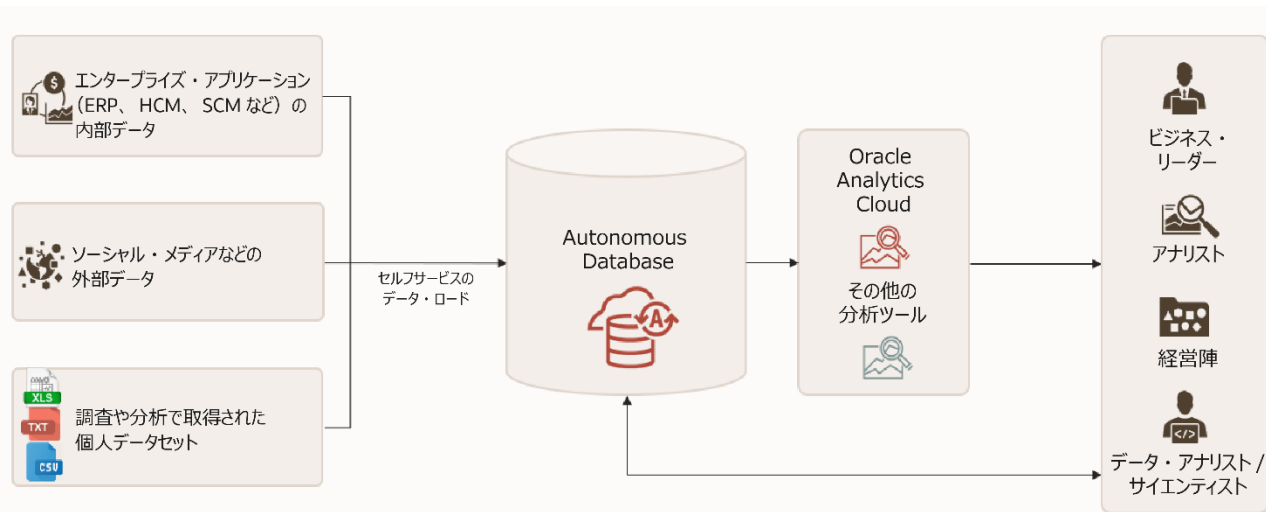
同時ユーザーが何人いようと、ピーク時を含めて常に高い問合せパフォーマンスを実現します。その他のクラウド・サービスとは異なり、Autonomous Databaseはサービスの実行を継続したままですケーリングし、自動的なスケーリングによりパフォーマンスを維持できます。反対に、アクティビティの少ない期間中はコンピューティング・リソースを減らすか停止して、顧客のコストを削減できます。これらはすべてITによる介入なしに、最小限の介入で実現できます。

「たとえるなら、エンタープライズ・クラウド・データウェアハウス領域のiOSです」

Moor Insights & Strategy、創設者/プレジデント兼首席アナリスト
Patrick Moorhead氏

アーキテクチャとサービス内容

以下にソリューション・アーキテクチャを示します。



[Autonomous Database for analytics and data warehousing](#)には、さまざまなソースと形式のデータをすべて集約できます。唯一の完全に自律的なセルフサービス型クラウド・データウェアハウスとして、包括的な組み込みツールのスイートをマーケティング・チームに提供します。

- データ・ツールでは、セルフサービス型のドラッグ・アンド・ドロップ操作でデータをロードして変換し、ビジネス・モデルを作成できます。マーケティング・アナリストが機械学習アルゴリズムを用いて、コーディングなしで自動的にインサイトを発見できるので、時間と手間を大幅に削減できます。
- 組み込みグラフ分析では、アナリストがデータ・エンティティ間の関係とつながりを可視化できます。たとえば、ユーザー間のつながりを即座に表示してインフルエンサーを識別し、ソーシャル・メディア上のコミュニティを構築し、あらゆる角度から顧客を把握することができます。
- 組み込みの空間分析を使用すると、「位置情報に基づくプッシュ通知の成果はどうだったか」、「特定の社会人口学的特性に一致する顧客はどこにいるか」などのマーケティング関連の質問にすばやく回答できます。

- マーケティング・アナリストは、ビジネス・ユーザー向けのノーコード・インタフェースを使用して機械学習モデルを構築することで、特定の製品を購入する傾向が最も高い顧客、顧客離れを減らすための対策、パターンに基づく最適なリード・スコアリングなどの、高い可能性が見込まれる結果を予測できます。
- ノーコードの組み込み型Oracle APEX開発プラットフォームでは、マーケティング・チームが、非定型のニーズやCXアプリケーション対象外のギャップ/プロセスに対応するアプリケーションをすばやく開発できるので、ITプロジェクトの順番を待つ必要はありません。このようなアプリケーションには、誰でも更新できる世界各地のマーケティング・アクティビティ・カレンダーや、すべてのリージョンから投稿できる成功事例のハブ・プラットフォーム、マーケティング・ポータルなどがあります。

Autonomous Databaseに接続される[Oracle Analytics Cloud](#)は、AIを活用したセルフサービスの最新分析機能を通じて、ビジネス・ユーザーや経営陣が、データの準備、視覚化、企業レポート作成、拡張分析、自然言語処理/生成を実行できるようにします。また、Autonomous Databaseは、Tableau、Looker、Microsoft Power BIを含む[すべての一般的な分析ツールで動作保証されている](#)ので、顧客は好みのツールを自由に選択できます。

「データ・アナリスト、市民データ・サイエンティスト、ビジネス・ユーザーが、セルフサービス型のツールを使用して各自のデータセットを作成し、分析できるようにすることが、ITボトルネックを防ぎ、大幅な生産性の向上を実現します」

Omdia、チーフ・アナリスト
Bradley Shimmin氏

データドリブなマーケティングの結果をすぐに改善

40 %以上のマーケティング担当者およびアナリストが、レポート用データを手作業で集計する時間と労力に苦労しており、約70 %が、すべてのデータソースの統合をデータ関連の最優先事項とみなしています。Autonomous Databaseを利用したオラクルの完全なセルフサービス型データ分析ソリューションがあれば、マーケティング・チームはすべてのデータソースを統合して信頼できる唯一の情報源を確立し、効果の高いマーケティング・プランを設計するためのモデリングとデータ分析に集中できます。オラクルのソリューションを利用することで、ITチームは、マーケティング・チームからのデータ分析要求のすべてに、シンプルで信頼できる繰返し可能なアプローチを適用できます。これにより、多大な時間と労力を節約できると同時にデータ・ガバナンスとセキュリティを確保できます。

[詳細を確認して、さっそく始めましょう。](#)

Connect with us

+1.800.ORACLE1までご連絡いただくか、[oracle.com](#)をご覧ください。北米以外の地域では、[oracle.com/contact](#)で最寄りの営業所をご確認いただけます。

 [blogs.oracle.com](#)

 [facebook.com/oracle](#)

 [twitter.com/oracle](#)

Copyright © 2022, Oracle and/or its affiliates. All rights reserved. 本文書は情報提供のみを目的として提供されており、ここに記載されている内容は予告なく変更されることがあります。本文書は、その内容に誤りがないことを保証するものではなく、また、口頭による明示的保証や法律による黙示的保証を含め、商品性ないし特定目的適合性に関する黙示的保証および条件などいかなる保証および条件も提供するものではありません。オラクルは本文書に関するいかなる法的責任も明確に否認し、本文書によって直接的または間接的に確立される契約義務はないものとします。本文書はオラクルの書面による許可を前もって得ることなく、いかなる目的のためにも、電子または印刷を含むいかなる形式や手段によっても再作成または送信することはできません。

本デバイスは、連邦通信委員会のルールに基づいた認可を未取得です。認可を受けるまでは、このデバイスの販売またはリースを提案することも、このデバイスを販売またはリースすることもありません。

OracleおよびJavaはOracleおよびその子会社、関連会社の登録商標です。その他の名称はそれぞれの会社の商標です。

IntelおよびIntel XeonはIntel Corporationの商標または登録商標です。すべてのSPARC商標はライセンスに基づいて使用されるSPARC International, Inc.の商標または登録商標です。AMD、Opteron、AMDロゴおよびAMD Opteronロゴは、Advanced Micro Devicesの商標または登録商標です。UNIXは、The Open Groupの登録商標です。0120

免責事項：データシートにこの免責事項の記載が必要かどうか分からない場合は、収益認識方針を参照してください。本書の内容と免責事項の要件についてさらに質問がある場合は、[REVREC_US@oracle.com](#)宛てに電子メールでご連絡ください。