

2020年9月2日

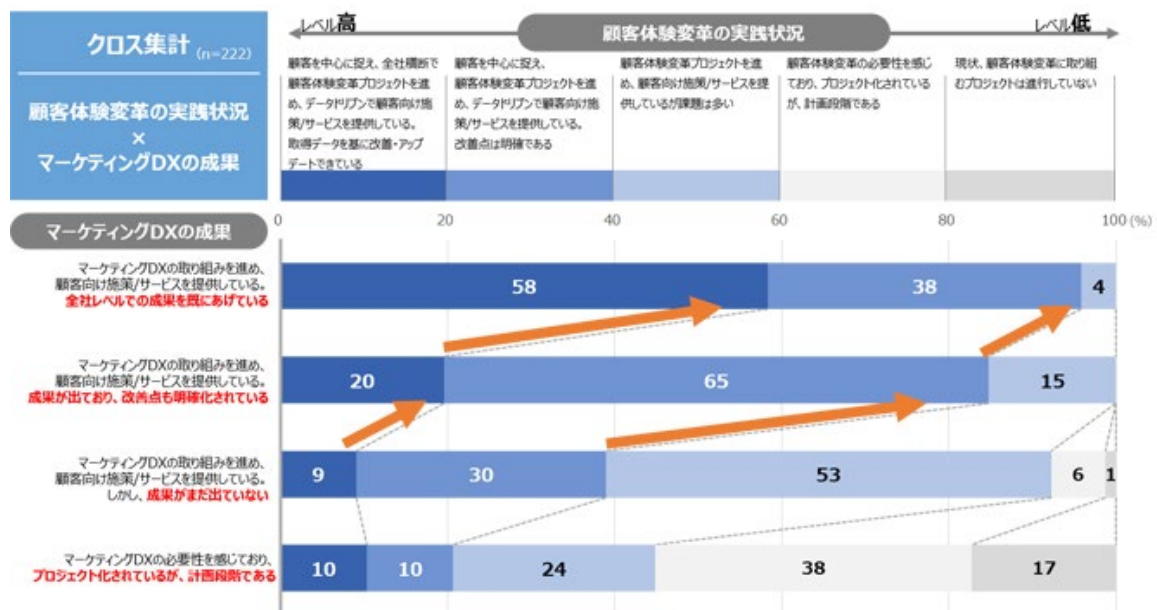
株式会社電通デジタル

「Dentsu Digital Transformation 診断」を提供開始 —診断結果に基づき、 生活者を中心としたマーケティング DX の推進・加速化を支援—

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：川上 宗一）と株式会社電通（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：五十嵐 博）は、「Dentsu Digital Transformation 診断^{※1}」のサービス提供を9月から開始します。デジタルトランスフォーメーション^{※2}（以下、「DX」）を推進する企業に対し、事業全体のDX課題を抽出・数値化。市場内での自社の相対的なポジションを把握して、マーケティングDX^{※3}課題に沿ったソリューションを診断結果に基づき提案し、推進を加速化・支援します。

昨今デジタル化が進む社会において、企業のDX推進は加速しています。しかし、DXのカバーする領域は非常に広く、多くの企業が優先して取り掛かる領域が分からないなどの課題を抱えているという実態があります。電通が実施した独自の調査「マーケティングDX調査2020^{※4}」では、生活者を中心に捉えデータドリブンで顧客体験を提供・アップデートしている企業、つまり、生活者中心のマーケティングDXを推進している企業が成果を上げている傾向があることが判明しました。

図1：顧客体験変革の実践状況と成果に関する調査結果



電通デジタルおよび電通はこの調査結果に着目。企業のマーケティングDXにおける課題を可視化し、自社が取り組むべきアジェンダは何か、どう解決していくのかを明らかにすることを目

的に本診断サービスを開発しました。このサービスでは、4領域（①顧客体験、②システム、③データ・人材、④組織・業務）の各種ヒアリングを通じて、3視点（ビジョン、顧客志向性、DX進捗度）において偏差値化をし、DX課題と生活者インサイトを結び付ける形で、マーケティングDXの具体的な課題解決ソリューションを提案していきます。

図2：電通デジタル・電通が考えるマーケティングDX領域

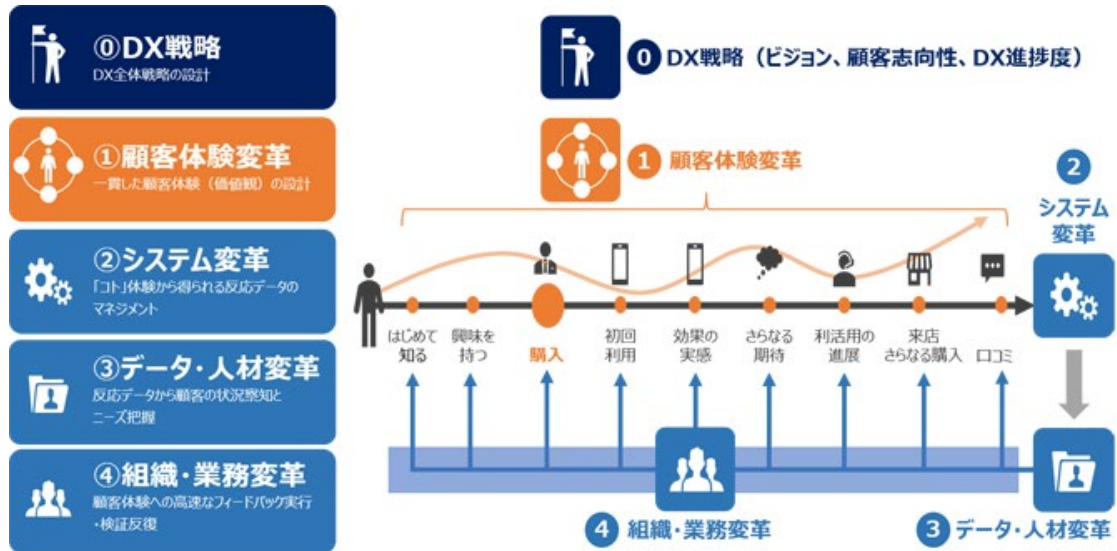


図3：Dentsu Digital Transformation 診断項目（一部）

<p>① DX戦略</p>	<p>DX戦略（ビジョン、顧客志向性、進捗度）</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ DXの先のありか姿は何か？顧客体験変革の必要性の認識はどの程度か？ ☑ マーケティングDXの取り組み状況は、理想状態と比べて、どのような状況か？ など
<p>① 顧客体験変革</p>	<p>一貫した顧客体験（世界観）の設計</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 生活者の生活の中で寄り添い、新たな体験価値を提供できているか？ ☑ 生活者自らがデータを提供するような信頼関係を構築できているか？ など
<p>② システム変革</p>	<p>「コト」体験から得られる顧客の反応・行動データのマネジメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 生活者の生活の中で生成されるデータを取得する仕組みはあるか？ ☑ 提供する一貫した顧客体験に対する顧客満足度を取得する仕組みはあるか？ など
<p>③ データ・人材変革</p>	<p>様々な取得データから顧客の状況察知とニーズの把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ データから顧客の状況察知やニーズ把握ができる仕組みと人材はあるか？ ☑ データから得られた示唆から意思決定ができる文化が形成されているか？ など
<p>④ 組織・業務変革</p>	<p>顧客体験への高速なフィードバック実行と検証の反復</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ 示唆を施策に転換し、高速に実行と検証を反復する業務プロセスか？ ☑ 企業のバリューチェーンの幅広い組織にフィードバックできているか？ など

電通デジタルおよび電通はこれまで、企業のソリューションパートナーとして生活者のインサイトを捉え、企業の課題解決に取り組んできました。この知見を生かし、今後もDX領域において顧客企業と生活者のインサイトを結びつけたソリューションを提供し、より多くの企業のマーケティングDX推進を支援してまいります。

※ご参考：Dentsu Digital Transformation 診断イメージ

図 4：診断項目詳細例

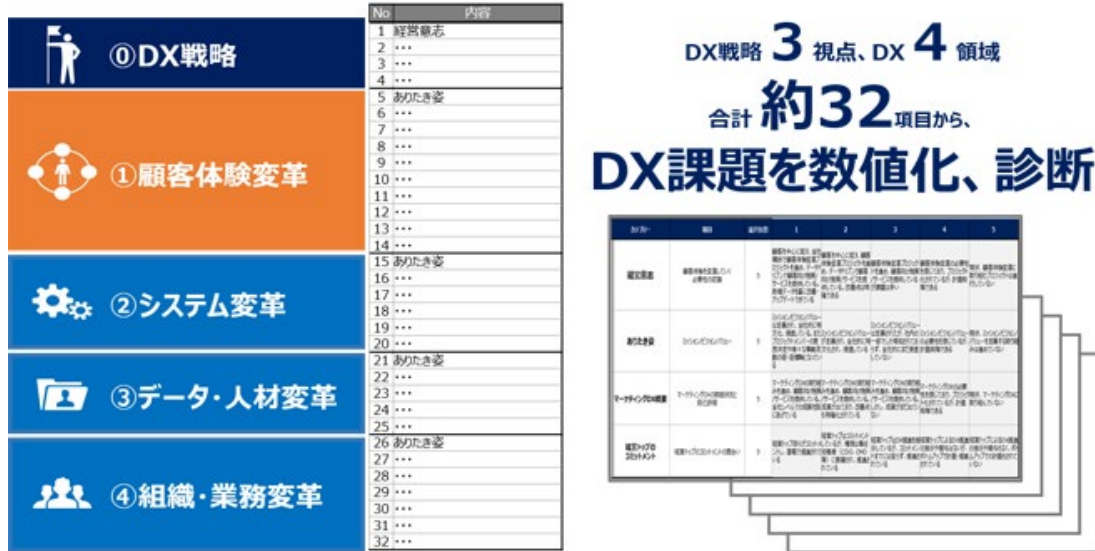
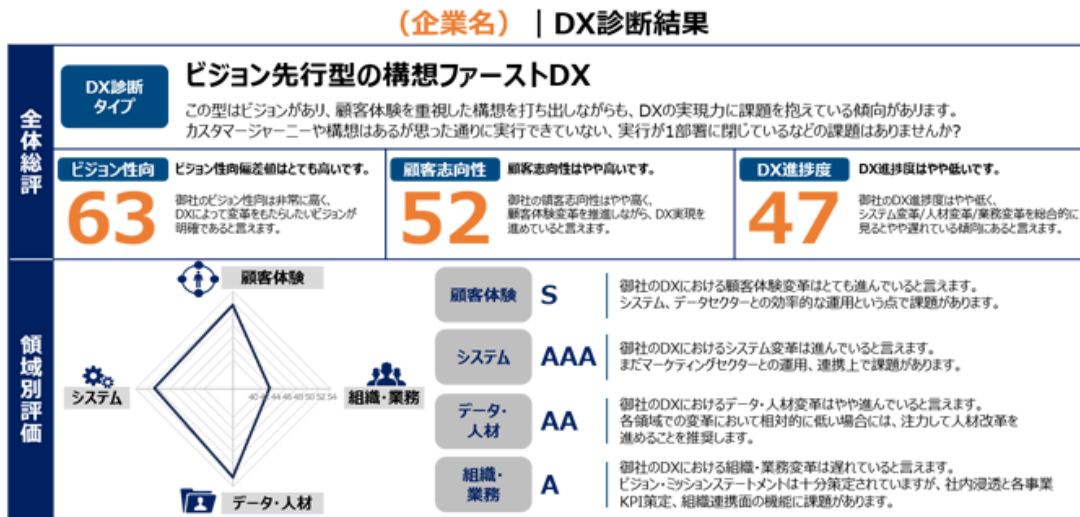


図 5：診断結果報告レポート例



※1：「Dentsu Digital Transformation 診断」サービスは 2020 年 12 月 31 日（予定）まで無償で提供します。

※2：ここでの DX とは、「デジタルを活用して、ビジネスモデル/マーケティングプロセス/組織を変革し、競争上の優位性を確立する活動」を指します。（デジタルとは、デジタルデバイス〈装置〉やデジタルテクノロジー〈技術〉、システム、デジタルメディア、デジタルデータを総称しています）

※3：マーケティング DX とは、「生活者を中心に捉え、デジタルを活用した新たな顧客体験の創造を通じた事業・マーケティング活動の変革」を指します。（デジタルとは、デジタルデバイス〈装置〉やデジタルテクノロジー〈技術〉、システム、デジタルメディア、デジタルデータを総称しています）

※4：マーケティング DX 調査 2020 調査概要

調査主体：株式会社電通

調査機関：株式会社日経 BP コンサルティング

調査時期：2020年5月18日～5月22日

調査対象：従業員500人以上の国内企業所属者の経営者、役員クラス、本部長（部門長）／事業・事業企画部長クラス、部長／部長補佐クラス

調査サンプル：222サンプル（全体810サンプルより抽出）

主な調査項目：自社のマーケティングDXの領域と把握状況、マーケティングDX推進における自身のミッションや役割・担当領域、顧客体験変革の必要性認識、ミッション/ビジョン/バリューの定義状況、マーケティングDXの取り組み状況 など

以上

【株式会社電通デジタルについて】 <https://www.dentsudigital.co.jp/>

電通デジタルは、2016年7月に国内電通グループのデジタルマーケティング専門会社として設立しました。デジタルマーケティングの全領域に対して、「コンサルティング」、「開発・実装」、「運用・実行」の機能を持ち、統合的で最先端のマーケティングサービスを提供しています。テクノロジーやデータ、クリエイティブなど各領域のプロフェッショナルが、電通グループ各社との連携によりシナジーを創出し、クライアントの事業成長パートナーとしてビジネスの成功に貢献します。

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

竜野・長尾 TEL：03-6217-6036

Email：press@dentsudigital.co.jp

【本事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル ビジネストラנסフォーメーション部門

魚住・阿部・三浦

Email：info.dx@dentsudigital.co.jp