

データとテクノロジー、人間の経験が共存するマーケティング5.0時代における顧客体験の最大化

## 01 マーケティング戦略策定支援

データに基づくマーケティングを実施するため、目的設定から定着化までを支援

データ蓄積

データ分析

データ利活用

## 02 顧客データ基盤構築

- NTTドコモの会員基盤
- お客さま保有データ
- その他データ

## 03 顧客/市場の分析

- 来訪者の動態把握
- 購買データの可視化
- パネル調査/N1分析/NPS
- 施策効果測定
- 打ち手の明確化



## 04 顧客接点の高度化(実行)

- 広告・プロモーション最適化
- 顧客レコメンド強化
- コンタクトセンタ高度化
- 営業組織能力向上 等

BtoB/BtoCセールス・マーケティング領域におけるドコモグループの実績と最新のテクノロジー