



【米国リリース抄訳】

※当資料は、2015年1月13日に米国で発表されたニュースリリースの抄訳版です。

News Release

2015年3月23日

株式会社セールスフォース・ドットコム

セールスフォース・ドットコム、「2015 State of Marketing」レポートを発表 世界のマーケティング担当者にとっての最優先項目が明らかに

世界シェアトップ*のCRMプラットフォームを提供する米国セールスフォース・ドットコム(日本法人: 株式会社セールスフォース・ドットコム、本社: 東京都千代田区、代表取締役会長兼 CEO: 小出伸一)は本日、「2015 State of Marketing」(2015年マーケティング概況)レポートを配信しました。世界5,000名以上のマーケティング担当者を対象に実施された、今年で2回目となる年間レポートの結果から、一貫したカスタマージャーニー環境を構築するために、マーケティング担当者はソーシャルメディア広告やソーシャルメディアマーケティング、位置情報ベースのモバイルトラッキング、モバイルアプリ、メールマーケティング等への投資額を増やすつもりであることが明らかになりました。さらに、2015年のマーケティング予算を増やすか昨年と同レベルに維持する予定であるとした回答者は全体の84%に上り、中でも優先度が高い項目としてソーシャルおよびモバイルマーケティングがトップに挙げられています。「Salesforce Marketing Cloud 2015 State of Marketing」レポートは<https://www.salesforce.com/jp/form/offer/state-of-marketing-2015.jsp>からダウンロードできます。

「2015 State of Marketing」レポートで明らかになったこと

いまやビジネスの成功にとってカスタマージャーニーは不可欠な要素になっており、キャンペーンに重点を置いた従来のマーケティングから、パーソナライズしたOne-to-Oneのカスタマージャーニーへの大規模なシフトが進みつつあります。先頃セールスフォース・ドットコムとLinkedIn社が実施した調査では、幹部マーケターの86%が、すべてのタッチポイントとチャネルを通じて一貫したカスタマージャーニー環境を確立することが最も重要であると回答しています。今回の「2015 State of Marketing」レポートにおいて、一貫したカスタマージャーニー環境を確立する上で最も効果的なテクノロジーとして回答者が挙げたのは、モバイルアプリケーション、マーケティング分析、CRM(顧客関係管理)ツールでした。

ソーシャルメディア向けの予算は、他のすべてのデジタルマーケティング・チャネルを上回る勢いで急成長しています。ソーシャルメディアに対するマーケティング担当者の捉え方も大きく変化しており、自社の製品やサービスを実現する重要な要因としてソーシャルメディアを捉えているマーケティング担当者の割合は、2014年が25%であったのに対し、今回は64%となっています。ソーシャルメディア広告への支出を増やすと回答したマーケティング担当者は全体の70%でした。

マーケティング担当者はマーケティング戦略全体を通じてモバイルの統合を進めており、モバイルデバイスを通じた顧客とのOne-to-Oneコミュニケーションの確立に集中するようになってきました。今回のレポートでマーケティング戦略全体にモバイルを統合したと回答したマーケティング担当者は68%に上り、昨年の48%から大幅に増加しています。またモバイルのプッシュ通知への投資額を増やす予定であるとしたマーケティング担当者の割合も、前年比32%増の65%となっています。社内にモバイルマーケティング専任のチームがあると回答した割合は、昨年の35%から58%に増加しています。

デジタルマーケティング・エンジンとして主役の座にあるのはメールで、マーケティング担当者全体の 73%がメールは自社にとって重要な役割を果たしていると回答し、92%がメールは優れた ROI (費用対効果、投資利益率)を生み出すと回答しています。メールマーケティングの成果を測定するために使用している指標として、クリックスルーレートを挙げた回答者は 47%、コンバージョンレートを挙げた回答者は 43%でした。

本ニュースに関するコメント

セールスフォース・ドットコム の Salesforce Marketing Cloud 担当 CEO、スコット・マッコークル (Scott McCorkle) は次のように述べています。

「マーケティングの未来、それは営業、サービス、マーケティングのすべてのコミュニケーションを通じて一貫性を持ったカスタマージャーニー環境を構築するところにあります。企業が顧客である個々のユーザとつながり、その行動や趣向に合わせてパーソナライズしたカスタマージャーニー環境を確立することが、今ほど重要なときはありません。当社の 2015 State of Marketing レポートの結果から、2015 年は企業がこれらの点と点をつなぎ、真のマルチチャネル・アプローチを通じて個々のカスタマーエンゲージメントのパーソナライゼーションを実現する年になるでしょう。」

その他の情報

- Marketing Cloud の詳細は <http://www.salesforce.com/jp/marketing-cloud/overview/> でご覧いただけます。
- Twitter: @SalesforceJapan、@marketingcloud
- Facebook: https://www.facebook.com/MarketingCloud_ & www.facebook.com/SalesforceJapan

セールスフォース・ドットコムについて

セールスフォースは、カスタマーサクセスプラットフォームおよび世界シェアトップ*のCRM(顧客関係管理)を提供し、企業が顧客と新しい形でつながることを支援します。詳細は、<http://www.salesforce.com/jp/> をご覧ください。

本リリースおよび他のリリースや発表などで言及している今後提供予定のサービスや機能は、現在のところ利用できません。サービスおよび機能の提供開始日は事前の予告なく延期または中止される可能性があります。[セールスフォース・ドットコム](#)のアプリケーションを購入する場合は、現在利用可能な機能を基に、購入の意思決定を行うものとします。セールスフォース・ドットコムは、本社をサンフランシスコに置き、ヨーロッパならびにアジアでも事業を展開しています。同社は、ニューヨーク証券取引所に 上場しており、ティッカーシンボルCRMで取引されています。

* 2013 年の CRM ソフトウェア世界市場におけるシェア 1 位 (Gartner が 2014 年 4 月に発表したレポート「Market Share Analysis: Customer Relationship Management Software, Worldwide, 2013」より)

【 本件に関するお問合せ先 】

■報道関係の方のお問い合わせ先

株式会社旭エージェンシー

担当 三橋・藪中・高木

TEL: 03-5574-7837 E-mail: sfdcpr@asahi-ag.co.jp