

報道関係各位

2023年5月23日
SAS Institute Japan株式会社

SAS、顧客データ・プラットフォームに改革をもたらす データの保管場所を制御：顧客エンゲージメントとデータ・アクティベーションの高速化で 市場展開までの時間を短縮

アナリティクスのリーディング・カンパニーであるSAS Institute Inc.(以下 SAS)は、この度、強化された [SAS® Customer Intelligence 360](#)を発表しました。従来型の顧客データ・プラットフォーム(CDP)やマーケティング・クラウドは、マーケティング担当者の負担を軽減してきました。しかし、CDPやマーケティング・クラウドにも多くの課題はあります。その最たるものは、すべてのデータをCDPやマーケティング・クラウドに移動させ、利用を可能にしなければならないことです。SAS Customer Intelligence 360は、クラウド・データソースへの包括的なアクセスをマーケティング担当者に提供し、不必要、高コスト、高リスクなデータ移動を回避できるようにします。

この機能強化により、顧客エンゲージメントと多様なソースのデータ活用がシンプルに、万全な管理下で実現できるようになり、市場展開までの時間も短縮されます。

IDCのエンタープライズ・マーケティング・テクノロジー分析担当リサーチ・ディレクターであるゲリー・マレイ(Gerry Murray)氏は、次のように述べています。「変化の速い今日のデジタル世界では、革新的なブランドは、データに基づいた素早く効果的な意思決定を実現するために、データ収集と分析の迅速化に重点を置いています。しかし、そこにはデータ移動と計算コストという課題があり、多くのブランドは、データに基づく意思決定を企業規模で行うためのコストと複雑性は莫大であると感じています。この度SASが提供を開始したのは、大規模なデータ移動の排除と今までより効率的な計算アルゴリズムです。これにより、膨大なデータセットをCDPやマーケティング・クラウドに移動する必要がなくなり、コストは削減され、プライバシーの制御は強化され、従来より迅速かつ効果的な意思決定が可能となるため、収益向上も期待されるでしょう」

SAS Customer Intelligence 360の主な新機能は、次のとおりです。

シンプル

- シンプルで直感的なユーザー・インターフェイスにより、マーケティング担当者は顧客の定義と関連する顧客属性を簡単に設定できます。それをSAS Customer Intelligence 360に移動すれば、パーソナライズとデータ活用をすぐに開始できます。IT部門の支援も必要ありません。もちろん、SQLや高度な分析スキルも不要です。
- 自社のデータソースをシームレスに統合し、それらすべての内容を活用すれば、すべての顧客とのコミュニケーションは間違いなく最新のデータに基づくようになり、マーケティング効果と成果の向上が可能になります。

スピード

- クラウドベースのデータソースから選択したデータをSAS Customer Intelligence 360に移動するために、IT部門の支援は不要です。そのため、想定される顧客行動に対応した市場展開戦略の実現も短期間で行えます。クラウドベース・データソースのデータをSAS Customer Intelligence 360内で直接活用できるため、組み込まれている顧客データ・プラットフォーム機能のメリットも活用可能となり、マーケティング担当者は顧客毎にカスタマイズされたエクスペリエンスを迅速かつ効率的に生み出すことができます。
- SAS Customer Intelligence 360が収集するデジタル・データは、クラウドベース・データソースにリアルタイムにストリーミングされ、既存の顧客データと統合されるため、マーケティング等の部門でリアルタイムの分析、可視化、利用が可能になります。このデータには、ページや画面の閲覧、フィールドでの対話、ユーザー定義のデジタル・イベントといったデジタル情報として把握される顧客行動から読み取れる詳細な顧客情報を含んでおり、SAS Customer Intelligence 360が可能にする既知のコンタクト情報と匿名でのアクセスや接触をリンクさせたり、オンラインおよびオフライン・データを同期させたりすることで得られる、IDレゾリューションの結果が含まれます。

コントロール

- 従来型のCDPとは異なり、データをマーケティング・クラウドやCDPに移動する必要がありません。マーケティング担当者は、必要な時に活用したいデータだけを取り出せます。これにより、企業は既存のデータ・インフラストラクチャを活かしたままデータ活用を進められるため、データ移動のコストを削減できます。
- SAS Customer Intelligence 360には、パーソナライゼーションに必要なデータのみが取り込まれ、パーソナライゼーションとアクティベーションを完了するために必要な期間だけ保持されます。そのため、個人を特定できる情報の移動をコントロールでき、プライバシーとコンプライアンスを大幅に強化します。

SASカスタマー・インテリジェンス担当バイスプレジデント、マイク・ブランチャード(Mike Blanchard)は、次のように述べています。「急成長するマーケティングのテクノロジー環境、適切かつタイムリーなコミュニケーションを求める顧客からの強い要望、プライバシーに関する規制の強化など、今日のマーケティング担当者は非常に複雑な課題に直面しています。SASが目指しているのは、複雑さを軽減しながらも、顧客が期待する素晴らしいエクスペリエンスを提供できるように、マーケティング担当者を支援することです。今回行われたSAS Customer Intelligence 360の機能強化は、クラウド・データとの直接統合と新しい強力なオーディエンス・ターゲティングおよびオーディエンス管理機能を提供するもので、マーケティング担当者が効果的に顧客を定義、管理し、顧客とセグメントの作成を簡略化します。さらに、顧客エンゲージメントに基づく市場展開への準備期間を短縮し、データの保存と移動のコストを抑えながらプライバシー・コンプライアンスを向上させます。SASは、すでに高度なセグメンテーション機能で市場をリードしていますが、これらの機能は、それを補完し、さらに進化させるでしょう」

詳細については、sas.com/marketingをご覧ください。

本発表は、アナリティクスのリーディング・カンパニーであるSASのAIおよびアナリティクス・ビジネス・カンファレンスであるSAS Innovateで紹介されました。SASからの最新ニュースを継続的に受け取るには、Twitterで[@SASsoftwareNews](https://twitter.com/SASsoftwareNews)をフォローしてください。

*2023年5月9日に米国SAS Institute Inc.より発表されたプレスリリースの抄訳です。

本原稿はSAS本社プレスリリースの原稿を抄訳したものです。本記事の正式言語は英語であり、その内容および解釈については英語を優先します。

SASについて

SASは、アナリティクスのリーディング・カンパニーです。SASは、革新的なソフトウェアとサービスを通じて、世界中の顧客に対し、データをインテリジェンスに変換するためのパワーとインスピレーションを届けています。SASは「The Power to Know®(知る力)」をお届けします。

*SASとその他の製品は米国とその他の国における米国SAS Institute Inc.の商標または登録商標です。その他の会社名ならびに製品名は、各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ先
SAS Institute Japan株式会社
広報担当: jpnpress@sas.com
SAS PR事務局 (PRAP Japan)
sas_pr@prap.co.jp