

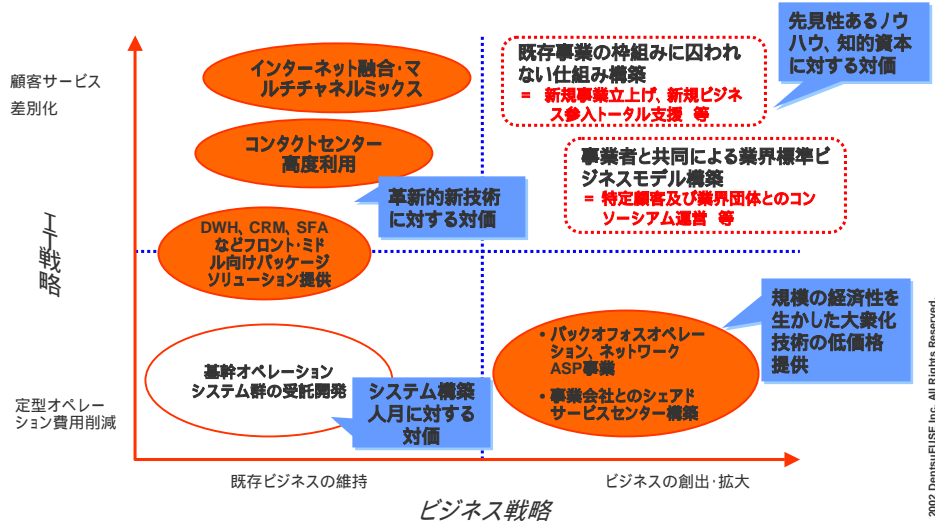
“知本主義”のインフラ、コンテンツ管理と ビジネスインテリジェンス 可能性の検証

2002年10月11日

株式会社電通フューズ
代表取締役社長 百瀬公朗

© 2002 DentsuFUSE Inc. All Rights Reserved.

定型的で変化の少ない領域から、非定型で変化の大きい領域へとITの活用領域が広がっている



現状認識1 - 転機を迎えたシステム開発ソリューション

- ITビジネス、特にCRMなどIT化の進展途上にある業務領域では、ソリューション導入の場において、以下の問題点が指摘されている。

原因	問題点
<ul style="list-style-type: none"> 短期的なユーザー戦略 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーが明確に定義されていない
<ul style="list-style-type: none"> フェーズ毎に分断された要件定義 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネス要件が固まらない
<ul style="list-style-type: none"> プロジェクト体制の非継続性 	<ul style="list-style-type: none"> 試行錯誤の繰り返し
<ul style="list-style-type: none"> 短期的予測のみに基づくスコーピング 	<ul style="list-style-type: none"> 開発工数、保守工数が予想以上に膨らむ

プロジェクト・リスク(予期せざるコスト)の増大

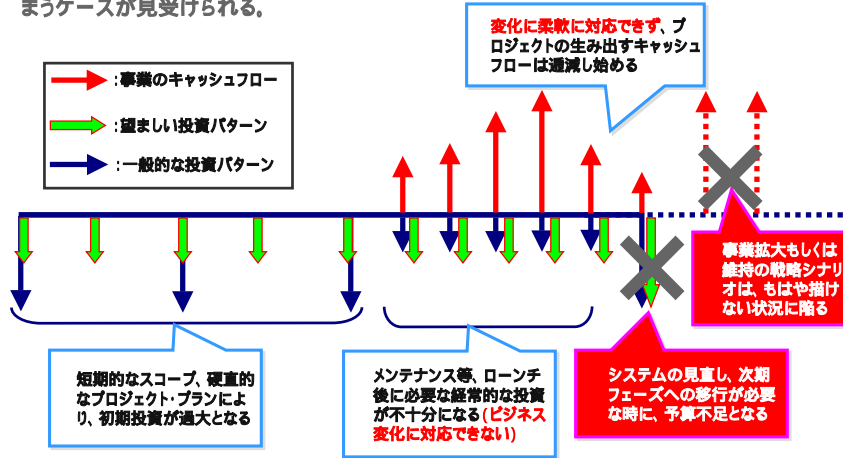
現状認識2 - 従来型ITビジネスモデルの限界

- 従来型のITビジネスモデルでは、プロジェクトに対するニーズと将来の多様な経営判断への対応に限界がある。



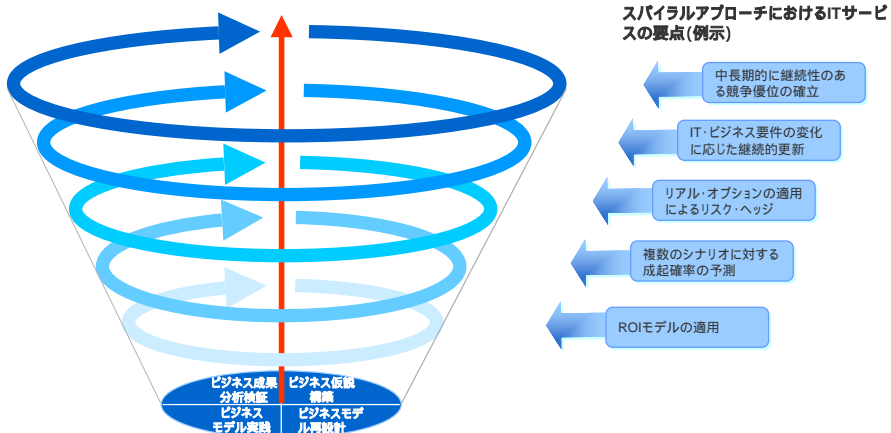
現状認識3 - プロジェクト予算の配分が非効率

- さらに、ITプロジェクトに対する投資が、初期の段階で過大となってしまう、ローンチ後のビジネス変化に必要なメンテナンスや次期フェーズへの対応が予算的に不十分になってしまうケースが見受けられる。



スパイラルアプローチによる、ビジネスの展開拡大に即した継続的なソリューションの提供

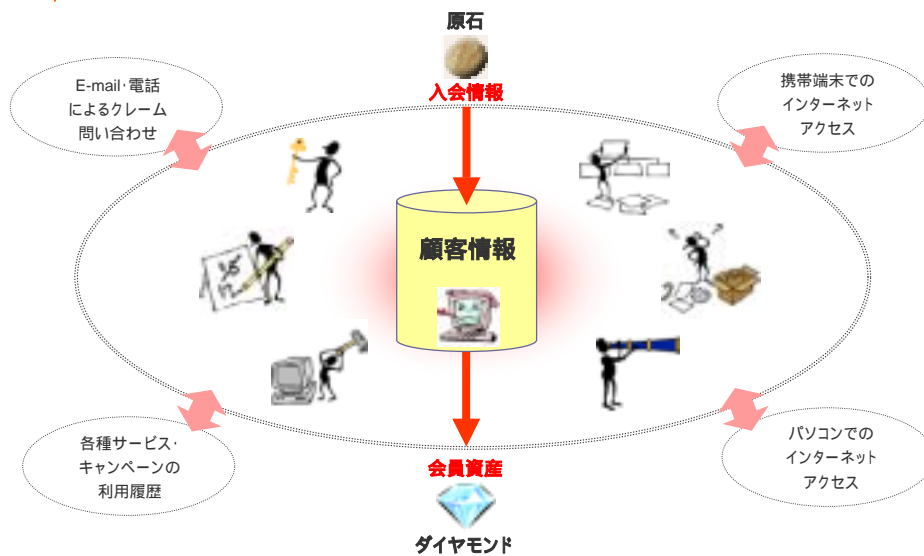
先進的なビジネス・ITパッケージソリューションサービスを活用しつつ、仮説構築～ビジネス実践～結果分析～ビジネス拡大展開のプロセスを繰り返し実施することで、**中長期的なビジネス変化に柔軟に対応しうるビジネスモデルが確立される。**



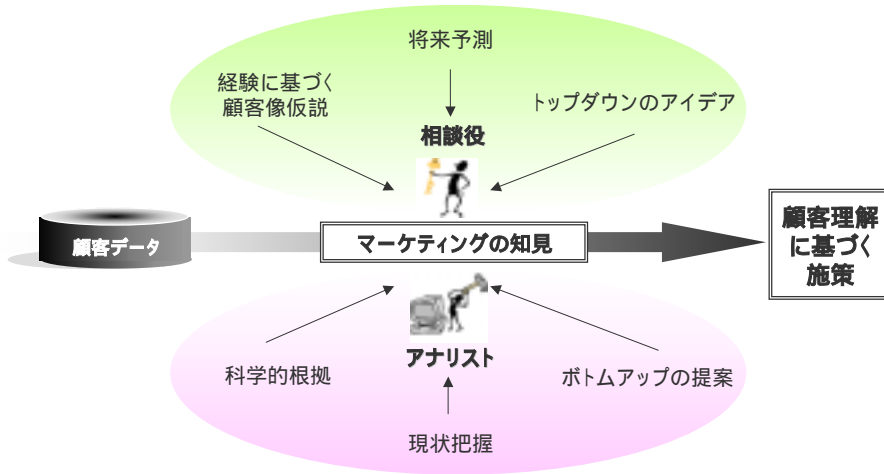
スパイラル(再生産)アプローチ

- > スパイラル(再生産)アプローチの中核？
- > データとコンテンツ？
- > コンテンツの構造と非構造？
- > 構造変革への対応？

情報を収集し、磨きをかける



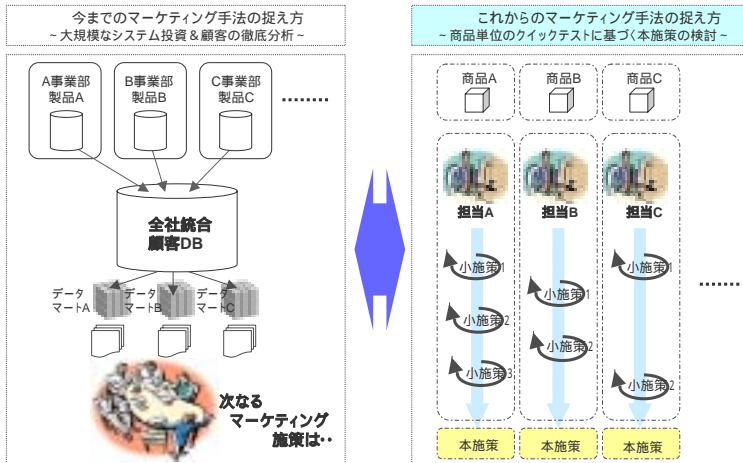
人材あつての情報活用



マーケティング手法の捉え方 (例示)

結果として、大規模な顧客管理システムの活用にも限界がある。One-to-Oneマーケティングの考え方にも変化が求められている。

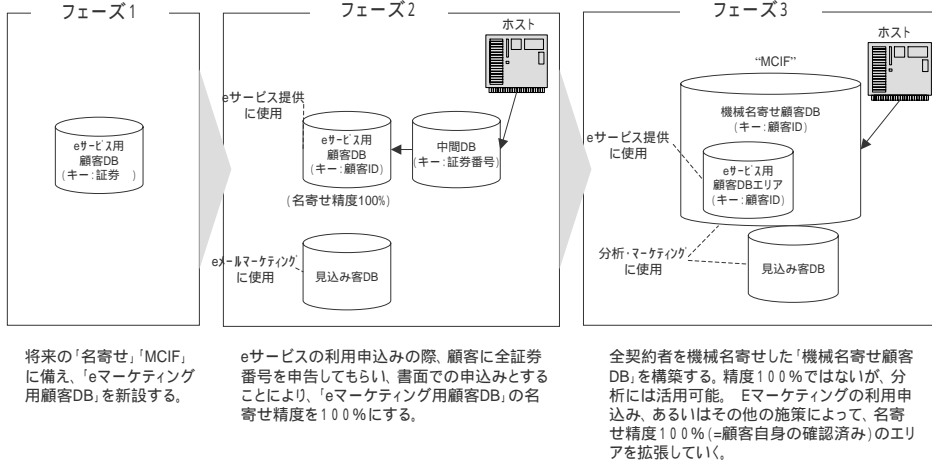
マーケティング手法の捉え方



➡ 小回りの効く小規模な試行錯誤の繰り返しから、本施策を見つけ出す手法に切り替えていく必要があるのではないか

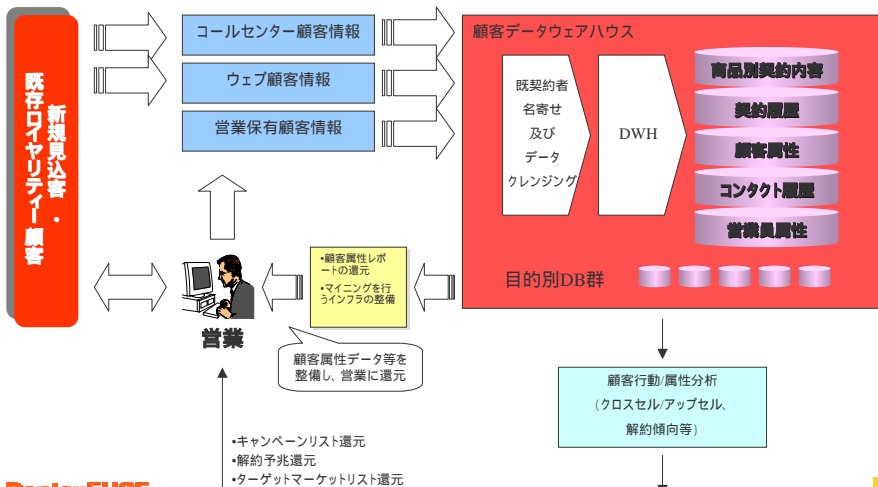
名寄せDBの精度促進（例示）

- > eマーケティング実践にとって不可欠である顧客DBは、一気に理想形を実現するのは不可能であり、長期的な視点での取り組みが必要となる。
- > WEBにおけるサービス提供をインセンティブにし、精度を段階的に上げる。

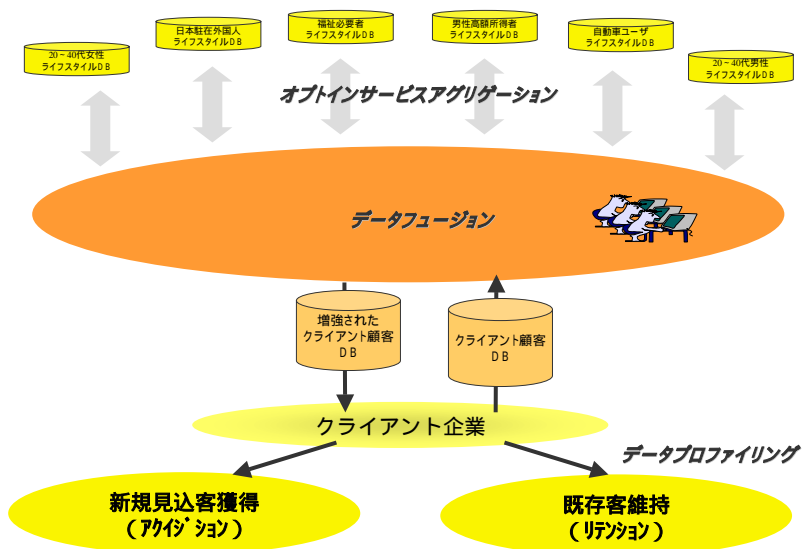


営業活動に還元するための顧客DWH構築（例示）

- > 営業活動を全面的にアシストし、各営業員の生産性をさらに向上させ極大化するIT基盤の構築
- 「顧客属性の還元」等による効率的な営業販促活動の基盤提供



他業種DBによるマーケティングDB増強モデル(例示)



DB資産から知的資本へ

- > 管理していく手段ではなく、価値を生み出す目的のために...
- > DB資産を活用するのではなく、活性化していく
- > 資本と考えたときのアウトソーシング戦略の見直し
- > 他業種DB資産パートナーとの価値創造モデル作り

ご拝聴ありがとうございました

www.dentsufuse.com

DentsuFUSE

注意 専有および機密情報

この資料は、株式会社電通フューズが著作権その他の権利を有するものです。
この中には弊社に単独所有権がある企業秘密および機密情報が含まれています。この資料は、
弊社の明確な同意を得ずに、その全部または一部を使用、複製、コピー、公視、伝達することは
できません。

DentsuFUSE
e-Marketing Integrator

15

© 2002 DentsuFUSE Inc. All Rights Reserved.