

シナジーマーケティング(株)

<http://www.insight-box.com/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
2011年にサービス提供を開始する「インサイトボックス」は、企業の特顧客インサイトの研鑽を支援するとともに、さまざまな企業の顧客インサイトを集約し、社会知へ育成・還元することで、「企業様と顧客の幸せなコミュニケーション/リレーションを増やす」というミッションを実現します。



CRMインサイトラボ フェロー 後迫 彰氏

2010年度には、弊社の主力製品「Synergy!」を中心とした「クラウド事業」、ならびにCRM活動で成果を上げていたためのマーケティングサポート「エージェント事業」の拡大をさらに進めてまいりました。

2011年度には、“顧客インサイト”“リードナーチャリング”“情報配信最適化”をキーワードにした新サービス群をリリースいたします。まずは“顧客インサイト”の獲得を支援する、業界初のクラウド型社会知データベース『インサイトボックス』。そしてセールスフォース・ドットコムと共同で企画・開発を進める、国産初の本格的マーケティングオートメーションシステム『Synergy! LEAD on force.com』。さらには、お客様とのコミュニケーションを深化させる、次世代型CRMクラウドプラットフォームとしての次期『Synergy!』。これらの新しいクラウド型CRMサービスの提供を通じて、企業様のマーケティングROI最適化に貢献してまいります。

(株)数理システム

<http://www.msi.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
データマイニング・テキストマイニング・最適化・シミュレーションなどの当社の得意とする技術を総合的に利用した分析を通して、数理システムのみが実現できるハイエンドCRMソリューションを提供します。



代表取締役社長 山下 浩氏

2010年までは、われわれがDeep Analyticsと呼んでいる当社のツールを利用した個別コンサルティングベースの成果が多かったのですが、今後はより幅広い層にCRMソリューションを享受していただく仕組み、Wide Analyticsを目指していきます。これを実現するために、2011年1月にVAP (Visual Analytics Platform) をリリースします。VAPは当社のマイニング、最適化、シミュレーションなどの製品群がシームレスに動作するプラットフォームで、Webブラウザ経由で動くアプリケーションを対話的に構築する機能を備えています。VAPによって、ユーザーの構築したソリューションのWeb展開なども簡便に行えるようになります。数理システムからも、この機能を利用したアプリケーションの第一弾としてCRM Insightを2011年1月にリリースします。CRM Insightによって、高度な分析を利用したCRMツールが幅広い層にご利用いただけることとなります。

(株)テレマーケティング ジャパン

<http://www.tmj.jp>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
TMJは、科学的・工学的アプローチによって、コンタクトセンター運営を通じた顧客満足度向上や、バックオフィス業務の生産性向上を実現し、クライアントビジネスの継続的な成功に貢献しています。



代表取締役社長 林 純一氏

2010年は、企業のバックオフィスの事務業務を請け負い、業務プロセスの改善・効率化を実現する、バックオフィス事業を拡大しました。8月には、ベネッセグループのパーソンズより人材派遣事業などの譲渡を受け、バックオフィス事業の体制をさらに強化。ベネッセ・丸紅の両グループと連携し、企業の業務プロセスにおける課題解決、競争力強化への貢献を目指しています。コンタクトセンター事業においては、より付加価値の高いサービスを提供すべく、組織体制を見直しました。企業とその顧客との関係を醸成し、LTV向上を実現するコンタクトセンター運営を目指し、クライアント企業と密着して、さまざまな取り組みをスタートさせています。また、中国・上海の子会社の事業を拡大し、中国という巨大な市場での顧客づくりを支援しています。2011年も、「Client Value」というミッションのもと、価値あるサービスの提供を通じてクライアント企業の事業成長に貢献していきます。

(株)電通イーマーケティングワン

<http://www.dentsu-em1.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
テクノロジーとマーケティングを武器に、クライアントのマーケティング課題を解決する会社です。事業戦略策定、マーケティング戦略立案、個別施策立案実施、各種制作・システム開発など、川上から川下をワンストップで提供します。



常務取締役 小川 共和氏

元々弊社の得意技であったCRMを再強化し、営業拡大するのが今年の戦略課題の一つです。そのため、クライアント企業のマーケティング・マネージャークラス300人に定量調査を実施し、彼等がCRMを今どうとらえ、何を重点課題として今後活動強化していこうとしているのか、外部の協力会社には何を期待しているのかなどを調査しました。最初の発見は、クライアントは「自社のマーケティングは遅れている」という危機感を6割弱の人が抱えていること。CRMも成功していない、と考えている人が多数派です。こうした中、外部協力会社に期待するのは、特化した専門性と同時に、顧客インサイトの深さだ、ということがわかりました。電通グループのDNAである、データの裏側に潜む生身の人間の気持ちの変化と、その変化を促す企画アイデア…これにさらに磨きをかけてCRM業界で大きな風を吹かせてみようと思っています。

トランスコスモス(株)

<http://www.trans-cosmos.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
顧客の問い合わせに対応するコールセンター、業務効率化を図るビジネスプロセスアウトソーシング、企業のマーケティング活動を支援するデジタルマーケティングをアジアで展開する「グローバルITパートナー」を目指す。



専務取締役 石見浩一氏

国内経済の低迷で企業の業績回復は不透明な状況にあり、「売上拡大」や「コスト削減」が企業の経営課題になっています。「売上拡大」を実現するためにはコミュニケーションの設計が大切で、ターゲティング、プロモーション、セールス、アフターサポートのプロセスを構築することが求められます。当社はその実現のため、コールセンターでお客様の声を聞き、お客様を獲得するためのインバウンド/アウトバウンド、デジタルマーケティングで国内、中国、韓国でのWebサイト構築やEC活用支援、さらにお客様の行動分析、VOC分析などのサービスを提供します。また、「コスト削減」を実現するためには業務の調査分析、設計、運用、継続的な業務効率化のプロセスが重要です。当社は、業務目的にあったニアショア、オフショア拠点での運用と、業務効率化を目的としたクラウド活用ITツールの導入により、データエントリー、シェアードサービスなどを提供します。

日本アイ・ビー・エム(株)

<http://www.ibm.com/jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
「情報を洞察に変えること」や「コラボレーションを活性化すること」など今後の企業成長のために取り組むべき6つの課題を解決するための各種ソフトウェアを提供し、お客様の成功をご支援します。



ソフトウェア事業 ビジネス・アナリティクス事業部長 国本明善氏

市場環境が劇的に変化していくいま、ITのスマートな活用が、企業の競争力向上のカギを握ると考えています。IBMソフトウェアでは、お客様の課題をスマートに解決する要素は、6つに集約されると考えています。そのうちのひとつが「情報を洞察に変えること」です。世界全体で、情報爆発が進む現代社会。ITの進化は、膨大なデータを瞬時に分析し、そこから生まれた洞察によってメリットとリスクを判断し、さまざまな組織を越えた連携により複雑化する社会環境に即応することを技術的に可能にしています。IBMでは、予測分析ソフトウェア SPSS、ビジネス・インテリジェンスとパフォーマンス・マネージメントのCognos、情報統合プラットフォームInfoSphere、ビジネスロジック管理システムILOGをはじめとするソフトウェア製品やソリューションを提供し、スマートな意思決定と優れた業績の実現をご支援します。

日本アバイア(株)

<http://www.avaya.com/jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
IPテレフォニー・システム、アプリケーションソフトウェアおよび設計・構築・管理サービスを提供しています。IPテレフォニーは企業の顧客づくりの重要なツールであるコンタクトセンターで広く利用されています。



代表取締役社長 ロバート・スチーブンソン氏

2010年は日本でもTwitterをはじめとするソーシャルメディアの利用者が増大し、多くの企業が新たなマーケティングツールとして取り入れました。これに象徴されるようにインターネットの普及に伴い、これまで電話が中心だった顧客のコンタクト手段は多様化し、企業にはマルチメディアによるリアルタイム対応が求められています。アバイアは昨年コンタクトセンターのマルチメディア対応を容易にするSIP (Session Initiation Protocol) ベースの次世代コンタクトセンター・ソリューション「Avaya Aura™ Contact Center」を提供開始いたしました。国内で10年連続トップシェアをいただいているコンタクトセンター分野で培ったノウハウを生かし、人と情報とを効果的に結び付け、人間志向型のコラボレーションを実現するというビジョンに向かって、本年も企業の顧客対応の効率と品質の向上を支援してまいります。

日本オラクル(株)

<http://www.oracle.com/jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容
オラクルのCRMでは、マーケティングから営業、コールセンター、サービス部門まで一貫通の顧客管理を強化し、顧客満足度の向上や、クロスセル・アップセル機会増加、コールセンターやサービス部門のプロフィット化に貢献します。



マーケティング本部 本部長 竹内 在氏

ニューノーマル時代を迎え、顧客の消費トレンドは日々大きく変化することが常態化しつつあります。それに応じて企業の販売手法やチャネルが多様化する中、お客様を中心に考える、「顧客中心主義」への注目がますます高まっています。一方で、顧客中心主義を実践するためには、営業、マーケティング、コンタクトセンターやサービスといった関連する業務領域の中心に顧客情報を据え、部門間の壁を越えた適切な共有を行うこと、すなわち「顧客行動のライフサイクル管理」が必要になります。こうした現状を踏まえ、オラクルのCRMでは、①あらゆる顧客関連業務を管理するための「処理機能」、②役割に応じて利用可能な「分析機能」、③事前定義された「統合機能」を一体化したソリューションを積極的に展開することで、お客様のビジネスにおける生産性向上と売り上げ拡大を支援します。