

Fruitful DDM 2020
「あるべき顧客体験から考える
マトリックス型DX戦略」

<CX ROOM>

2020年11月24日(火) 16:10-16:50

株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ



加藤 裕樹 (alphabox/ADK)

CX ディレクター

顧客視点で企業のマーケティングのデジタル変革を支援。直近では、プロスポーツチームのファン体験の変革から、総合金融会社の新規デジタルプラットフォーム構築支援まで多様な業界・テーマのプロジェクトを担当。



三原 孝達 (alphabox/IBM)

UI/UX デザイナー

幅広い企業のB2B/B2C向けWeb/モバイルアプリのUX/UI設計・開発、デザインガイド作成などを担当。近年は、デザイン思考やリーンスタートアップなどの知見を活用し、企業の新規事業イノベーションを支援。UXデザイナーとしてデザインワークショップのファシリテートやプロトタイプデザインを担当。

アジェンダ

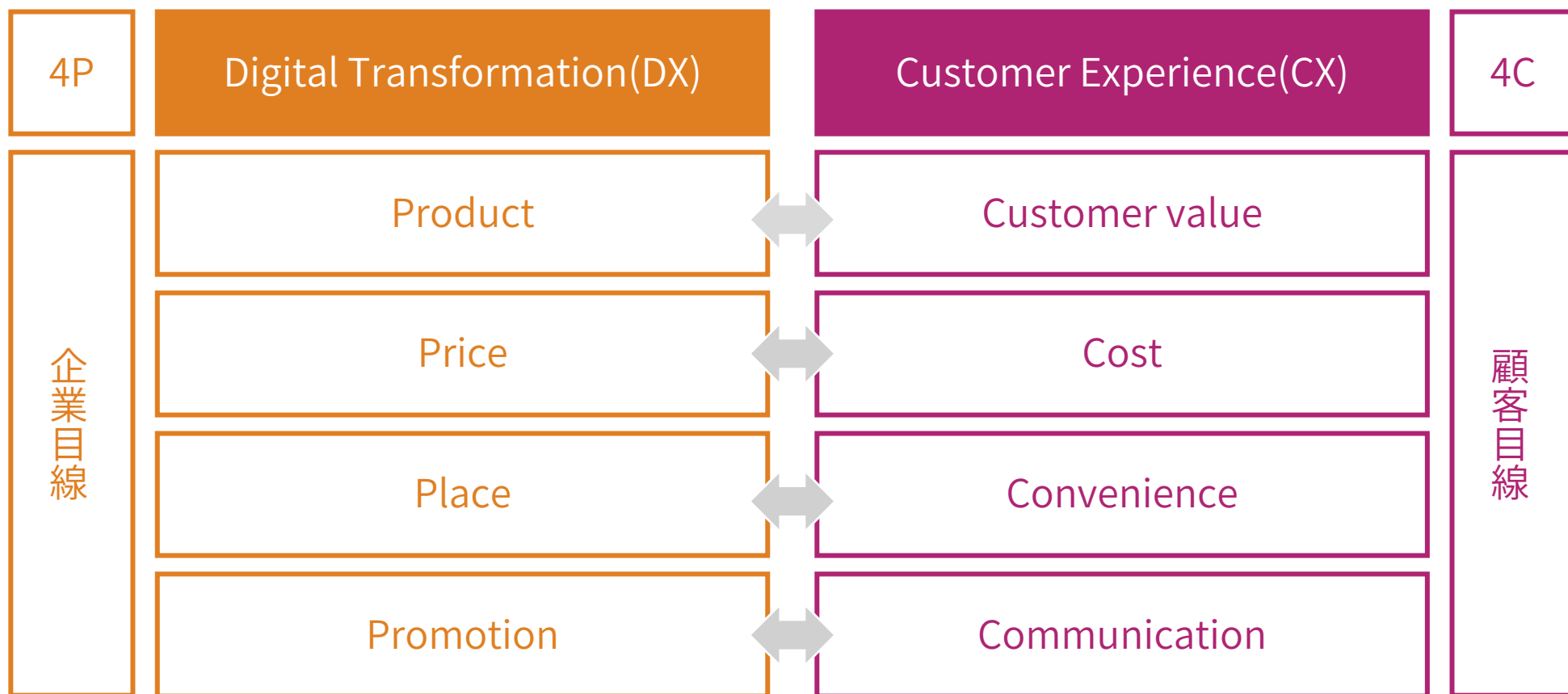
1. alphaboxについて
2. コロナ禍におけるクライアント課題の潮流
3. alphaboxのマトリックスDX戦略
4. まとめ

alphanumericについて

01

『DXを支援して、CXを実現する。』

企業様のデジタルトランスフォーメーション(DX)を支援し、
その先にいるお客様により良いカスタマーエクスペリエンス(CX)を提供する。



『企業様の最も頼れるパートナーとなる。』

クライアント企業様のノウハウ、ADKのマーケティング、IBMのテクノロジー、それらを一つの器(**box**)に入れ、シームレスな戦略を打ち立てることで、ダイナミックかつ実効性のあるプラスアルファ(**alpha**)のCXを創造します。



戦略から実行までの“一気通貫した案件”を手掛けることが特徴

7



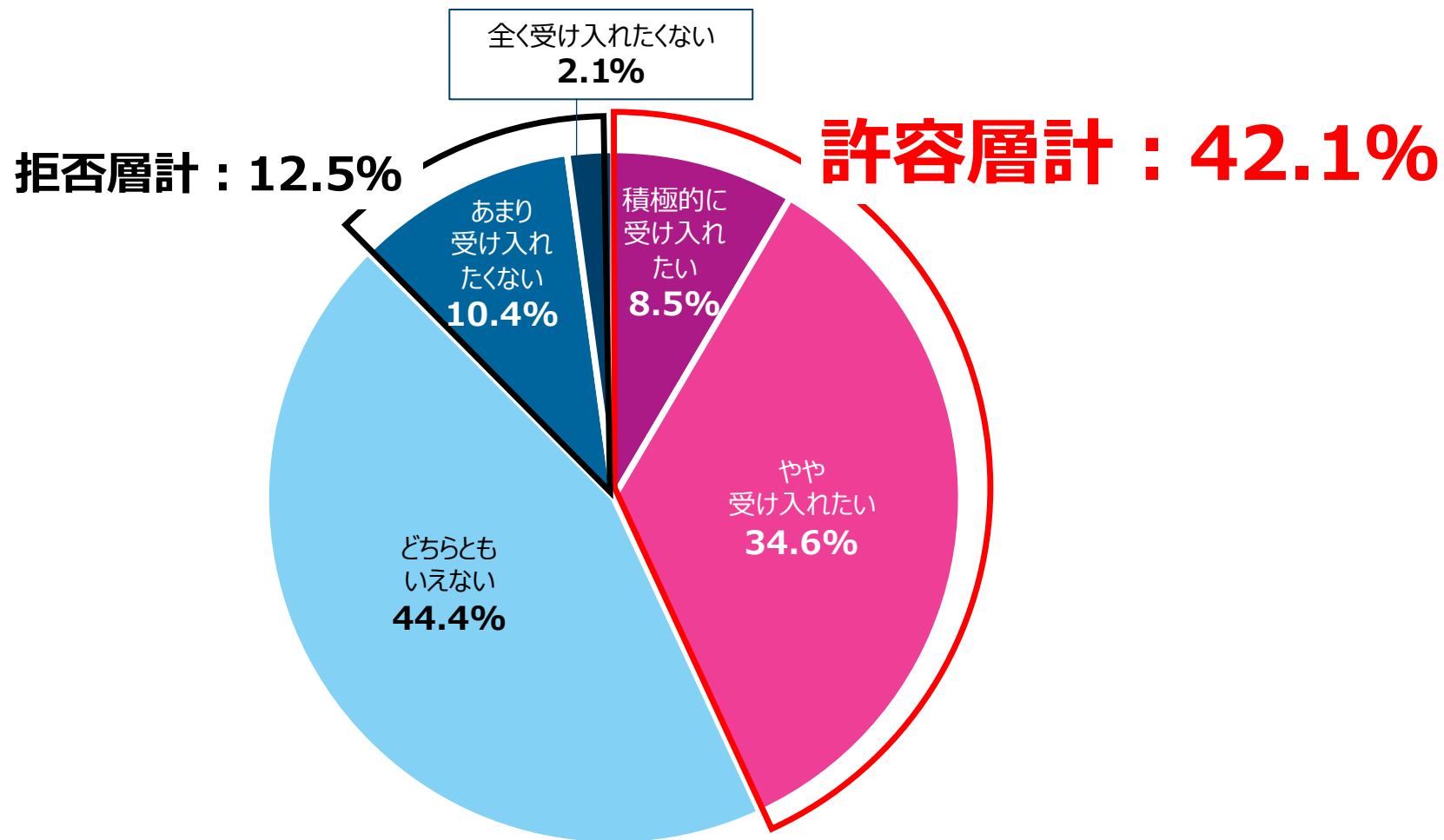
コロナ禍におけるクライアント課題の潮流

02

今は今後10年の明暗を決めるとき。

私たちはいつも、今後2年で起こる変化を過大評価し、今後10年で起こる変化を過小評価してしまう。無為に過ごしてはいけないんだ。（ビルゲイツ）

今から1,2年間の未来に向けた取り組みが、今後10年の明暗を決める。



衣



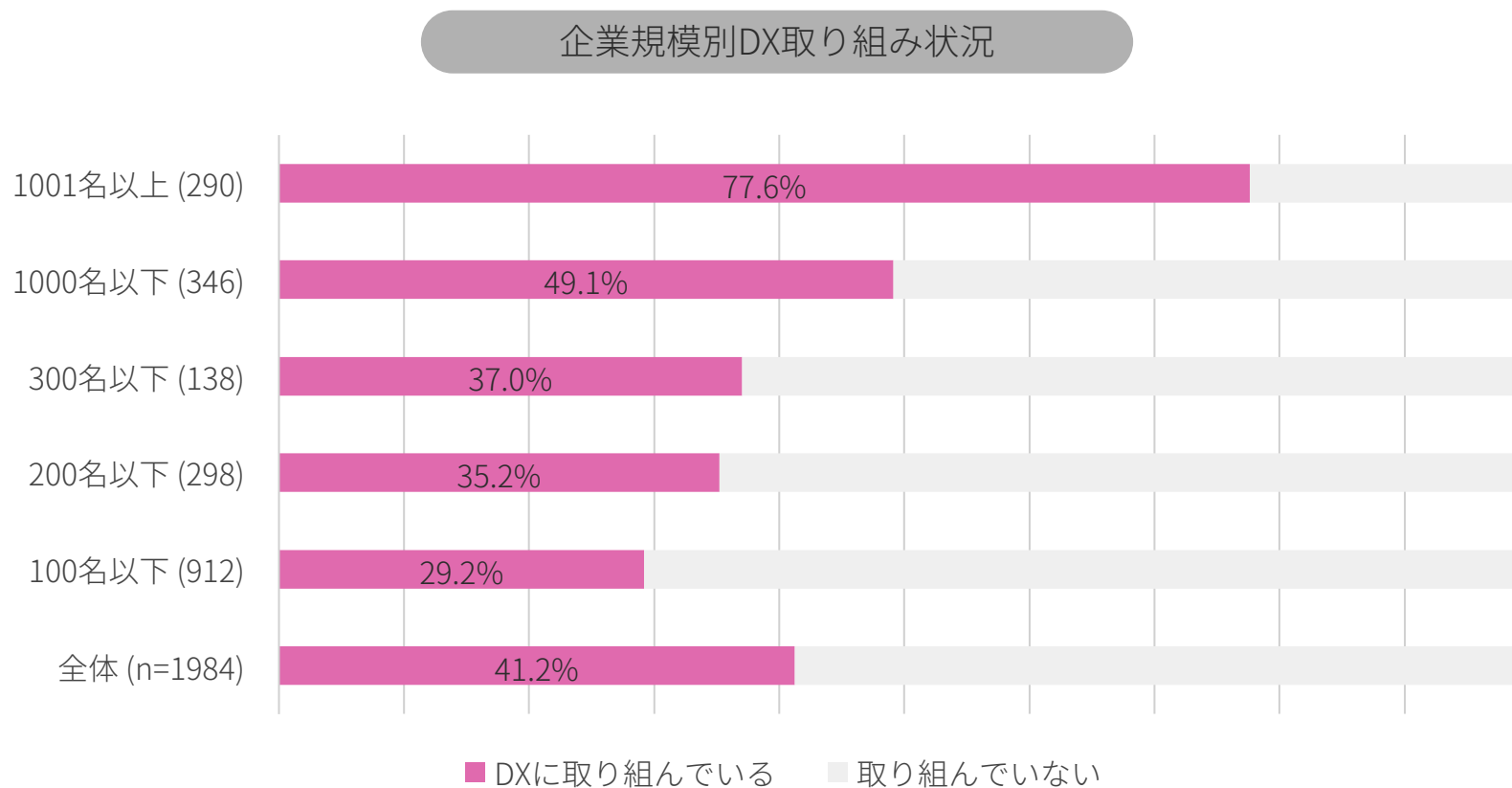
食



住



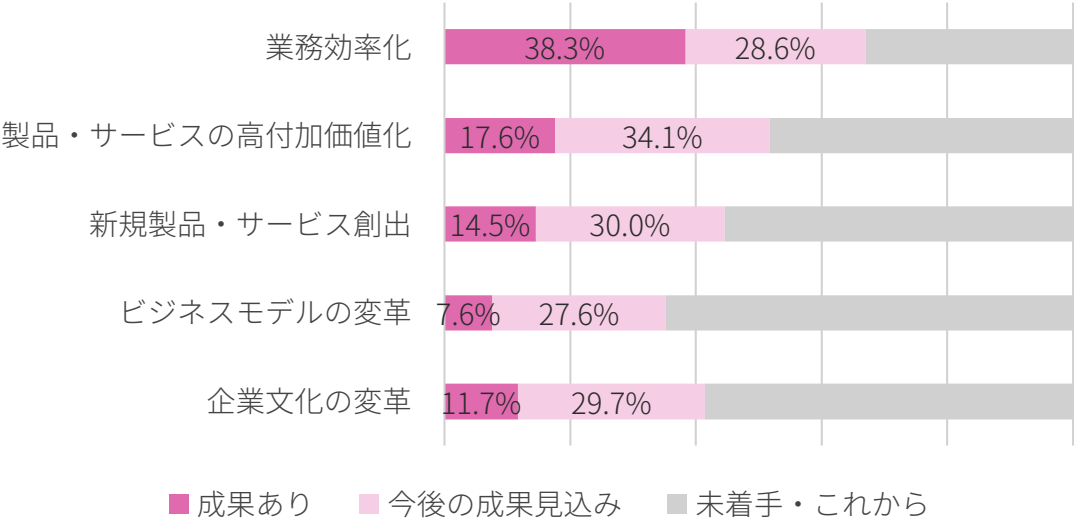
全体の4割、1,000人以上の従業員を抱える企業の8割がDXに取り組んでいる



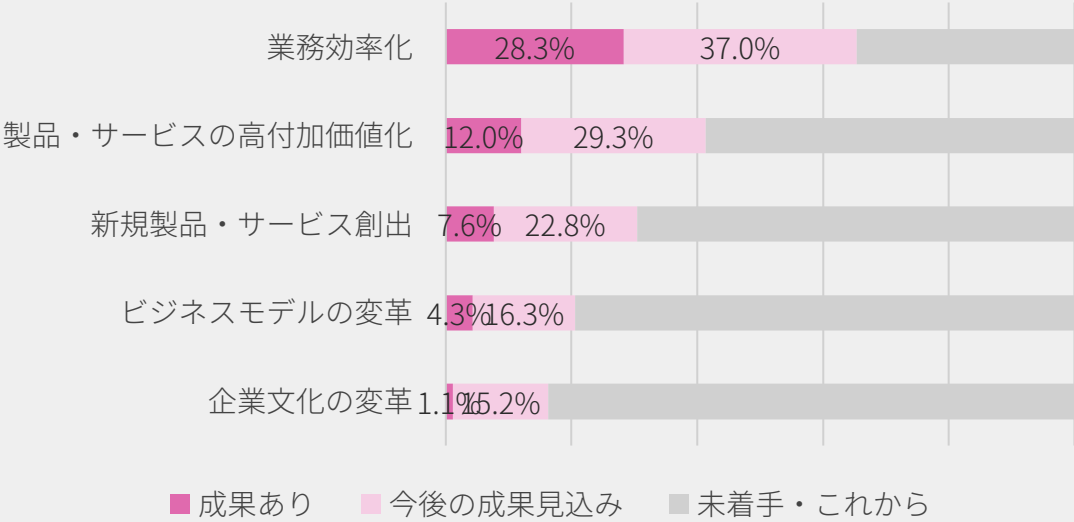
企業が取り組むDXの内容

効率・効果の2つのDXが存在。顧客への提供価値を増やすDX＝効果のDXについて対応を進める企業が増えている。

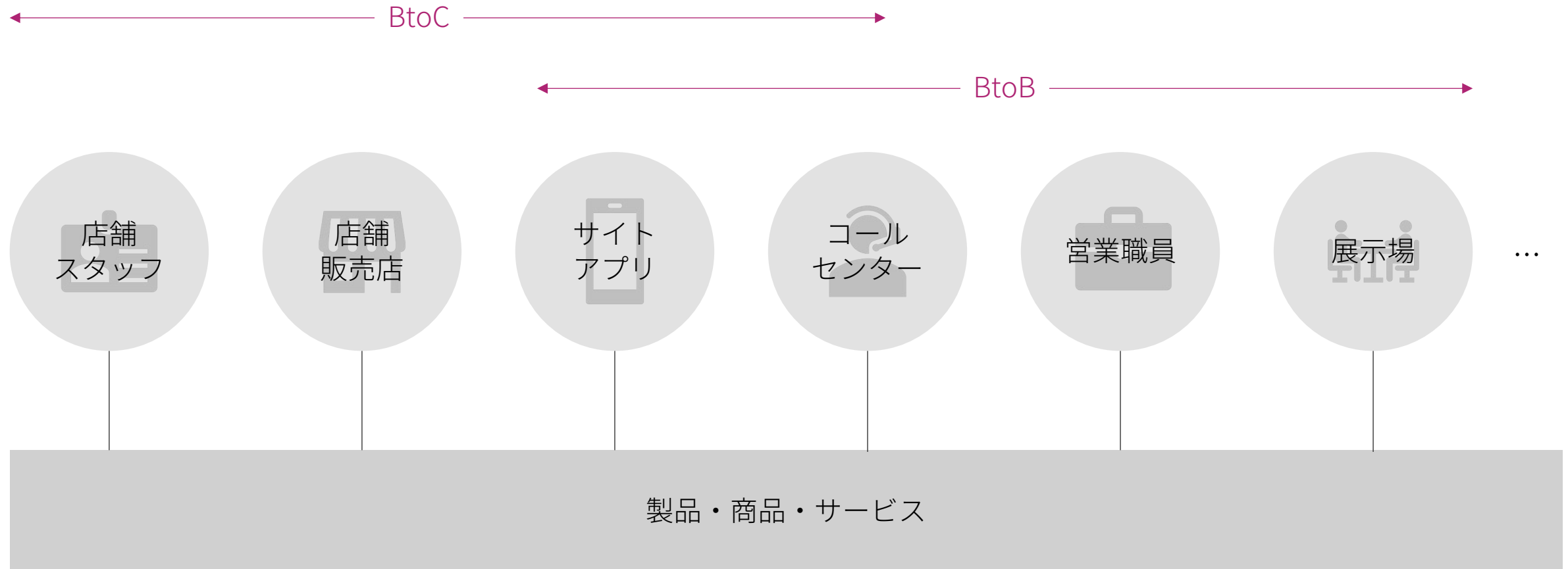
DX取り組み内容 (1001名以上企業)



18年度調査



DXによる企業が保有する各種顧客接点 (Owned Media) を通した付加価値提供へ
顧客の体験価値＝製品・サービス＋各顧客接点



DXの領域

そもそもお客様の
ニーズやペインは何で、
どこでそれらを充足、解消
すべきなのか？

DX推進の体制

こういった体制で
取り組むべきなのか
(経企&IT部だけ？マーケは？)

DX推進のプロセス

どう進めていけば、
本当に進むプロジェクトになるのか

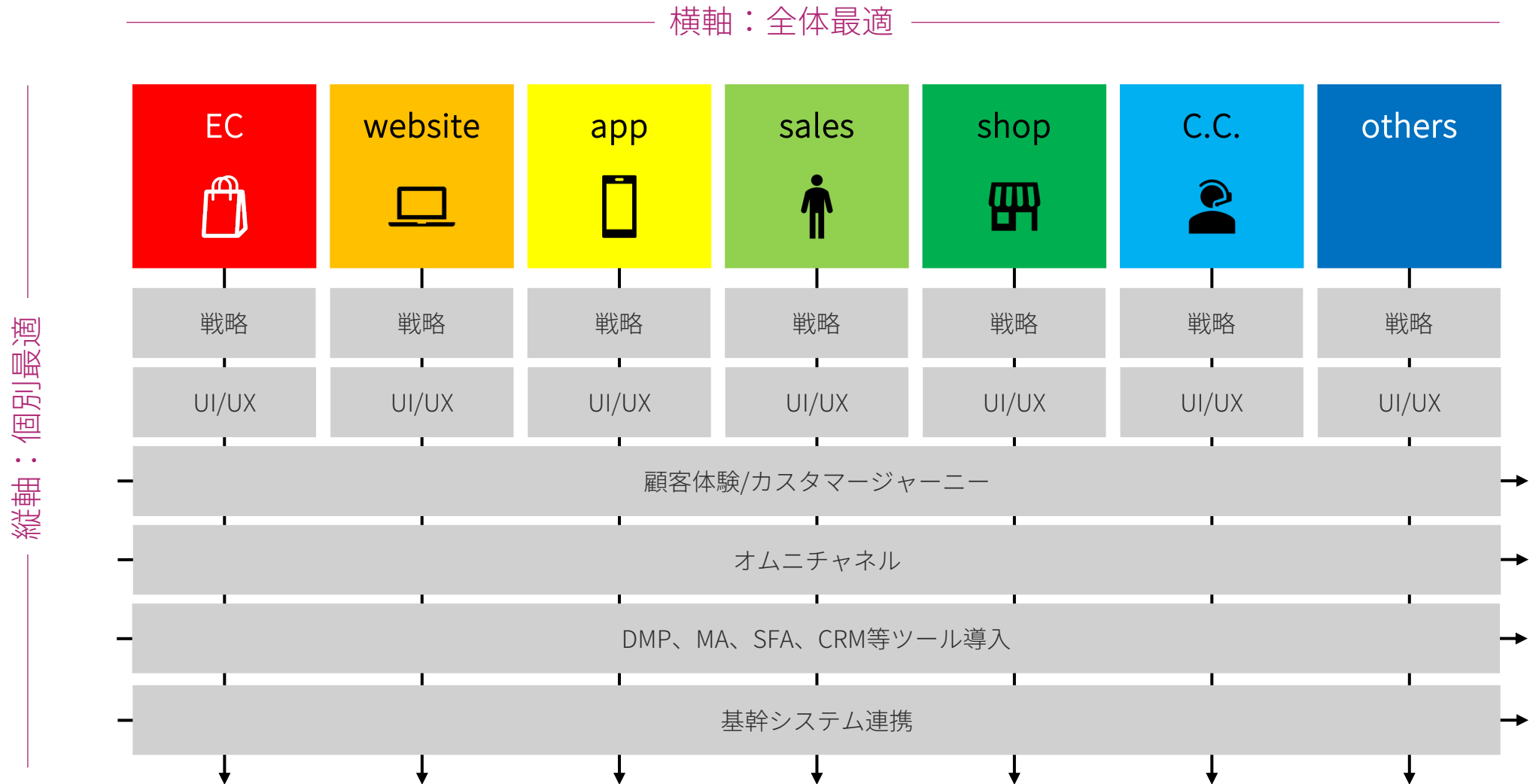


alphaboxのマトリックスDX戦略

03

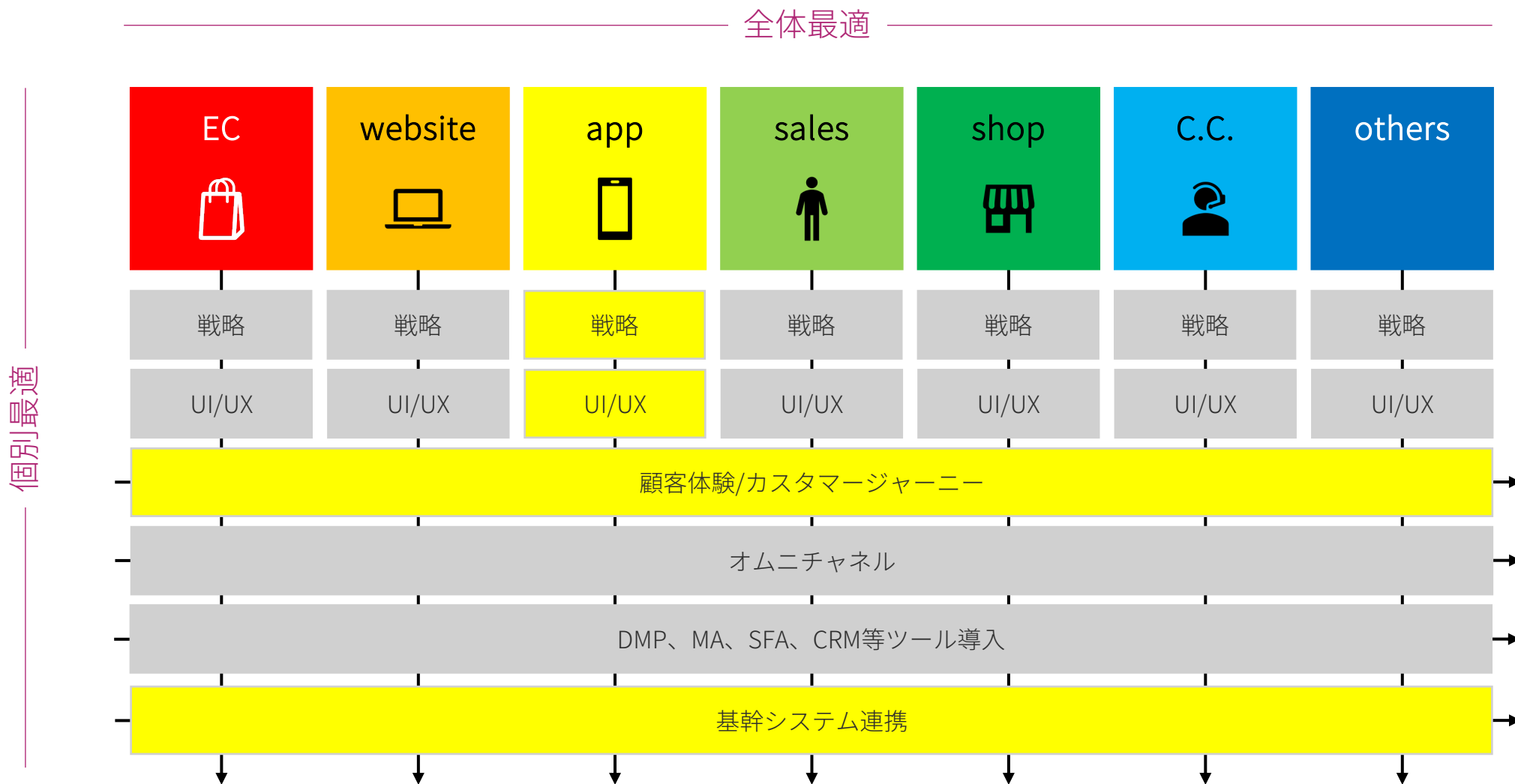
DX推進に向けた、全体最適と個別最適の2つの視点

17



ファンの理想の顧客体験から、アプリの戦略・UI/UXの開発へ

18

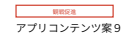




各クラス毎の試合前後のエモーションフローと攻略ポイント



サイトストラクチャ（概要）

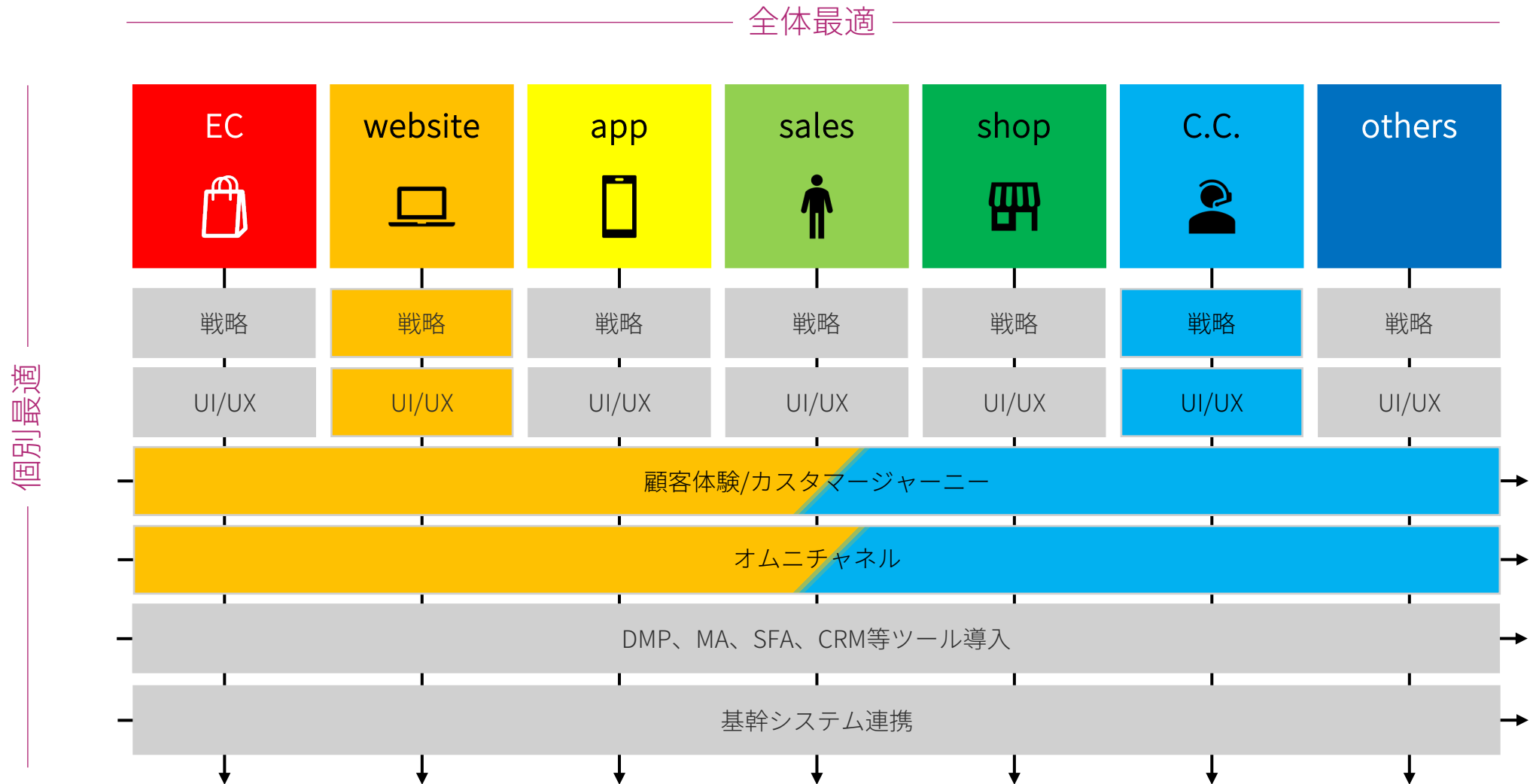


© Copyright IBM Corp., 2016. All rights reserved.



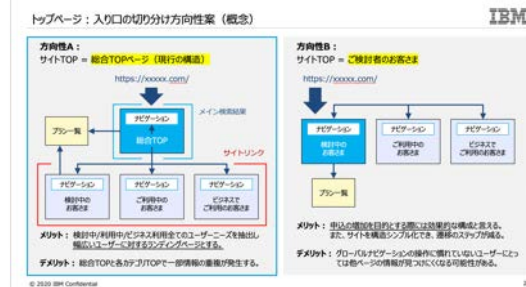
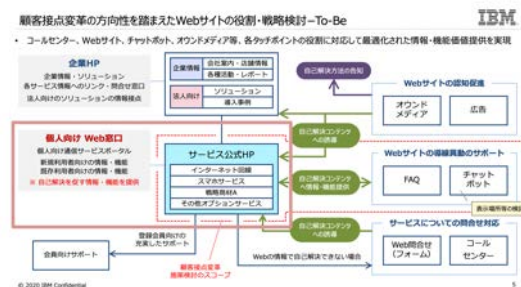
顧客のあるべき体験および体験接点全体の戦略、Webサイトの戦略・UI/UXの開発へ

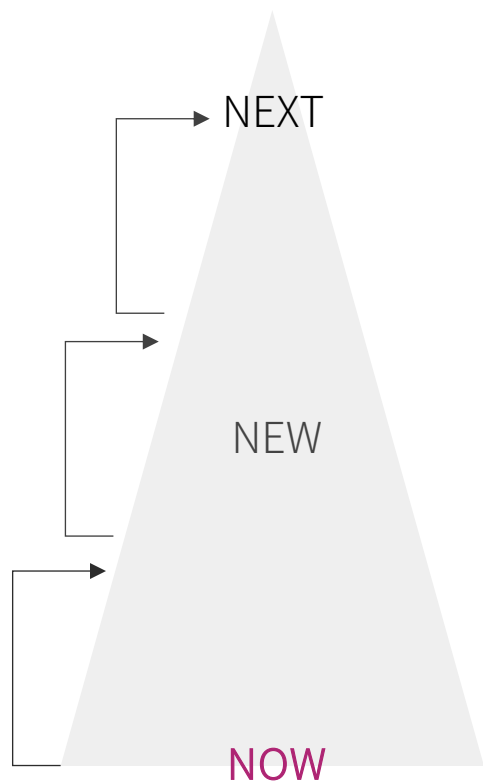
20



橫軸：顧客理解＋体験接点全体戦略

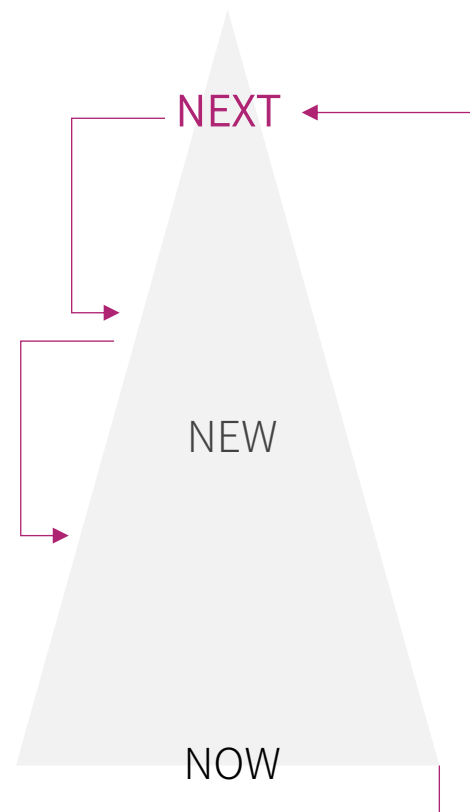
縦軸：問い合わせ導線の変革

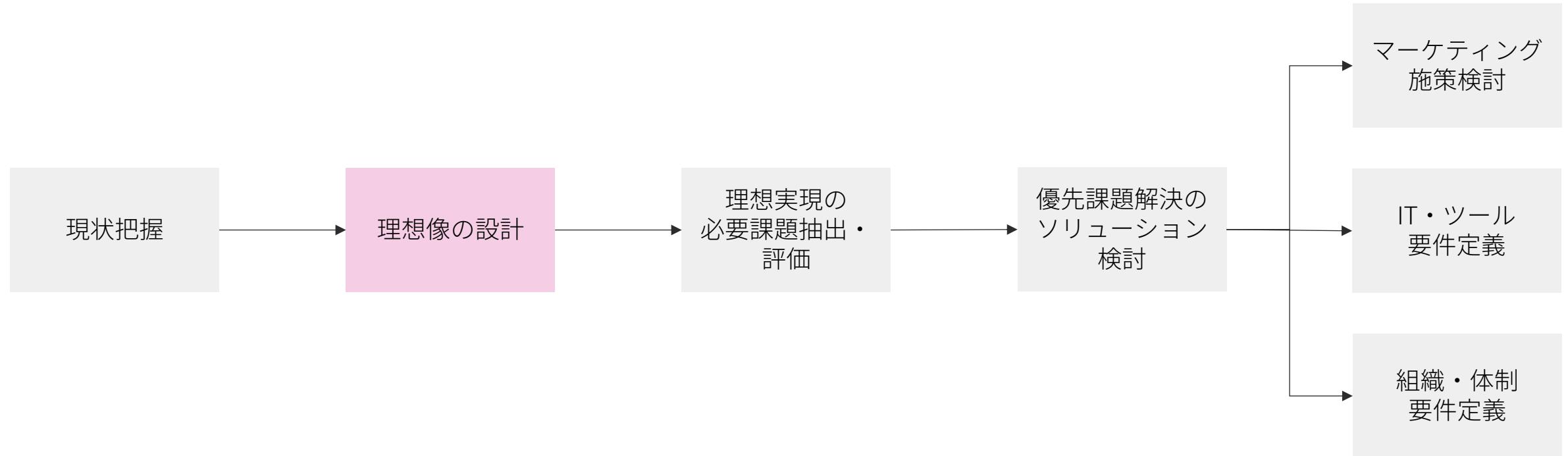




今抱えている課題から考えるアプローチ

将来実現したい理想像から考えるアプローチ





7 Planes Model

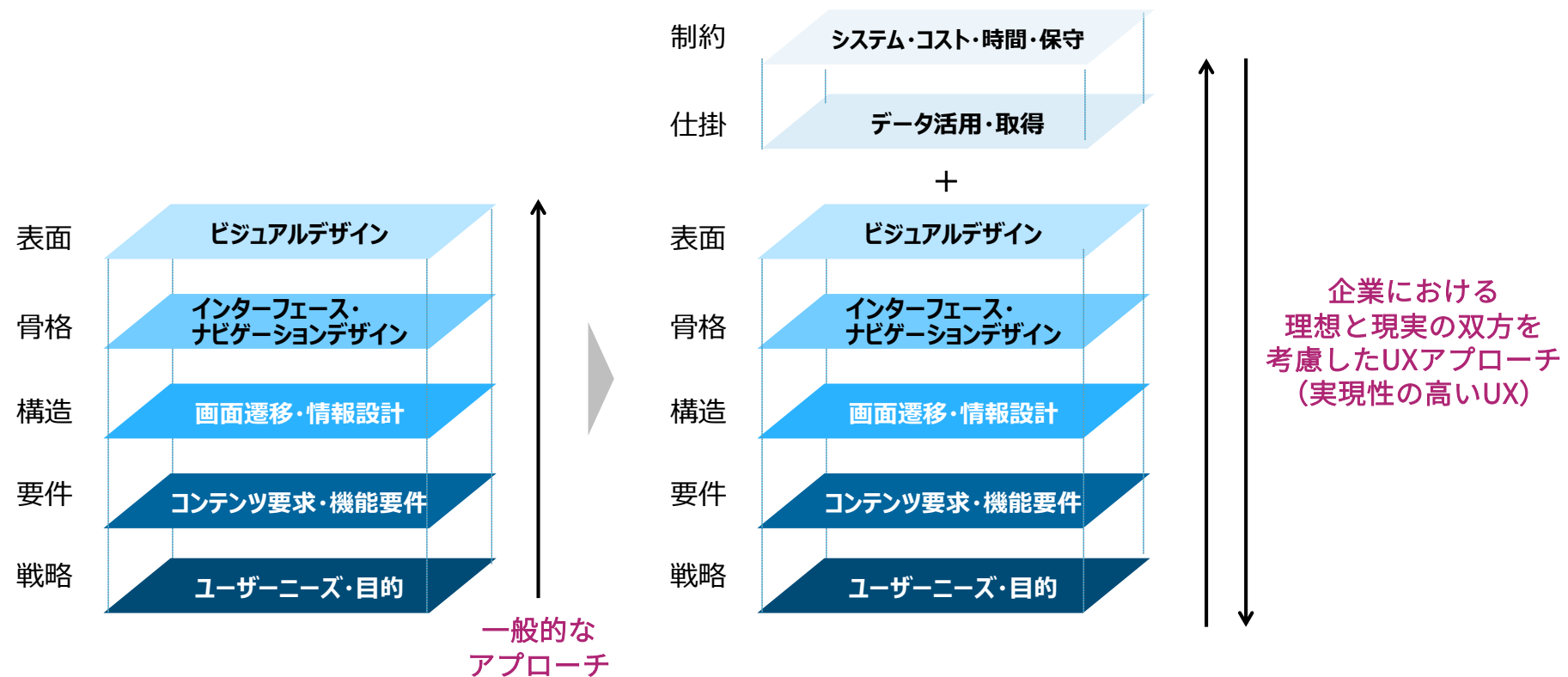
24

より良い顧客体験のデザインプロセス



81

更に、その体験にデータをどのように活用し、どのようにデータを取得するのか、また、その体験を実現するための制約もきちんと考慮してUXを設計することが重要です。



Jesse James Garrettの提唱する「ユーザーエクスペリエンス実現のための5 Planes Model」

© Copyright IBM Corp., 2020



お金と、私を、あたらしく

キャッシュレス社会における「新しいお財布」がコンセプトのスマートフォンアプリ。

残高・入出金明細照会や振込・振替などはもちろん、デビット/クレジットカードの利用状況、様々なポイントや電子マネーの残高などを一元管理。より賢いキャッシュレス生活を、より簡単に実現。

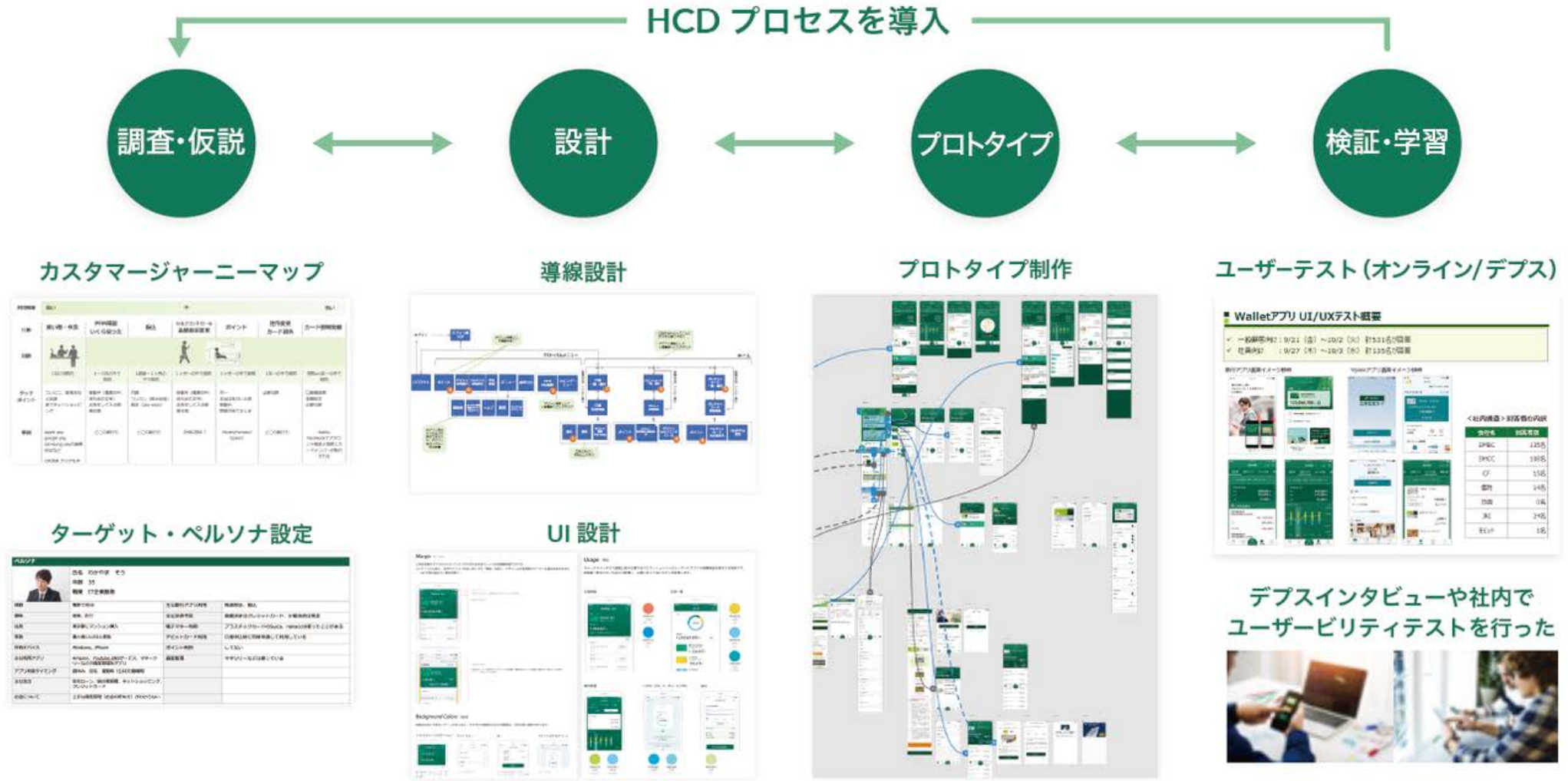


アップルストアにて
31万件の評価で星4.6を獲得

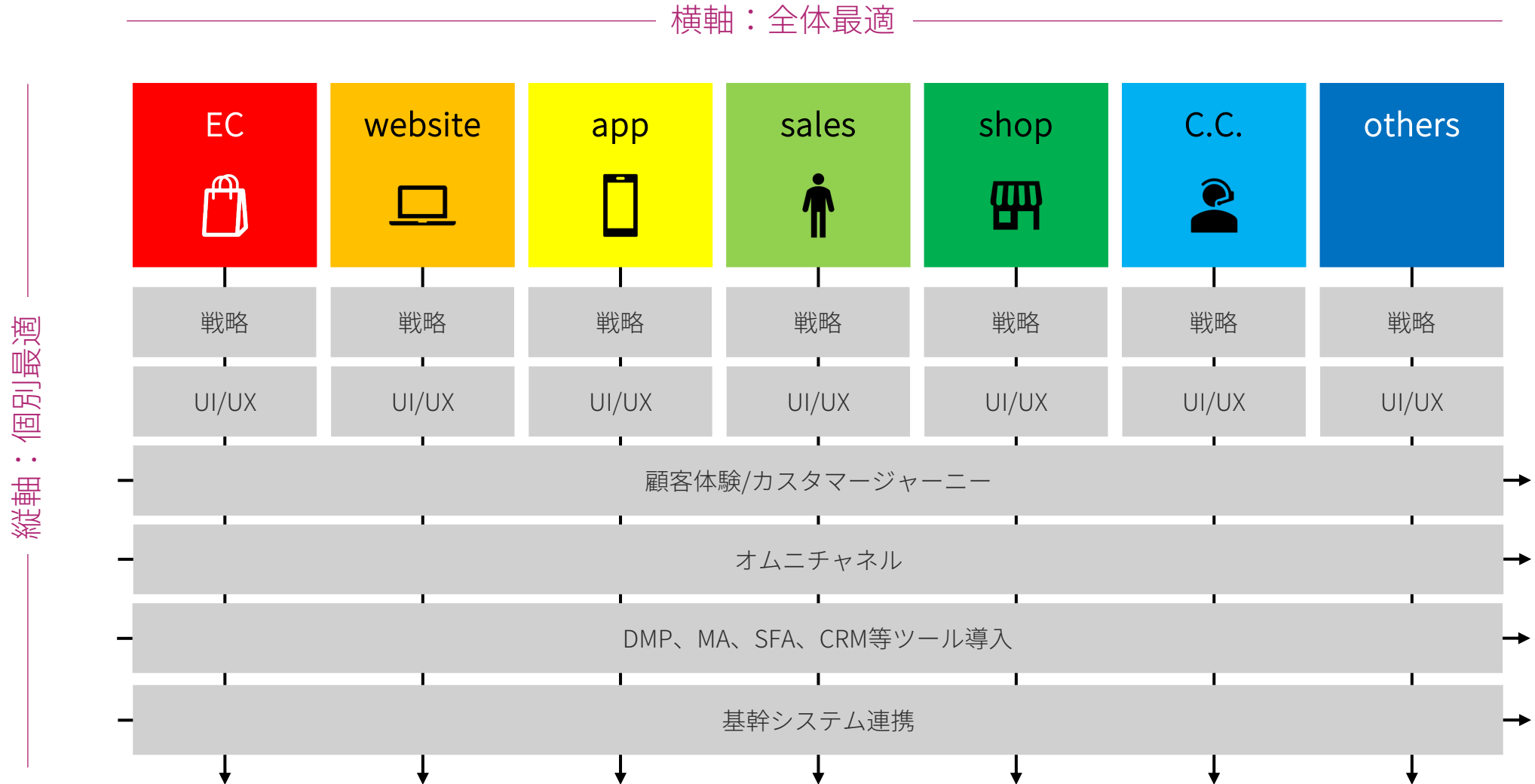


UX/UI検討プロセス事例：SMBC銀行アプリ

26



【再掲】 DX課題解決に向けたマトリックス型DX戦略アプローチ DX推進に向けた、全体最適と個別最適の2つの視点



最後に - 顧客体験向上のためのDX推進に向けたマーケ部・PMの重要性の高まり

DXはシステム、データと密接に繋がっており、
また各種顧客接点を管理する部署はマーケ、営業、カスタマーサポートなど多岐に渡るため、
IT部や経営企画部が推進するケースが多く見られます。

一方で、顧客体験向上のためのDXを推進するためには、
お客様のことを理解する部署＝マーケ部の役割は非常に重要と考えています。

何を実現するのかだけでなく、どう進めるかも成功に向けたポイントとなりますので、
ITや経営企画、マーケを繋ぐプロジェクトを多数経験しているalphaboxに是非ご相談ください。

