

2025 年 6 月 25 日

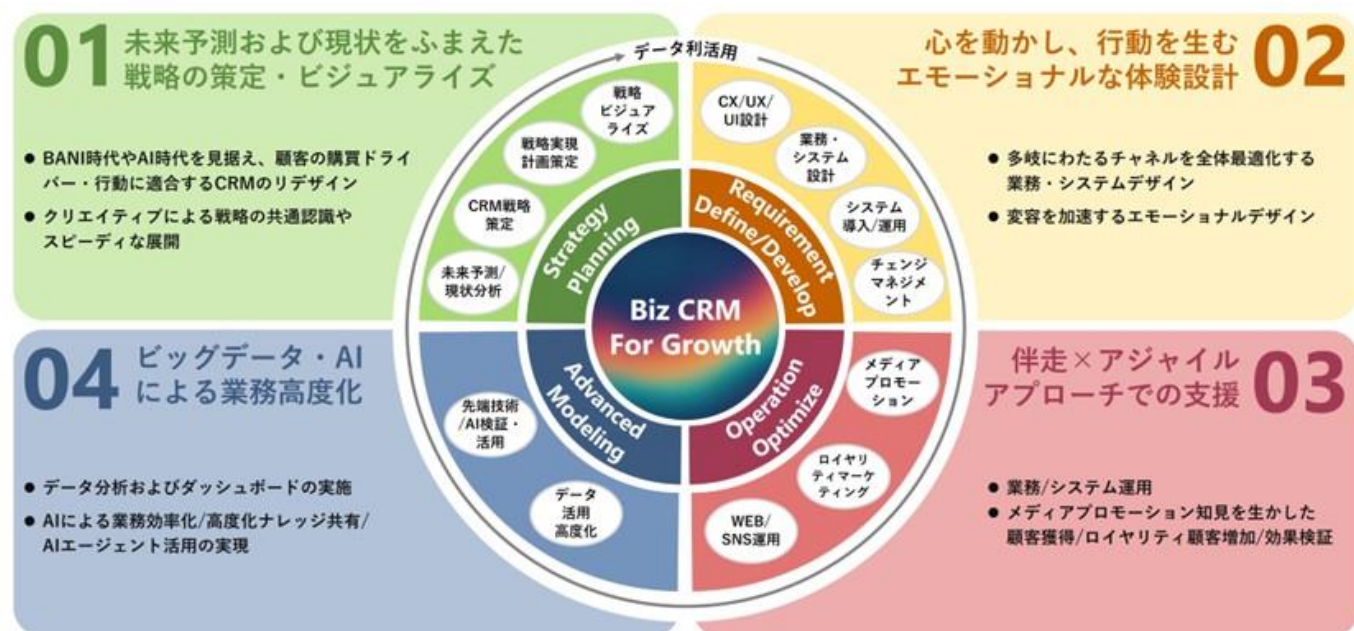
株式会社電通コンサルティング

## 国内電通グループ 4 社、CRM 起点で事業や組織の変革を支援する 「Biz CRM For Growth」提供開始

—企業の事業／組織変革、顧客体験の向上、顧客との関係性強化、収益性の向上に貢献—

株式会社電通コンサルティング（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：八木 克全）と、国内電通グループの 3 社（株式会社電通、株式会社電通デジタル、株式会社電通総研）は、CRM（顧客管理）を起点に顧客体験だけでなく、事業や組織の変革を支援する「Biz CRM For Growth」の提供を本日より開始します。当社グループの強みであるクリエイティブ、テクノロジー、コンサルティングに関する各ソリューションをワンストップで提供する支援体制を構築し、CRM を軸に企業の現状分析から経営戦略の立案、マーケティングの実行・継続的な改善までを一気通貫で支援することで、企業の収益向上に貢献します。

< 「Biz CRM For Growth」全体像 >



近年、生活者（＝顧客）の購買行動や価値観が多様化する中で、デジタル化に伴い企業には膨大な購買データの分析・マーケティング活用や、セキュアな環境下での顧客情報の管理・活用など、より柔軟で高度な顧客対応が求められてきました。BANI※と呼ばれる“感性”がより注目されるこれからの時代においては、データドリブンな分析に加え、電通の強みである顧客の深いニーズや感情を捉えられるコミュニケーション設計など、クリエイティブの果たす役割が大きいと考えています。そこで当社グループでは、これまで主にマーケティングROIの向上を目的に活用してきたCRMを、中長期的に顧客生涯価値（LTV）を高め、企業の収益性を向上させ、事業や組織の変革を起こすものとして再定義しました。

「Biz CRM For Growth」は、従来の CRM が担ってきた広告・マーケティング領域の支援にとどまらず、CRM を起点に現状分析から経営戦略の立案、業務やシステムの設計・導入、運用支援、継続的な改善までを一気通貫でサポートするサービスです。具体的には、4 つの変革フェーズ＜①戦略設計（Strategy Planning）、②要件定義／開発（Requirement Define／Develop）、③運用最適化（Operation Optimize）、④業務高度化（Advanced Modeling）＞に分けて、当社グループが持つ最適なソリューションを提供します。事業や組織を変革し、顧客体験の向上や、企業と顧客の関係性の強化を支援することで、企業の収益性向上に貢献します。

「Biz CRM For Growth」を活用することで、例えば、BtoC 企業向けには、顧客データや行動ログを基にしたパーソナライズ施策、継続購買やリテンション施策による収益の創出、顧客セグメント別施策による費用対効果の高いプロモーションの実施などが可能です。また、BtoB 企業向けには、顧客ごとに CRM を最適化し、営業活動の効率化・強化を図ることで、顧客満足度の向上を実現します。

今後も当社グループは、変化の激しい市場環境においても、顧客ニーズに応じた最適なソリューションを提供することで、企業の持続的な成長と競争力の向上に貢献していきます。

※Brittle（もろい）、Anxious（不安）、Non-Linear（非線形）、Incomprehensible（不可解）の頭文字をとり、不安定で不確実な現代世界を示す言葉。

以上

## お問い合わせ先

### 【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コンサルティング

田中 齊藤

Email : [admin@dentsuconsulting.com](mailto:admin@dentsuconsulting.com)

### 【本サービスに関する問い合わせ先】

株式会社電通コンサルティング

宮下 杉本 蓮實

Email : [admin@dentsuconsulting.com](mailto:admin@dentsuconsulting.com)

## <補足資料>

「Biz CRM For Growth」は、変革のフェーズ毎に、大別して4つのタイプの支援を提供します。

### ➤ Strategy Planning

今後のデジタル化、AI活用等の未来予測と、定量/定性による環境、競合、自社分析等を踏まえ、顧客接点横断の統合的なCRMのToBe（あるべき姿）を再設計します。現状とのFit&Gap導出を通してToBeを実現するための施策を網羅的な観点で抽出し、優先度、KPI設計、ロードマップ作成等を行います。また、取りまとめた内容をクリエイティブ等を活用してビジュアライズし、コミュニケーション計画に基づき展開することで、従業員、パートナーが共通認識をもってスピーディに実行するができ、CRM革新に確かな方向性と推進力をもたらしめます。

### ➤ Requirement Define/Develop

戦略を実行するためのCX（Customer Experience）、UX（User Experience）、UI（User Interface）を踏まえたプロセス設計、SFA・CDP(Customer Data Platform)・MA（Marketing Automation）ツールなどの選定、システム/顧客データベース/データ活用/セキュリティの要件定義/構築、テスト、移行、導入、およびシステム導入後の運用保守の設計や機能配置を最適化する組織設計等を行います。また、新たな業務、組織、システム等への変化の受容を高めるチェンジマネジメントが重要となるため、現場と経営が一体となり推進できる枠組みへのスムーズな移行を実現します。

### ➤ Operation Optimize

顧客にリーチする最適なメディアによるプロモーションを企画/実行することで顧客獲得増加を目指します。ロイヤリティマーケティングではロイヤリティ顧客を定義したうえで、改めて共通認識を確認し、アプローチを企画/実行することでロイヤリティ顧客の維持、LTVの増加を目指します。いずれもハンズオン型の支援により伴走し、顧客の反応を確認し、必要に応じてより有効なアプローチへのシフト等も行います。また、WebやSNSなどオウンドメディアの運用を行い、顧客接点チャネルの安定と更なる高度化を担います。

### ➤ Advanced Modeling

顧客行動や購買履歴、各種チャネルのアクセス情報を統合し、BIツールなどを用いた分析により、顧客対応状況を可視化し、洞察を行います。AIをはじめとする先端技術の検証/試行/導入等により、業務オートメーション化による業務効率化、予測精度の向上によるマーケティングや販売施策の最適化などを行います。また、組織内でのスキル育成やナレッジ共有を進め、データドリブンのスピーディな意思決定をはかるカルチャーを醸成することで企業全体の持続的成長を支援します。

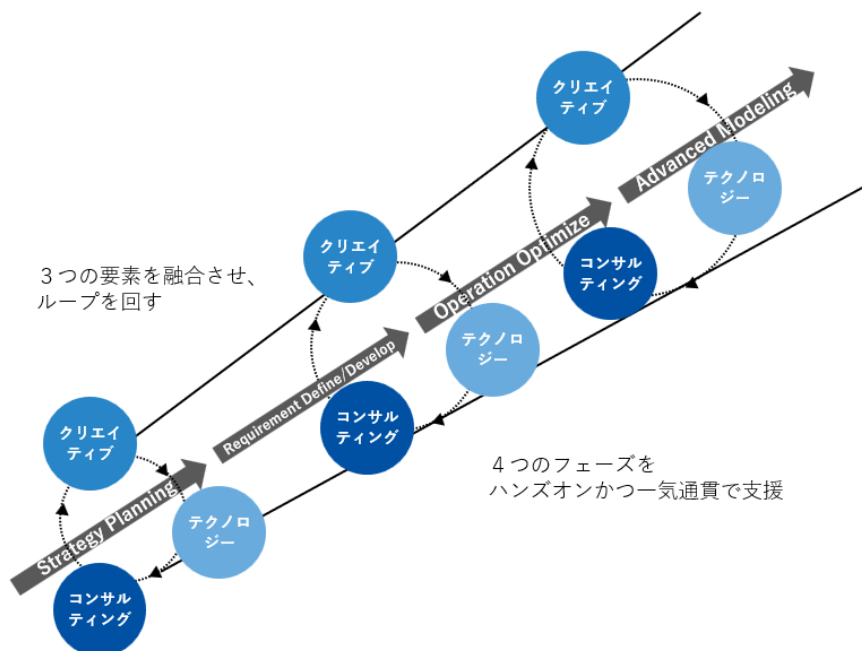
## 【Biz CRM for Growth サービスの特長】

### • 戦略から実行までの支援

電通グループ各社の知見を生かしたシナジーにより、現状分析から将来を見据えた戦略立案、具体的な施策設計、そしてその実行運用や効果策定に至るまで、一気通貫で支援します。各部署による個別取り組みでなく、戦略的な方向性に沿った一貫性のある施策実行が可能となり、部署横断での協力体制を強化できます。また、Strategy Planning、Requirement Define/Develop、Operation Optimize、Advanced Modelingといった特定の課題にフォーカスした支援も行います。

### • クリエイティブ・テクノロジー・コンサルティングの融合

戦略をクリエイティブに落とし込むことでインナーブランディング、アウターブランディングによる共通認識の確立およびブランド形成を行います。また、CX/UX/UIにより感性に訴求する設計、使いやすさを追求します。チェンジマネジメントにおいては、従業員のモチベーション向上により変革をアクセラレートし、組織全体のイノベーションを促進します。クリエイティブとテクノロジーとコンサルティングの融合により理論と感性の両輪による戦略の実効力を高めます。



### • ハンズオン型の実行支援

クライアント企業の担当者とともに課題の解決策を検討し、具体的なアクションプランを策定/実行することで、計画が途中で停滞することなく、着実に成果を生む体制を構築します。メディアプロモーション、ロイヤリティマーケティング、Web/SNS運用など、様々なメディアを最適化してアプローチし、その反応を分析し、結果に応じて迅速に柔軟に最適化していく業務等においては電通グループの知見や豊富な経験をハンズオンにて支援します。