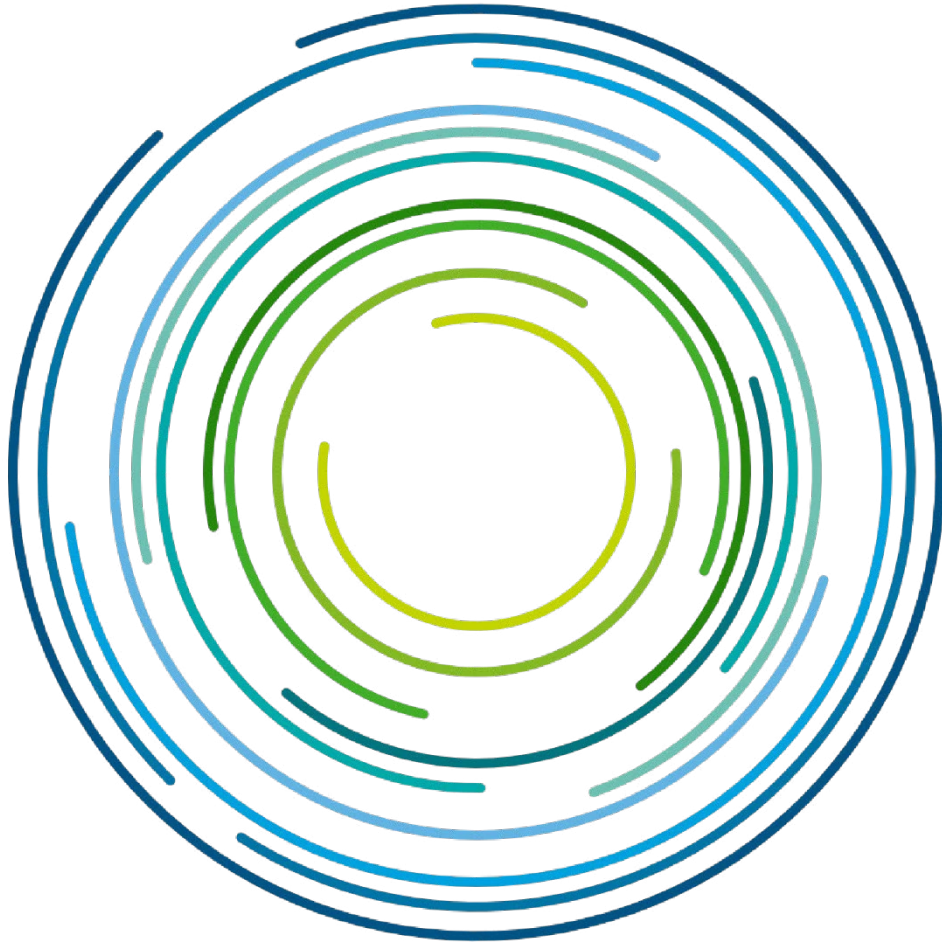




クローズドループマーケティング

マーケティングキャンペーンを、より連携し、よりコスト効率よく、より成功させるために

マーケティングと財務がコラボレーションを成功させる鍵は透明性です。しかし、それぞれの部門が異なる優先事項やパフォーマンス指標を追求しているため、協力は課題となりがちです。営業や他のチームの成功を測定するための方法は比較的迅速かつ容易に存在しますが、マーケティングのパフォーマンスに関しては、多くの異なる活動が同時進行し、タイムラインも長期にわたり、多くの場合、実際のインパクトを測定する確立された方法が存在しません。

今日成功するためには、マーケティングに関わるすべての異なる役割、プロセス、プラットフォームが密接に連携していることを確実にしなければなりません。

分断されたデータ、ばらばらのビジネスプロセスとテクノロジー、そして堅牢なアナリティクスの欠如は、CMO が効果的にマーケティングを行い、収益を拡大し、コンプライアンス基準を満たし、予算を最適化することを困難にしています。

異なる市場で複数の製品やサービスのキャンペーンを運営することは困難な課題となります。特に、計画、実行、モニタリングのプロセスを連携または自動化できない場合はなおさらです。孤立した IT ツールや手作業の工程が、必要な透明性を持って予算を管理することや、全体の市場投入までの時間短縮を妨げます。その結果、企業はマーケティングプログラムの計画・実行・測定（ROI）を効率的に行うことができず、パフォーマンスを追跡できないため、コストの管理やキャンペーンの効果向上ができなくなります。

企業の主要チームの連携不足は、年間収益が停滞または減少する主な理由となることが多いです。それぞれが独自の戦略や目標を設定しているため、マーケティング支出を該当するマーケティング活動に結びつけるのが困難になります。

また、トップダウンの計画とボトムアップの実行の間にもギャップがあり、これが投資とオペレーションの不一致につながります。

Deloitte の「Global Marketing Trends 2022」調査によると、世界で最も急成長している企業を際立たせている要素は、財務分析とマーケティングパフォーマンスの最適化をチーム全体の取り組みとして捉えていることです。CMO と CFO の強固な関係は、ビジネスパフォーマンスの向上、マーケティングプログラムのコントロールと透明性の強化、予算計画の問題の解消につながります。チーム、データ、プロセス、テクノロジー、アナリティクスをシームレスに統合したコネクテッドマーケティングは、企業の市場投入速度を 2 倍にし、マーケティングパフォーマンスを最適化し、最大で 45% の収益増加、最大 25% のマーケティング ROI 向上を実現します。

営業とマーケティングチームの協力を優先することで、ブランド認知度やトップラインの収益も向上させることができます。

そこで重要な問いは、「マーケティングと財務の連携をどう強化し、共同アプローチによるメリットを享受するか？」です。



ビジネスとマーケティングのソフトウェアの独自の組み合わせ

CMO と CFO の距離を縮めるために、Deloitte は Anaplan と Adobe Experience Cloud を組み合わせ、財務管理とマーケティングをシームレスに実現するワンストップのソリューション「Closed-Loop Marketing (CLM)」を開発しました。CLM は、計画、予算策定、支出、キャンペーン管理、パフォーマンスを統合し、マーケティングの費用対効果を高めます。

マーケティングリソース管理の先進的なプラクティスを取り入れた Deloitte の CLM ソリューションは、企業がリソースを集中管理し、全社横断で人材、予算、アセット、ワークフローを統合できるようにします。

Anaplan と Adobe のクラウドプラットフォームを組み合わせることで、

アジャイルなクローズドループ・プロセス（Fig.1 参照）が構築され、プロセスの各段階で CMO と CFO を関与させつつ、マーケティング成果と end-to-end のコストパフォーマンスを向上させます。

CLM 内では、トップダウンの予算編成に Anaplan の計画プラットフォームを使用し、企業が地域、市場、ブランド、さらにチャネルやセグメントにわたって計画を最適化し、予算を配分するとともに、複数の財務シナリオを管理できるようにします。

Anaplan はまた、入札、承認、請求のプロセスを集約し、マーケティングキャンペーン全体で予算を計画・追跡することで、ボトムアップの支出管理もサポートします。

Anaplan の計画ツールを補完するために、Adobe Experience Cloud のアプリケーションは、Anaplan で計画されたマーケティングキャンペーンの実行と測定を支援します。

Adobe Workfront は単一のハブから業務を管理し、リソース配分を最適化し、部門やチームをまたぐ協業を調整します。これにより、各分野のスペシャリストが密接に連携して取り組めます。Adobe Workfront が主にキャンペーンブリーフやタスクの作成、キャンペーンの見積コストの算出に用いられる一方で、Anaplan は両プラットフォーム間の統合承認ワークフローを用いて、見積コストを計画予算内に収めます。

キャンペーンが承認されると、マーケティングオペレーションチームは準備および実行フェーズに移行できます。Adobe Workfront はプロセス全体のコラボレーションを確保し、Adobe Marketo Engage は AEM Assets で一元管理されるブランドアセット（既存のクリエイティブと新規制作のクリエイティブの両方）を用いて、オムニチャネル・キャンペーンをオーケストレーションします。

Fig. 1 - Overview of Anaplan and Adobe features in Deloitte's CLM Solution



別の統合承認ワークフローは、Adobe Marketo Engage でキャンペーンを開始・運用する前にブランドコンプライアンスをチェックします。Adobe Analytics はキャンペーンの有効性を評価し、他のプログラム全体でそのパフォーマンスを測定します。Adobe Analytics を Anaplan に連携することで、CMO と CFO の双方がキャンペーンの成果をより深く理解し、予算と支出を比較し、結果を ROI や他の主要 KPI に結びつけることができます。

これにより、CLM（クローズドループ・マーケティング）は CMO と CFO がより迅速かつより情報に基づいて活動を調整できるようにし、リアルタイムの財務詳細と 360 度の顧客インサイトをひとつのソリューションで提供します。ターゲット、支出、キャンペーンに関して、マーケティング戦略・計画・実行といったプロセスの重要な役割がシームレスに連携します。

多国籍テクノロジー企業での大きな成功

私たちは、多国籍テクノロジー企業の新しいリーダーシップチームが、なぜ自社のマーケティング投資のリターンが最適でないのかを理解する手助けをしました。彼らが求めているのは、オムニチャネル環境のカスタム概要と、マーケティング、代理店連携、財務ユーザーの透明性と有効性を高める役割別ソリューションでした。Deloitte はマーケティングプロセスのエンド・ツー・エンドを再構築し、Anaplan と Adobe Experience Cloud を組み合わせて、地域・チャネル・キャンペーンをまたぐ予算策定・実行・トラッキングを可能にする統合プラットフォームを全社展開しました。クローズドループ・マーケティングアプローチのおかげで、プラットフォームは自動承認・キャンペーン管理ツールを活用し、予算と支出のリアルタイム整合と市場投入速度向上を実現しつつ、コスト削減も達成しています。



統合による明確なメリット

CLM の明確なメリットの一つは、財務計画・管理を自動化されたマーケティング機能に統合することで、業務のサイロ化を打破できることです。これにより企業はマーケティング施策と支出の透明性・コントロールを高めることができます。マーケティングチームは最新データ、コンテンツ、承認済みアセットにアクセスでき、営業、財務、調達、代理店、その他の主要ビジネスパートナーとの連携を強化できます。これにより、マーケティング成果と ROI が 20～25% 向上します。マーケティングデータと結果の可視性が向上したことで、リアルタイムの調整が容易になり、機会損失のリスクも減少します。透明性と相互理解の促進は、CMO と CFO がより迅速かつ情報に基づいた戦略的対応を可能にし、俊敏性と市場投入速度を 20～30% 向上させます。

CLM の導入は、部門間ワークフローを完全に刷新し、多くの企業に根深いサイロ意識を排除します。今日のビジネスリーダーは、CLM のようなテクノロジーソリューションが本質的に成長を牽引することを認識していますが、多くは明確なメリットを見出しづらいため導入に慎重です。CLM はこの曖昧さを解消し、ビジネスリーダーが中央プラットフォームから様々な KPI を定義・トラッキングできるようにします。CLM による全体把握は、さまざまな役割のユーザーが互いに支援し、パフォーマンスと収益の両面で具体的な改善をもたらします。デジタルノイズが多い現代において、企業は透明性の活用と自動化推進を目的としたテクノロジー投資から大きな利益を得ることができ、CLM はその実現に必要な機能を備えています。



デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーである合同会社デロイト トーマツ グループならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、合同会社デロイト トーマツ、デロイト トーマツ税理士法人および DT 弁護士法人を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従いプロフェッショナルサービスを提供しています。また、国内 30 都市以上に 2 万人超の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト、www.deloitte.com/jp をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、Deloitte Touche Tohmatsu Limited（“Deloitte Global”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。Deloitte Global ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。Deloitte Global およびその各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作为についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作为について責任を負うものではありません。

Deloitte Global はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは保証有限責任会社であり、Deloitte Global のメンバーファームです。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける 100 を超える都市（オーストラリア、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、最先端のプロフェッショナルサービスを、Fortune Global 500®の約 9 割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促進することで、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来 180 年の歴史を有し、150 を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約 46 万人の人材の活動の詳細については、www.deloitte.com をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、Deloitte Touche Tohmatsu Limited（“Deloitte Global”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。また Deloitte Global、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対しても責任を負いません。Deloitte Global ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。

This communication contains general information only, and none of Deloitte Consulting GmbH or Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.