

eWORKS によるマーケティングシステム全体イメージ



図 eWORKS によるマーケティングシステム全体イメージ

CRMシステムのマーケティングへの展開は、アイデア勝負のところがあります。ITを活用することによって、以前では考えられなかったようなサービスの提供や高度な分析、情報の活用ができるようになりました。

特に最近注目されているのは、一般消費者の購買動向の変化に合わせたマーケティング戦略/展開の実施、それに合わせたシステムの実装です。

たとえば、ホテルや航空券の予約などはインターネットを利用することで、即座に予約ができ、しかも割引が適用されるようになり、街中では携帯電話を会員カード代わりにしたり、財布代わりにしたりしています。

不特定多数へのダイレクトメールの発送はルール違反とまで言われ、Webサイトで商品を販売しても魅力がなければ消費者はアクセスさえしてくれない状況です。

ITをいかに活用して、消費者にアピールできるか、消費者にメリットを与えられるか、そして、買ってくれるお客様をいかに見つけるか(買わない消費者を排除できるか)が勝負と言えます。

これらの状況に合わせて、CRMシステムも追隨していかなければならない訳ですが、CRMの基本的な考え方が大きく変化しているわけではなく、既存のCRMシステムのITレベルを高めていく必要性が高まっているのだと言えます。

マーケティングにおいては、図(eWORKSによるマーケティングシステム全体イメージ)に示した各機能を実装するととどまらず、消費者の動向を常に把握することを目的に、常に変化しつづけることができる柔軟性/拡張性のあるCRMシステムが求められます。