

2013年7月22日

株式会社 電通ワンダーマン

**“キャンペーンマネジメントシステムの導入から運用までを一元提供”****「IBM® Campaign」 取扱いおよびマーケティングサービスプロバイダ (MSP) ソリューションの提供を開始**

株式会社電通ワンダーマン（本社：東京都港区、社長：野口 健介）は、米国をはじめグローバルおよび日本で高い評価と多くの実績を有する、日本アイ・ビー・エム株式会社のクロスチャネルキャンペーンマネジメントシステム「IBM Campaign」を活用した、マーケティングサービスプロバイダソリューション (MSP ソリューション) の提供を開始しました。MSP ソリューションは、「IBM Campaign」の運用負荷の低減とマーケティング施策に対する結果を高めるソリューションです。

顧客のニーズが多様化する現在、画一的なコミュニケーションでは、購買行動を促進できなくなりつつあるため、ターゲットに合わせた、きめ細かい対応が求められています。しかしながら、多様なターゲットセグメントに対して、多様なコミュニケーションを実施し、その結果を検証することは、多くの時間・労力がかかり、手作業では限界があります。「IBM Campaign」を導入することで結果検証をスピーディに実施するとともに、「施策結果からの改善コミュニケーション戦略立案、戦術までトータルで最適化する MSP ソリューション」と組み合わせることで、マーケティング課題の早期解決が可能となります。

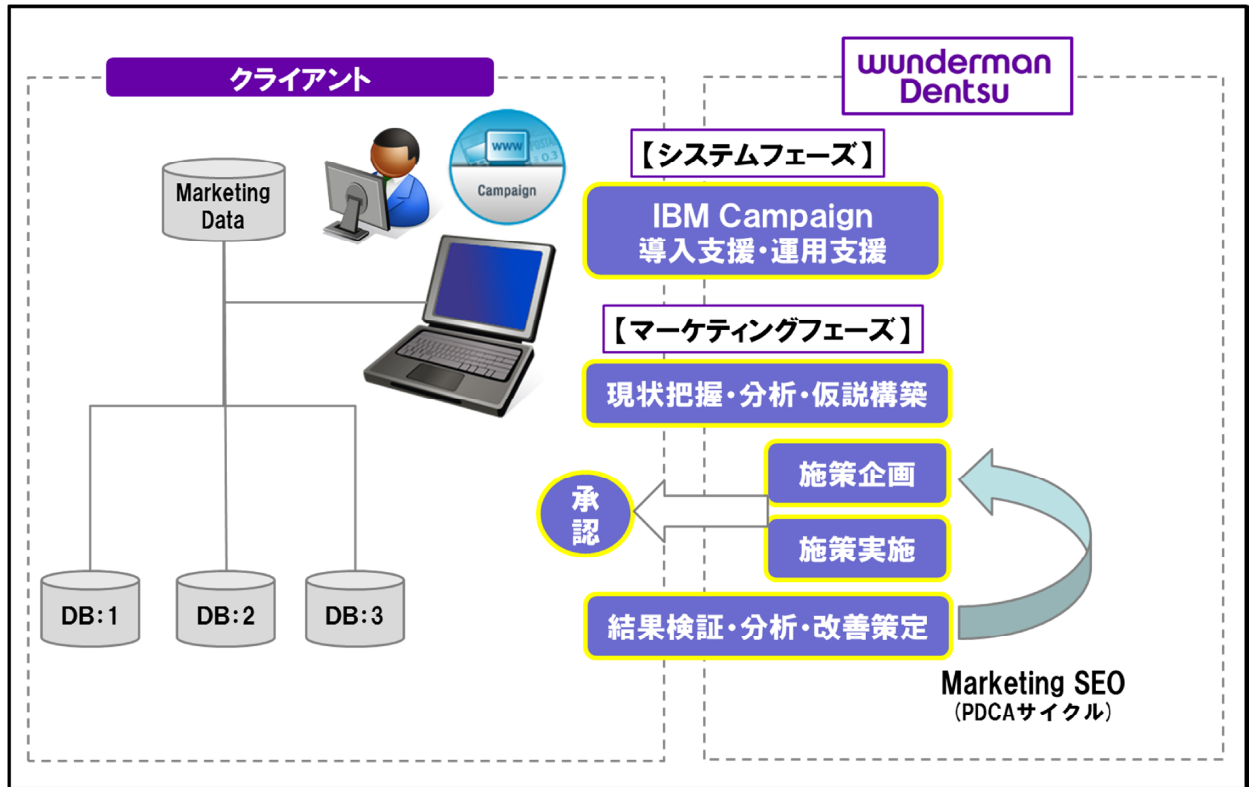
**MSP ソリューションを導入された企業様の事例（一例）**

通販アパレル様 メールコミュニケーションの最適化により、売上を 300% 向上

**「IBM Campaign」の特徴** （日本IBM社ホームページより転載）

- ・提供されたオファー、コンテキストとキャンペーンの詳細、および応答の有無などの完全な履歴により、顧客または見込み客との効果的かつ持続的な対話を確立します。
- ・いくつかのアトリビューション手法（ベストマッチ、部分的、複数、カスタム）を用いて、キャンペーンに対するさまざまなタイプ（直接、間接、推測）の反応のアトリビューション分析を行うことによって、ループを閉じます。
- ・対象顧客のセグメント化、除外、およびオファーとチャネルの割り当てといったキャンペーンのロジック全体を管理します。
- ・キャンペーンのビルディング・ブロック（対象顧客、セグメント、オファー、処理、除外ルールなど）の使用、再使用、および追跡を可能にします。

< IBM Campaign+MSP 全体図 >



【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社 電通ワンダーマン コーポレート管理部

松永 TEL : 03-6430-8291 Mail : matsunaga@wunderman-d.com

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社 電通ワンダーマン MSPソリューションチーム

佐藤 TEL : 03-6430-8010 Mail : k-sato@wunderman-d.com

株式会社電通ワンダーマンのご紹介

米国TIME誌が選ぶ「20世紀の3大広告人」の一人に選ばれたレスター・ワンダーマン氏が設立したワンダーマン社と、総合広告代理店 電通の合併会社として、日本では1985年に創業。ダイレクトマーケティングという言葉とともにその概念は、ワンダーマン氏が創出したものであり、「ダイレクトマーケティングの父」と呼ばれている。

ワンダーマン社は、様々な革新的マーケティングメソッドを有しており、電通ワンダーマンでは、それらメソッドを日本の市場に合わせて活用することで、クライアント貢献を果たしている。またレスター・ワンダーマン著の「ワンダーマンの売る広告」に記されている、“成功するすべての会社知っている19のルール”は、時代を超えたマーケティングの真理として、多くのマーケッターの支持を受けている。