

GROWTH MARKETING

初心者でもわかるグロースマーケティング



GROWTH MARKETING

本資料はGrowth Marketingメディアからの一部抜粋です。
本資料に掲載の情報や文章は株式会社DearOneに帰属します。
情報の無断使用・転載は固くお断り致します。

Growth Marketingとは、企業・事業・製品・サービスの持続的成長にフォーカスしたマーケティング活動のことを言います。

2010年にGrowth Hack、2011年にLean Startupという言葉が登場しブームになりました。この2つはあくまで手法であり、製品・サービスの成長を効率よく行うためのテクニックであります。

Growth Marketingはこの手法をベースに経営・組織・環境整備・マーケティング全体に対しGrowth軸に取り組むことを意味します。

時代が大きく変動し、今まで行われてきた「勘」と「経験」に頼ったマーケティングでは充分ではなくなってきました。

まず、スマートフォンの普及により情報接触が多様化、ユーザー行動の複雑化、それに伴いマーケター自身から見えにくいユーザー行動が生まれやすくなってきました。

また今まで取得が難しかったようなデータも、IoTやAIのような技術の革新とともに取得が可能となっております。



もちろんオンライン情報だけではなく、顧客の購買データはもちろん、スマートフォンのGPS・Bluetoothや店舗カメラを利用した位置補足により、オフラインの情報も可視化できる時代へ突入しています。

日本市場で、直近の最たるものは高輪ゲートウェイ駅にできた無人コンビニが該当します。

この無人コンビニですが、天井に設置したカメラと店内の赤外線、商品棚に設置した重量計のデータを組み合わせ「誰が何を買ったのか」をAI(人工知能)が判断します。

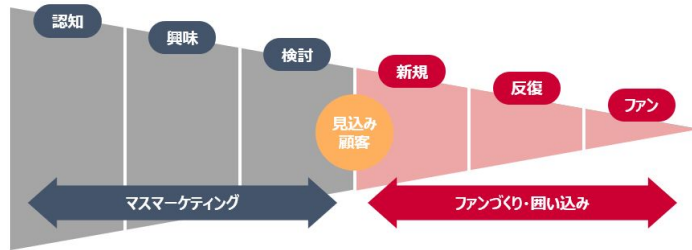
そして出口ではタッチパネルに表示された購入内容を確認し、交通系電子マネーを端末にかざすと決済が完了してゲートが開きます。

オンライン行動はもちろん、オフライン行動も可視化される時代へ



このようにオフラインの情報も技術の発達により取得が可能となっております。

「新規獲得」から「ファンづくり・囲い込み」の時代へ

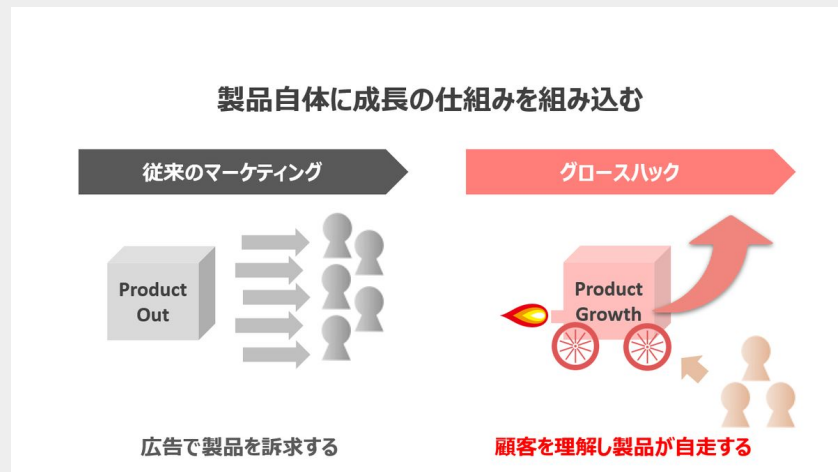


これらのような時代の変化を受けて企業・事業・製品・サービスの持続的成長を考慮すると、マーケティングも一昔前のように大きく広告を打って新規ユーザーを増やすマスマーケティングだけではなく、顧客を理解し、ファンにしていくことがとても重要になってきます。

グロースハック

Growth Marketingの手法である「グロースハック」についてもご説明いたします。

グロースハックとは、製品自体に成長(グロース)の仕組みを埋め込むことを言います。



グロースハックの事例

Dropbox

Dropboxは、友人を招待すると無料容量アップの施策を用いて、新規登録数を60%増加させました。

Dropboxとは、ファイルの管理や共有が簡単にできるサービスです。無料のプランだと容量が2GBまでで、有料プランにすると100GBまで利用可能になるという内容でした。

無料プランから有料プランにアップグレードするのは顧客の心理的ハードルがあると考え、友人を招待すると0.5GB追加になる施策を打ちました。

この施策により活発に招待が行われ新規登録者数を60%増加しました。友人を招待することで顧客がサービス内で得する仕組みは、グロースハックの王道であると言えます。

この仕組みを作ったのは『Growth Hacker』という造語を生み出したSean Ellis氏であります。

メルカリ

メルカリは様々なグロースハックを行っておりますが、ここでは「顧客の声を聞かずに顧客を理解した事例」を取り上げたいと思います。

メルカリに対して顧客から、Sold Outした商品を表示しないでくださいというリクエストがあり、社内でも表示しなくていいのではないかという声がありました。

実際に非表示にするテストを行うと購入側のアクティビティには変化がほとんどなかったが、初出品を行う顧客の割合が下がってしまいました。

これは、売り切れた商品を見ることで、売り切れているものの類似商品を出品する気にさせる効果があったのではないかと推察されます。

このように顧客の声だけに耳を傾けず、顧客の本質を理解することで、サービスが自走していくことを妨げない事もグロースハックであると言えます。

企業における グロースハック活用

では、Growth Marketingのためのグロースハックを成功させるために、企業は何をしてきたのでしょうか。

米国ではいち早く Growth Marketingの手法が広まり、Microsoftや IBM、Twitter、Dropbox、Walmart、BURGER KING、PayPalといった、様々な業種の企業が『ユーザー行動分析』におけるグロースハックを成功させてきました。

そして日本でも様々な業界、業種においてその活用が始まっています。

グロースハックしプロダクトを成長させるためには一体何が必要なのか。その答えはユーザー行動分析です。

ユーザー行動分析とは文字通り『ユーザー行動』に基づいて分析すること。企業は膨大なデータを取得し分析することで、よりプロダクトをグロースさせ、よりビジネスをグロースさせることができるのです。

製品の磨き込みには、顧客理解が欠かせない

データを元にした顧客理解が良い製品体験を生み、ファンを増やす



顧客理解



改善・最適化



よい製品体験・ファン化

DearOneが日本総合代理店として提供するソリューション『Amplitude(アンプリチュード)』は、オンラインで取得するデータのみならず、オフラインのデータをも取得し分析可能。



専門的なデータサイエンティストがいない環境下であったとしても、マーケターやプランナーが簡単な操作で直感的に、そして短時間にデータ分析を行えるツールとなっております。

ボトムファネルにスコープをあて LTV / リテンションを向上する

認知

興味・関心

比較検討

購入

FTUE向上

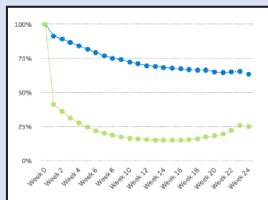
ロイヤル化

LTV/リテンション向上

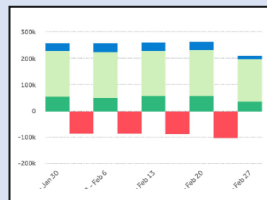
- ✓ ロイヤルカスタマーが辿った「行動の軌跡」を把握
- ✓ ユーザー一定着の鍵となる「マジックナンバー」検出や、「North Star」設計を補助
- ✓ オンライン・オフラインの「クロスチャネル」分析が容易
- ✓ 分析官が苦勞してやっていたことをテクノロジーで実現(no SQL)
- ✓ 高速情報処理技術(Powerful Exploratory Reports)



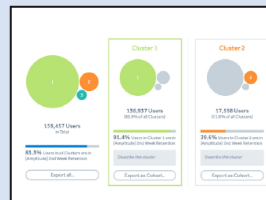
15種類のチャートが標準搭載



リテンション分析



アクティブユーザー分析



クラスタ分析



パスファインダー

ユーザ行動の予測分析、施策の意思決定を支援

Amplitudeは世界中で40,000 以上のプロダクトに採用されています



DearOneはみなさまのTrusted Expertとして、Amplitudeを活用した行動分析・Growth Marketing・グロースハックの支援をし、カスタマーサクセスとコンサルティングを実施しております。

カスタマーサクセス部隊による寄り添い支援

データ前処理



- ✓ ETL処理
- ✓ データプレパレーション
- ✓ DWH構築、CDP接続

サービス改善



- ✓ UX・ジャーニー最適化
- ✓ コンテンツ拡充・見直し
- ✓ 施策立案・実行

指標設計



- ✓ OKR・North Star設計
- ✓ モニタリング・チューニング
- ✓ 示唆・レビュー

お客様のMar-techソリューションの活用と成長をサポートいたします。

どうぞお気軽にお問い合わせください。

<https://bit.ly/growthmarketingcontact>



デジタルは、人をつなぐ。

DearOne

<https://www.dearone.io/>