

デジタルマーケティング特集に 寄せて



富士通株式会社 執行役員常務

木脇 秀己

スマートデバイスやソーシャルメディアの爆発的な普及によって、購買プロセスにおけるインターネットの重要性がかつてないほどに高まっています。そのような状況において、企業のマーケティングのあり方が大きく変化しており、特にデジタルコミュニケーションを高度化してお客様とのエンゲージメントを強化するテクノロジーに注目が集まっています。

富士通は長年にわたり、国内外の膨大な数のお客様企業の資産を運用させていただくことによって、基幹システムから端末まで、構築、運用、およびデータ活用のためのノウハウを蓄積してまいりました。また昨今では、ログ情報や画像、動画などのビッグデータを管理・分析する基盤や、データサイエンティストによる解析サービスの提供、更にはデジタルマーケティング戦略の策定を支援するコンサルティングサービスの提供など、お客様起点で企業のマーケティングイノベーションを実現する取り組みを強化してまいりました。そして、それらを「FUJITSU Digital Marketing Platform CX360」として2016年11月に体系化いたしました。

それに加えて、日々進化を続けるマーケティングテクノロジーやお客様ニーズの高度化への対応、AI（人工知能）や量子コンピューティングなどの最先端技術の適用、更にその技術力とインテグレーション力をCX360に取り込んでまいります。そして、徹底した顧客起点のデジタルマーケティング、言い換えればヒューマンセントリックなデジタルマーケティングによって、顧客体験価値とビジネス競争力の更なる向上を目指してまいります。

本特集号では、CX360を活用したデジタルマーケティングのフレームワークのもと、お客様のマーケティング活動を高度化し、更なる成長に貢献する技術やアプローチ方法などについて、社内事例やお客様の導入事例を交えてご紹介いたします。