



Salesforce World Tour Tokyo 2018

[5-2]セッション

ライオンと電通デジタルが二人三脚で歩む、
バファリンのMA導入から活用に至るまで

12月5日（水）13:50-14:20



THANK YOU



BtoCビジネス成長への期待とパートナーとの連携の重要性



パートナーエコシステムの更なる拡大



新しいカタチで顧客とつながる
SalesforceのSuccess Platform



本日の講演ゲスト



×



ライオン株式会社

コミュニケーションデザイン部

CXプランニング室

CXプランナー

阿曾 忍 様

株式会社電通デジタル

データ/テクノロジー部門

カスタマーサクセス事業部

グランドデザイン

グループマネージャー

一柳 寿一 様

株式会社電通デジタル

データ/テクノロジー部門

クラウドインテグレーション

事業部 第2グループ

コンサルタント

野澤 恵梨 様





一柳 寿一
Toshikazu Ichiyanagi

データ/テクノロジー部門
カスタマーサクセス事業部
グランドデザイングループマネージャー



野澤 恵梨
Eri Nozawa

データ/テクノロジー部門
クラウドインテグレーション事業部
第2グループ コンサルタント

SIer、Web制作会社を経て電通デジタルへ。
デジタルマーケティング施策とそれを支えるシステムまで含んだ
グランドデザインを策定。
ソリューション選定、運用定着化支援まで対応。

⇒**デジタルマーケティング構想策定担当**

中小企業向けCMSベンダーから、電通デジタルへ。
メールマーケティングをメインとしたCRM業務、
MAやDMPの導入・運用プロジェクト等に参画。
Salesforce 認定 Marketing Cloud コンサルタント。

⇒**プランニング&デリバリー担当**

今日を愛する。



コミュニケーションデザイン部様



電通グループ

電通

電通デジタル

電通国際情報サービス

ブランド理解

デジタル施策
プランニングソリューション
導入・実装

電通デジタルは、電通グループのケイパビリティを集結して設立された
デジタル総合ファームです

DENTSU
DIGITAL



CONSULTING

コンサルティング

クライアントに助言を与え、
戦略代替案策定他を支援します



DEVELOPED AND
IMPLEMENTED

開発・実装

システム他を構築したり、
新機能や仕様を組み込みます



OPERATION AND-
EXECUTION SUPPORT

運用・実行支援

広告運用、PDCA、コンテンツマーケティング他を
継続的に運用・実行支援します

電通グループのIT企業、金融機関や製造業など日本を代表する企業へのITソリューション提供をグローバルで展開。
『デジタルマーケティング』領域においても、マーケティング/テクノロジー双方の観点で数多くの企業のプラットフォームデザインをサポート。

商号： 株式会社 電通国際情報サービス (ISID)

本社： 東京都港区港南2-17-1

代表者： 代表取締役社長 釜井 節生

設立： 1975年12月11日
* 2000年11月 東証1部上場

資本金： 81億8,050万円

売上高： 連結 83,423百万円 (2017年12月期)

従業員： 連結 2,716名 (2017年12月末現在)

URL： www.isid.co.jp





阿曾 忍 Shinobu Aso

ライオン株式会社
コミュニケーションデザイン部 CXプランニング室

菓子メーカー2社でビスケット、グラノーラ、コラーゲンドリンクの研究開発・
マーケティングに従事し、Eコマース対策なども担当。

2017年からライオンにてブランドコミュニケーションを中心に
IMC・顧客体験の設計やCRM領域・データ活用の取組みにも携わっている。

<担当ブランド（過去含む）>

キレイキレイ

Ban

hadakara
ハダカラ

BUFFERIN

ライオン株式会社

健康・快適・清潔・衛生に関わる事業：一人ひとりの心と身体のヘルスケアを実現

オーラル



ファブリック



リビング



ビューティ



薬品



次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ

バファリン

バファリン



アセチルサリチル酸(アスピリン)



イブプロフェン + アセトアミノフェン



ロキソプロフェンナトリウム



イブプロフェン + アセトアミノフェン



アセトアミノフェン

ブランドのラインナップになると知らない製品も多い

有益な情報を届けても生活者の意識には残りにくい

- ・情報の氾濫
- ・集中力の低下

生活者とのコミュニケーションが変化

- ・デジタルネイティブ、ミレニアル世代の価値観
- ・**サステイナブルな関係構築の重要性**

デジタルでの手ごたえ

【2017年4～6月】
やさしさの真相キャンペーン
バファリンのやさしさは半分どころじゃなかった



【2017年12月～2018年2月】
BUFFERIN OF PRISMキャンペーン



脱ガマン宣言！キャンペーン



Marketing Cloudで実施したメールコミュニケーション

キャンペーンの御礼



【頭痛】



- ・ 頭痛のガマン払拭
- ・ 頭痛と天気痛の関係
- ・ 頭痛診断コンテンツ

アンケートによる意識チェック



【生理痛】



- ・ 生理痛のガマン払拭
- ・ 生理痛の悩み
- ・ 生理痛チェックコンテンツ

“人”を基点にできる仕組みを作らないと。

たとえば“接点”基点になってしまふと、コミュニケーションが分断されるうえに、
施策やエンゲージを正しく評価できない。



同じ人？違う人？

実際に体験していただけます。※本日限り

①バファリン LINE公式アカウントと
友だちになります。



②「SWTT」と話しかけてください。
応答メッセージを返します。



ライオン様を支えている4つの力とは

ブランド
理解力

+

幅広い
ソリューション
知識力

+

実現/実行力

伴走力

同じ景色を見ながら、クライアントが気づかない課題を伝えて解決まで走れるか

伴走力がないと、理解力・知識力・実現/実行力を活かしきれない

お問い合わせは電通デジタルコーポレートサイトからお願いします。

The screenshot shows the homepage of the Dentsu Digital website. At the top, there is a navigation bar with links for 'ABOUT US', 'OUR SERVICES', 'CASE STUDY', and 'REPORTS'. Below the navigation is a large banner featuring a photograph of people walking on a sidewalk. On the left side of the banner is a colorful circular logo composed of four arrows forming a loop. To the right of the logo, the text 'People Driven Marketing' is written in a large, lowercase, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) at the end. Below this, in smaller text, is the Japanese phrase '私たちの考えるマーケティング "People Driven Marketing"'.

A red callout bubble with a white border and a black arrow points from the text 'お問い合わせ' in the previous slide to the search bar area of the website. Inside the callout bubble, the text reads:

お問い合わせの際、フォームの「新規お取引
のご相談」を選択いただき、表題に“SWTT”
と入力してお問い合わせください

Below the banner, there are three sections: 'TOPICS' (with a 'SEE MORE >' button), 'RELEASE' (with a 'SEE MORE >' button), and a section for '2018年11月30日 メディア掲載 (DIGIDAY)' which links to an article about sports activities for disabled individuals.