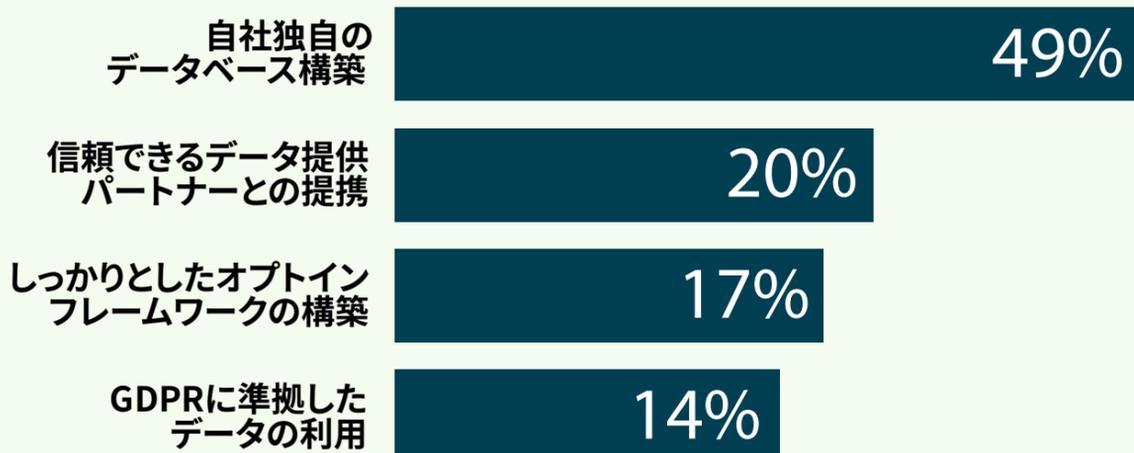


マーケター必読！ 今こそ強靱なデータ構築を！

ファーストパーティデータが注目される中、BtoBマーケターはデータ構築においてどの点を重要視しているのでしょうか。弊社ネットワークにおけるマーケターの皆様への調査結果では以下4点が壁として浮き彫りとなり、今後のデータ構築に対する注目点が見えてきました。



49%

データベースの構築

Googleの段階的なサードパーティデータの廃止に備え、信頼できるデータ提供パートナーとのファーストパーティデータの構築は不可欠となってきます。このデータベースは、各キャンペーンのターゲットに合わせて、オーディエンスのサイズ・範囲を調整をするのにも役立つでしょう。

20%

信頼できるデータ提供企業との提携

BtoBにおけるリード提供ベンダーに対して、提供されるリードやデータについての全体像までしっかりと案内を受けている、と感じている利用者はたったの36%¹とされています。みなさんもベンダーに対して今一度、提供されるリードがどのようにリード認定されているか確認してみませんか。弊社では全てのチャネルのエンゲージメントを100%デジタル環境で追跡。外注を一切しておらず、お客様に対しても全容をしっかりとご案内ができるのです。

17%

オプトインフレームワークの開発

弊社では、安全性の高い常設のオプトインプロセスに加え、各国の状況に対応できるよう、独自フォームやランディングページを作成、提供しています。今後、ベンダーの選定には、オプトインだけをオプションとして頼り切るだけでなく、こうしたユーザーを守るためのセキュリティを重ねていけるか、という点も考慮していく必要があるでしょう。

14%

GDPRに準拠したデータの利用

信用できるデータからのデータベースの構築は、運用に安全性をもたらすだけでなく、マーケターにとってはリード属性や意図を理解する重要な情報源となります。弊社で扱うデータはBtoB提携に関連するもののみ、そしてGDPRに100%準拠したデータのみとなっています。



88%

のマーケターが、
ファーストパーティデータの取得が
最重要と回答²

ファーストパーティデータがあれば、マーケターは複数のチャネルで同一のデータセットを活用でき、同じ見込み客をターゲットにすることができます。弊社では、統計パラメータと組み合わせたインテントデータを駆使し、マーケティングキャンペーンを展開します。そして弊社のコンテンツシンジケーションプログラムにより閲覧状況（クリックのみでなく、実際の閲覧時間等）を計測した上で、関心の高い購入決定者としてのリードを選定、提供しています。

参考文献

1. <https://www.forbes.com/sites/johnellett/2018/10/10/b2b-buyers-dont-trust-vendors-and-that-is-a-huge-opportunity-for-marketers/?sh=58eb7f7b6a01>

2. <https://www.marketingdive.com/news/88-of-marketers-say-collecting-first-party-data-is-a-2021-priority-study/593174/>