

2025年以降の デジタル体験における 主要なトレンド

今日の目まぐるしく変化するデジタル環境に対応し続けるには、常にイノベーションを起こし、新たなテクノロジーや消費者行動の変化、複雑なマクロ経済環境に先んじることのできるマーケティングと顧客体験をリードできる人財が必要です。敏捷性と洞察力も重要な要件であり、顧客体験の優先することと共に、これらは価格、ブランド、製品を上回り、顧客のロイヤリティを引き出す要因となります。

企業のブランドがデジタルイノベーションの最前線に立ち続けるためには、今日の市場におけるデジタル体験のトレンドを見極め、それをビジネスに応用する最善の方法を探ることが重要です。以下にマーケティングとエクスペリエンスのリーダーが、今から活用すべき5つのデジタルトレンドを紹介します。

トレンドその1： ハイパーパーソナライゼーション

ハイパーパーソナライゼーション(超個別化)は、データ分析と人工知能(AI)を使って個々に高度にカスタマイズされた体験を生み出し、企業と顧客の関わり方を変革するものです。デジタル体験の作り手にとって、ハイパーパーソナライゼーションは、顧客のニーズや嗜好を予測することで、デジタルプラットフォーム全体でイノベーションを促進し、顧客体験を向上させるために重要です。ハイパーパーソナライゼーションをデジタルエコシステムに統合することで、企業は競争市場で差別化を図り、顧客の維持を強化し、デジタルサービスを最適化するための貴重な洞察を得ることができます。

ハイパーパーソナライゼーションはまた、マーケティング担当者がより効果的なターゲティングを行い、投資収益率を高めるのに役立ちます。顧客の好みに応じた取り組みを実現しつつ、顧客一人一人のユニークなジャーニーを理解することで、企業はマーケティング戦略と戦術を微調整し、適切なタイミングで正しいメッセージを届けることができ、より強いブランドに対する愛着を育むことができます。

考慮すべき重要なヒント：

- 企業として活用したいデータと、それをどのように活用・統合すれば顧客一人ひとりを俯瞰的に360度見渡せるようになるかを考えましょう。これには、購入履歴、顧客とのやり取り、ウェブサイトでの行動などが含まれます。
- 対話のパーソナライズ、新しいコンテンツの提案、プロモーションやオファーのカスタマイズに使用できるリアルタイムデータに投資しましょう。

トレンドその2： オムニチャネル体験

顧客は、すべてのタッチポイントにおいてシームレスで統合された体験を期待しています。オムニチャネル戦略を実現することで、顧客がオンライン、モバイル、または店舗にてブランドとやり取りする際、常に一貫性があり統一された体験が可能になります。また企業は、進化する顧客の期待やテクノロジーに対応できる、柔軟なビジネスを構築することが可能になります。

具体的には、このアプローチによって企業は包括的な顧客データを収集できるようになり、より正確なターゲティングとパーソナライゼーションが可能になります。これにより、エンゲージメント率とコンバージョン率が向上します。その結果、デジタルと物理的なチャネル全体でシームレスな体験が提供され、利便性と柔軟性を実現するとともに、顧客の生涯価値を高めることができます。

最近のケーススタディ：

大手の小売業者のケースを取り上げてみましょう。この企業は、オンラインと実店舗における活動全体に渡る一貫性のない顧客エクスペリエンスの改善に苦勞しており、顧客エンゲージメントとニーズを把握できていませんでした。そこで、より顧客中心の経営環境を構築することを目指し、専門家と協力し、新しいマーケティング技術をタッチポイントに統合し、一貫性のある顧客体験を形成しました。これらの重要なヒントにより、この小売業者は1対1のパーソナライズされたアプローチを80%増加させ、クロスセルとアップセルの成長率を前年比110%に押し上げることができました。

- カスタマージャーニーを深く理解し、エクスペリエンスをマッピング、すべてのタッチポイント、インタラクション、潜在的なギャップを特定しましょう。
- 企業がダイナミックなコンテンツと文脈に適した関連性を持って、チャネル全体に渡ってパーソナライズを行うための戦略を構築し、それらのキャンペーンを効果的に管理するためのマーケティング技術とツールに投資しましょう。
- チャネル全体に渡って顧客行動に関する詳細な洞察を提供する高度な分析プラットフォームを活用し、十分な情報に基づいた意思決定を行えるようにしましょう。
- より良いパフォーマンスを目指して戦略を継続的に磨き続けましょう。



トレンドその3： 生成AIとコンテンツ自動化

生成AIは、企業のマーケティング、デジタルエンゲージメント、顧客体験へのアプローチを革新しています。生成AIは、複数のチャンネルに渡るパーソナライズされたコンテンツを大規模に生成し、個々のユーザーのニーズや好みに適応する能力をエキスパートチームに提供します。自動化の力を活用することで、チームはコンテンツをより効果的に管理し、コストを削減し、俊敏性を向上させることが可能となり、戦略的な取り組みに集中するための時間を確保できます。

考慮すべき重要なヒント：

- 生成AI戦略を考えるときは、まずは小規模な取り組みから始めましょう。
- さまざまな種類のコンテンツ生成を自動化するためのツールを導入しましょう。

トレンドその4： コンポーザブルコンテンツ

コンポーザブルコンテンツのアーキテクチャーは、柔軟性と回復力の高いデジタル体験を構築することを可能にします。複数のインターフェースでコンテンツを作成できるオーサリングシステムを導入することで、作成者が最も使い慣れたインターフェースを使用してコンテンツを作成できるようになり、多様性が向上するとともに、複数のチャンネルで一貫性を確保できます。この結果、エクスペリエンスチームやテクノロジーチームは迅速にスケールアップし、イノベーションを推進することが可能になります。

このオーサリングプロセスの民主化により、コンテンツの速度を向上させ、企業内の全ての貢献者が効果的に参加できるようになり、新機能やアップデートの配信が加速されます。これらのテクノロジーを組み合わせることで、企業はデジタルエコシステムを長期的に維持し、進化する顧客の期待やテクノロジーの進歩に迅速に対応し、持続可能な成長を促すことが可能になります。

これは、あるメディア制作および配信会社が煩雑なCMSを更新しようとしたときに経験したことです。プロティビティの専門家は、同社と提携して、旧CMSからAdobe Experience Managerへの移行および再プラットフォーム化を行い、50,000以上の記事、番組、およびポッドキャストを移行しました。新しいプラットフォームを導入し、Adobe Edge Delivery Servicesを活用して1ヵ月後、同社はページパフォーマンスが86%高速化し、平均訪問時間が2倍、広告のビューアビリティが41%向上しました。

このメディア・エンターテインメント企業は、以下の重要なヒントに従いました：

コンテンツ管理がよりコンポーザブル（組み立て可能なフレームワークに進化する中、作成者が好みのインターフェースで作業できるようにし、ワークフローを効率化し、コンテンツの速度を向上させる技術を優先しましょう。

トレンドその5： データの透明性

データプライバシーとコンプライアンスに対する懸念が高まる中、マーケティングとエクスペリエンスチームは、データ収集の透明性を強調し、ユーザーが自分のデータをよりコントロールできるようにするため、プライバシーを第一に考えたアプローチを採用する必要があります。また、ユーザーの利益のためにデータをどのように活用しているかについての透明性も評価する必要があります。これは、長期的な関係を築く上で重要な価値の交換にも寄与します。

このようなプライバシーを重視した戦術を採用することで、顧客データを安全に保つというコミットメントを示すことができます。また、それだけでなく、データを活用することで顧客がどのような利益を得るかを示し、ブランド全体の信頼と長期的な顧客ロイヤルティを高めることができます。プライバシーを保護する方法を統合することで、企業はグローバルなプライバシー基準へのコンプライアンスを確保しながら、データ分析を活用してユーザー体験を向上させ、デジタルサービスを最適化し続けることができます。

データの活用とプライバシー保護のバランスを保つことで、パーソナライズされた顧客とのインタラクションにおけるイノベーションを推進し、ユーザーのプライバシーを侵害することなく、高度に関連性があり文脈に応じた体験を提供することを可能にします。規制が厳しくなる市場において、これらの実践することは、倫理的なデータ使用を保証し、透明性とプライバシー保護に配慮した変革のリーダーとしての競争力を企業に与えることにもなります。

考慮すべき重要なヒント：

- 個人のプライバシーを侵害することなく顧客の行動を洞察するために、データのマスキングや匿名化などのテクニックを検討しましょう。
- 顧客が自身のデータを共有することで、あなたとの関係を改善するという価値提案を評価し、そのデータの利用から得られる価値を明確にすべきかどうかを検討しましょう。

テクノロジー、データ、インサイトといったマーケティングおよびデジタルトランスフォーメーションの重要な要素を活用し、シームレスな顧客体験を実現する方法については、<https://digital.protiviti.com> (英語)をご覧ください。

プロティビティについて

プロティビティは、企業のリーダーが自信をもって未来に立ち向かうために、高い専門性と客観性のある洞察力や、お客様ごとに的確なアプローチを提供し、ゆるぎない最善の連携を約束するグローバルコンサルティングファームです。25ヶ国、90を超える拠点で、プロティビティとそのメンバーファームはクライアントに、ガバナンス、リスク、内部監査、経理財務、テクノロジー、デジタル、オペレーション、人材・組織、データ分析におけるコンサルティングサービスを提供しています。プロティビティは、米国フォーチュン誌の働きがいのある会社ベスト100に10年連続で選出され、Fortune 100の80%以上、Fortune 500の約80%の企業にサービスを提供しています。また、成長著しい中小企業や、上場を目指している企業、政府機関等も支援しています。プロティビティはRobert Half (RHI)の100%子会社です。