



COMPANY

ネットイヤーグループ株式会社
http://www.netyear.net

〒104-0061
東京都中央区銀座2-15-2 東急銀座二丁目ビル
03-6369-0500 (代表) info@netyear.net (代表)
代表取締役社長 兼 CEO 石黒不二代
設立 1999年7月7日
売上高 6,801百万円 (連結、2016年3月期)
従業員数 357名 (連結、2016年3月31日現在)

 <https://www.facebook.com/netyear>

 <https://twitter.com/netyeargroup>

OUR GROUP COMPANIES



Tribal Media House

株式会社トライバルメディアハウス | ソーシャルメディアマーケティング

ソーシャルメディアを基軸に、マーケティング活動を支援するデジタルマーケティングパートナー。クライアントのマーケティング課題に徹底的に向き合い、コンサルティング、プロモーション支援をいたします。共創マーケティングプラットフォーム「ココスクウェア」、クチコミ分析ツール「ブームリサーチ」、ソーシャルメディア統合管理ツール「エンゲージマネージャー」など、様々なサービスとソリューションも展開しています。



rakumo株式会社 | クラウド型コラボレーティブウェア

G Suite™ やSalesforceをより便利に使いやすくするため、グループカレンダー、電子票議、経費精算などのオフィスツールをクラウドで提供。オフィスの生産性向上と働き方改革の実現に貢献します。

HISTORY

- 1997年 10月 米ニューヨークに前身となるNetyear Group, Inc. を設立
- 1999年 7月 ネットイヤーグループ株式会社を設立し、日本市場に進出
- 2000年 10月 株式会社ファーストリテイリングの「ユニクロドットコムプロジェクト」に参画
- 2003年 4月 KDDI株式会社のコーポレートサイト全面リニューアルを支援
- 2004年 9月 戦略的マーケティングパートナーとしてギャップジャパン株式会社を支援
- 2006年 9月 ネットイヤークラフト株式会社を設立
- 2008年 3月 東京証券取引所マザーズに株式を上場
- 2008年 7月 au携帯電話コンテンツで「ニューヨークフェスティバル2008国際広告賞」銀賞を受賞
- 2009年 1月 株式会社トライバルメディアハウスの株式を取得し子会社化
- 2010年 8月 株式会社イブサのECサイトリニューアルとチャットカウンセリング導入を支援
- 2012年 8月 サッポロビール株式会社とユーザー参加型プロジェクト「百人ビール・ラボ」を開始
- 2013年 8月 株式会社rakumoの株式を取得し子会社化
- 2013年 9月 株式会社サンリオの公式サイト全面リニューアルを支援
- 2014年 7月 伊藤ハム株式会社の共創コミュニティ「ハム係長の商品開発部」開設とEC販売を支援
- 2015年 6月 カスタマージャーニーマップ単体作成ツール「UX Recipe」を開発
- 2015年 10月 株式会社セブン&アイ・ホールディングスのオムニチャネル「omni7」の構想・設計・開発を支援
- 2015年 11月 小売業向けO2Oアプリクラウドサービス「ぼぶろう」を販売開始
- 2015年 11月 株式会社ゴルフダイジェスト・オンラインのSalesforce Marketing Cloud導入を支援
- 2016年 3月 コニカミノルタビジネスソリューションズ株式会社と資本業務提携
- 2016年 4月 リアルのユーザー行動を記録する「UX Recipe」のモバイルアプリを配布開始
- 2016年 12月 ネットイヤークラフト株式会社を吸収合併

CLIENT

- 株式会社NHKエデュケーショナル
- KDDI株式会社
- 株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン
- 株式会社サンリオ
- 株式会社シブス
- 株式会社ジュビターテレコム
- スターバックス コーヒー ジャパン株式会社
- セコム株式会社
- 株式会社セブン&アイ・ホールディングス
- 株式会社帝国ホテル
- 株式会社ニコン
- 三菱電機株式会社
- 三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社
- (五十音順)

PRESIDENT & CEO



石黒不二代 / いしくろふじよ

名古屋大学経済学部卒業。米スタンフォード大学MBA取得。
ブラザー工業にて海外向けマーケティング、スワロフスキー・ジャパンにて新規事業担当のマネージャーを務めた後、シリコンバレーでハイテク系コンサルティング会社を設立。YahooやNetscape, Sony, Panasonicなどを顧客とし日米間のアライアンスや技術移転等に従事。1999年にネットイヤーグループのMBOに参画し、2000年より現職。
近年は、内閣府の「選択する未来」委員会や経済産業省の「産業構造審議会 商務流通情報分科会 情報経済小委員会」の委員および、産官学連携の「IoT推進コンソーシアム」のIoT推進ラボの委員などの公職も務めている。

体験価値が戦略を決める。

品質や機能などの「商品価値」より、商品選びから購入・利用・サポートに至るまでのプロセスを重視する「体験価値」へ、顧客の意識は変化しています。顧客がどのような行動や感情を経て、商品購入やサービス利用に至ったのか。そこを明確にすることで、企業がとるべき戦略が見えてきます。

CUSTOMER EXPERIENCE

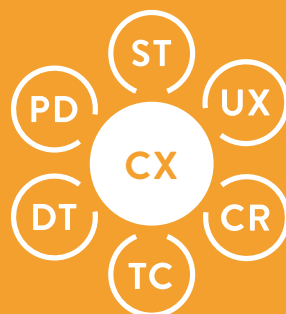
カスタマーエクスペリエンス (CX)

カスタマーエクスペリエンスを実現するには、顧客の行動や体験を可視化することが大切です。カスタマージャーニーマップを作成することで、企業と顧客のタッチポイントがわかります。



NETYEAR GROUP

ネットイヤーグループの役割



CX CIRCLE SOLUTION

各専門領域のプロフェッショナルがプロジェクトを組んで、カスタマージャーニーマップの設計から経営戦略までを支援し、顧客と企業をつなぎます。

COMPANY

企業

全部門・全商品・全サービスが連携して、顧客目線に立ったCXを提供。顧客満足度の高い企業に。

CXを実現する、5つのスペシャリティーとプロデュース。

ネットイヤーグループには5つのスペシャリティーグループと、スペシャリティーグループを統括するプロデュースグループがあります。各グループのプロフェッショナルが集まってプロジェクトを結成し、貴社を成功まで導きます。



STRATEGY 戦略

「既成概念を壊す」「CX視点」「実践的」「グロースハック」をキーにデジタル戦略を策定し、成果が出るまで伴走します。デジタルイノベーション、デジタルマーケティング、オムニチャネル、顧客育成、ブランドの戦略領域で、貴社がこれから何に取り組むべきかを提案します。必要に応じて、貴社に常駐し、貴社内のデジタル戦略プロジェクトの推進もいたします。



USER EXPERIENCE DESIGN ユーザーエクスペリエンスデザイン

創業から培ってきた経験をもとに、新サービスの企画から、使いやすいWebやアプリのインターフェースまで、UXデザイナーが快適なユーザー体験を設計します。顧客のインサイトを掘り下げる顧客調査から始め、データをもとにした実践的な改善策を提案。ワークショップや社内研修会を通して、貴社にUXの考え方を浸透させるお手伝いもいたします。



CREATIVE クリエイティブ

ブランド戦略の策定から、“商品が売れる”実践的な企画まで、テクノロジーとデータを活かしたクリエイティブを提供します。まずは貴社のブランドを理解するところから始め、ブランドの世界観をビジュアルやコピーで表現します。ブランドを伝えるためのWebやアプリの制作、コンテンツ制作、ソーシャルメディアを活用したキャンペーンやイベントも企画します。



TECHNOLOGY テクノロジー

描いたCXを先端的なマーケティングテクノロジーで実現します。CXの実現に不可欠なフロントエンド技術、コンテンツマネジメントシステム (CMS)、マーケティングオートメーション (MA) の導入から運用までを支援。CMSはHeartCore、MAはSalesforce Marketing Cloud、Oracle Marketing Cloudを主に取り扱っています。顧客を維持するためのデジタルコンテンツの運用経験も豊富です。



DATA データアナリティクス

顧客を深く理解し、一人ひとりに最良のCXを提供するためのデータマネジメントプラットフォーム (DMP) を企画・導入いたします。Web、アプリ、ソーシャルメディアなどのオンラインデータから、顧客、購買などの社内データまでを統合し、顧客のステータスをBIツールで可視化します。DMPはTealium、Treasure Data、BIツールはTableau、PowerBIを主に取り扱っています。



PRODUCE プロデュース

貴社のパートナーとして寄り添い、5つの分野のプロフェッショナルが集まったプロジェクトを牽引・統括しながら、ビジネスを成功に導きます。担当するのは、アカウントマネジメント、プロデュース、ディレクション、プロジェクトマネジメントです。貴社のビジネス成長のために必要なデジタル戦略とその実現方法を提案し、世の中になくサブライズな事例づくりを目指します。

最高のCXを実現するプロセス。

STRATEGY

戦略

デジタル時代の新たな市場機会を捉え、革新的なビジネスモデル、マーケティング戦略を構想します。

戦略策定

市場調査・顧客調査・ヒアリングを通して、貴社の事業方針と課題を理解。その上で、顧客視点に立ったデジタル戦略を構想し、完成までの中期ロードマップを作成します。さらに、組織案、システム化計画、データ活用、クリエイティブコンセプト、コミュニケーションプラン、コンテンツ方針などを企画します。

・デジタルイノベーション戦略

デジタル新規事業のコンセプト、ビジネスモデル、成長戦略、プロジェクト計画を考えます。

・デジタルマーケティング戦略

オウンドメディア、ペイドメディア、ソーシャルメディアを活用した、顧客との新しい関係づくりの方法を考えます。

・オムニチャネル戦略

チャネルの枠を超え、真の顧客中心主義の会社に変革していくための戦略とプロジェクト計画を考えます。

・顧客育成戦略

どの顧客をどのように育成し、LTVをあげていくべきか、その施策とプロジェクト計画を考えます。

・ブランド戦略

貴社とサービスのブランド構築・価値向上を、クリエイティブ主導にて実現します。

デジタル人材育成

・デジタルイノベーションワークショップ

実験と発見を繰り返すことで、デジタル時代の思考力・発想力・起動力を身につけるプログラムを提供します。

CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN

カスタマーエクスペリエンスデザイン

マーケティング戦略を、理想の顧客体験に落とし込みます。顧客接点で足りないところや、改善すべきサービスが見えてきます。

カスタマーエクスペリエンスデザイン

・UX Accelerator

決まったフレームワークの中で、顧客調査、カスタマージャーニーマップ作成、プロトタイピングなどを行うワークショップ形式のパッケージサービスです。

・カスタマージャーニーマップ

顧客調査、部門ヒアリング、プロトタイピング、ワークショップなど多様な手法を用いて、理想のカスタマージャーニーマップをつくります。

・顧客データ分析

購買データ、会員データ、オンラインデータから、年間購入額、購入頻度、オウンドメディアへの接触頻度などを分析することで、貴社の基本的な顧客像を把握します。

REQUIREMENT

要件定義

開発範囲を明確にして、機能、タスク、スケジュール、費用を確定します。

オウンドメディア開発

・パーソナライズWeb

ユーザーに応じてコンテンツを動的に表示できるCMSを使い、ブランドサイト、会員サイトをパーソナライズ化します。

・会員アプリ

会員証、ポイントシステム、クーポンなどの会員向けアプリを開発します。

・サイト・アプリの構築・運用

ビジネスにインパクトをもたらすオウンドメディアとして、ブランドサイト、コーポレートサイト、キャンペーンサイト、オンラインストアなど、大規模なサイト・アプリを構築します。複数部門横断にも対応できる、効率的でミスのない安定的なチームを組んで運用します。

マーケティングオートメーション導入・運用

・Salesforce Marketing Cloud

メール、LINE、アプリ、Facebook広告、Webなどチャネルを横断した1to1コミュニケーションを実現します。多くの導入実績を持つ専門部隊を擁し、貴社が活用できるよう支援します。

DMP構築・運用

・NEURON DMP

プライベートDMPを構築したことがない企業への低価格DMP。Web、広告、メールなど、手持ちデータを一部統合して、DMPの効果を確かめることができます。

・プライベートDMP

Treasure Data、Tealium、Intimate Mergerなど、広告やCRMなどの目的や予算に応じたプライベートDMPを設計・構築します。

・BI導入・運用

Tableau、PowerBI、QlikViewなどのデータ可視化ツールを使って、ダッシュボード設計からデータ分析環境までを構築します。

BtoB マーケティング

・UX × Pardot

カスタマージャーニーマップ作成、シナリオ設定、コンテンツ作成を含む運用支援、営業部門との業務連携など、顧客視点に立ったSalesforce Pardotの活用を支援します。

ソーシャルメディア運用

顧客との質の高い関係づくりを目指し、口コミ分析ツール「ブームリサーチ」、ソーシャルメディア統合運用ツール「エンゲージマネージャー」を使って、Twitter、Facebook、Instagram、LINEなどの運用を支援します。

アクセス解析

Google Analytics、Adobe Analytics の導入・活用を支援します。目的に応じてマーケティングオートメーションやDMPに連携させます。

デジタル広告

・顧客育成型デジタル広告運用

Intimate Merger、TurnでプライベートDMPを構築し、顧客行動データを見ながら、中期的にブランドへの興味や好意を促すデジタル広告を運用します。