

CMOの時代

世界全体において、2020年の貴重な教訓はビジネスのレジリエンスとスピードでした。厳しい環境の中でも成長を促す企業の心構えに光が投げられることとなりました。このインフォグラフィックでは、パンデミックや直面する市場の課題にどのように立ち向かっていくのかを模索するために、ビジネスの成功に向けてその重要性が高まるCMO（最高マーケティング責任者）の役割に焦点を当てています。CMOが経営戦略の最前線で確実に活躍し、急速に変化を続けるこの世界に存在する無数の課題を予測し、それを乗り越えるにはどうしたらよいのでしょうか？

Covid-19の先を見据え経営戦略の再考を行い、お客様を最重要のステークホルダーとして位置付けている



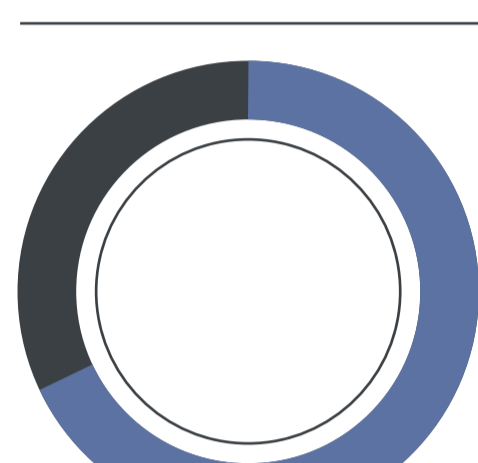
82%

もの経営陣が、ビジネス戦略を策定する際に顧客を株主と同様あるいはそれ以上に重要と考える、と考えています。

EY 2020

競争に勝ち抜くためには、ブランドはお客様のニーズに応えるのみならず上回る必要がある

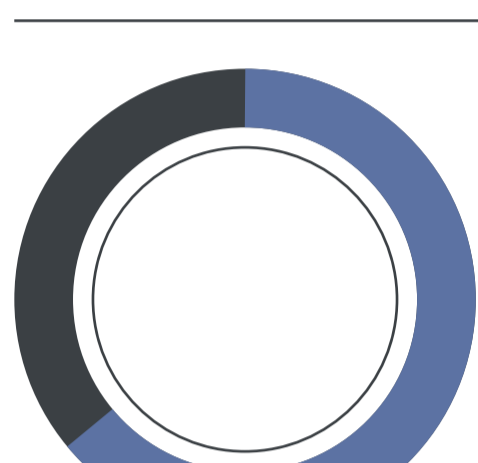
情報に通じたお客様の増加



のお客様が、重要な購入をする前に製品のリサーチに時間をかけています。

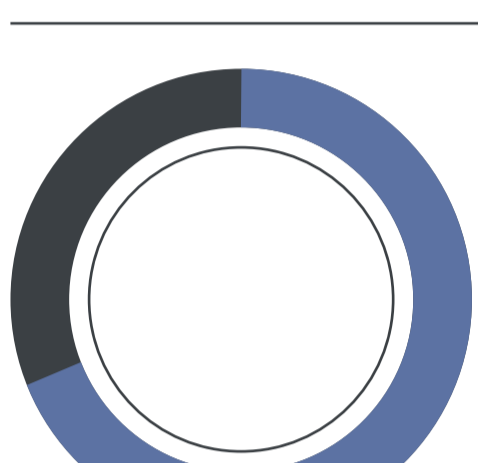
GfK Consumer Life Study 2020

購入志向



のお客様が、個人的な信条、価値観、理想に合ったブランドからの購入を優先しています。

ブランドへの信頼



のお客様が、信頼性のあるブランドからのみ製品やサービスを購入しています。

しかし、そのような変化を続ける多くのニーズの中で企業は何を優先させるべきか？

長期的なブランド構築への投資は、マーケットシェアの上昇に繋がります。

マーケットシェアの上昇

不況期に投資を行い、シェアオブボイス(SOV)を8%増加させたブランド

8%

2008～2009年の不況期

IPA 2020

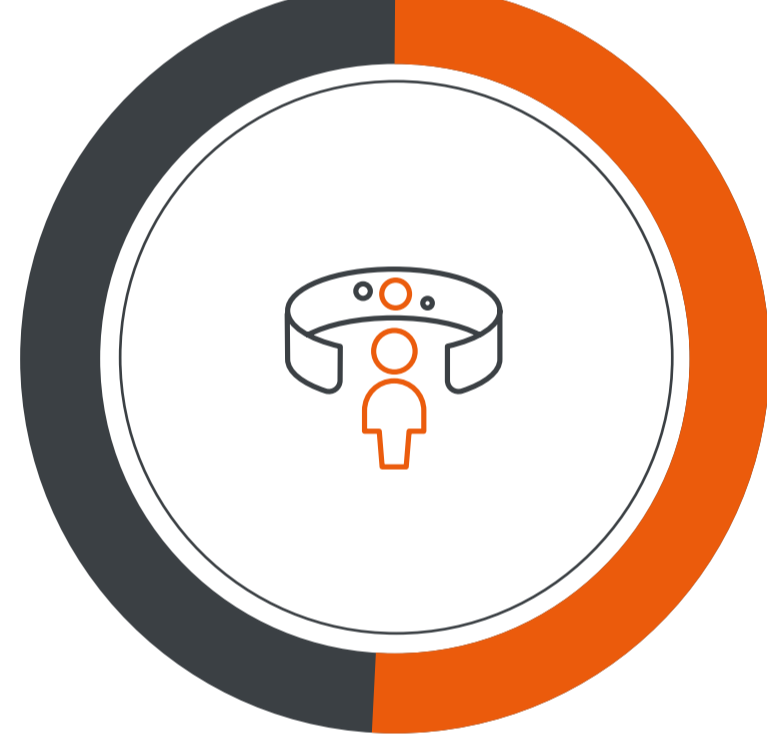
4倍以上のマーケットシェアの上昇率がみられた。

4x

回復期における平均値と比較。



良質なバーチャル体験は、ブランドが確実に利用されるための鍵である



51%

のお客様が、バーチャル空間での人とのやり取りは、リアルな場で対面しているのと変わらないと考えています。

GfK Consumer Life Study, 2020

CMOはお客様の代弁者となり、中心となってビジネス戦略を再定義することが求められます。

そのためには多くの準備が必要です。

42%

のCMOが、今後の6～12か月にかけてのビジネス戦略を方向付けるために十分な準備ができていると感じています。

58%

のCMOが準備不足を感じています。

Dentsu 2020

「CMOは、ブランドが売上と集客にどれだけ貢献しているのか、関連する知識を身に付けるべきです」

GfKのグローバルCMO、Gonzalo Garcia Villanueva

よく準備ができているCMOは、戦略の中でお客様を高いプライオリティに

■ 準備のできているCMO

■ 準備が不十分なCMO

カスタマーエクスペリエンスへの投資



マーケティング支出のデジタルシフト



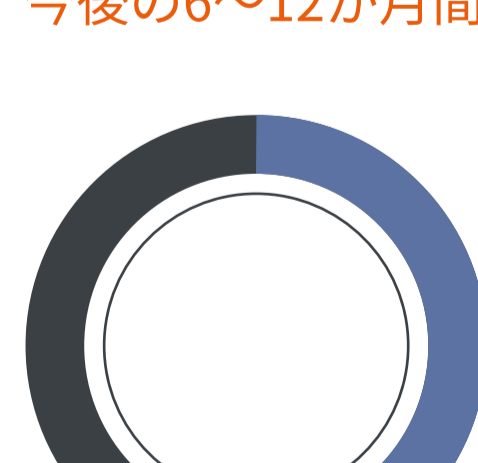
eコマースへの移行



Dentsu 2020

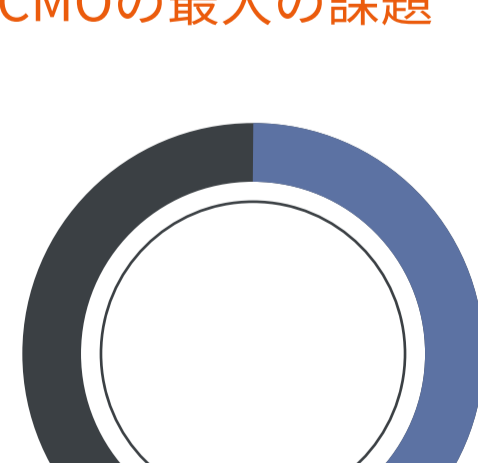
消費者の行動やトレンドが激しく動いた年は終わったものの、2021年も引き続き課題が残っている。

今後の6～12か月間におけるCMOの最大の課題

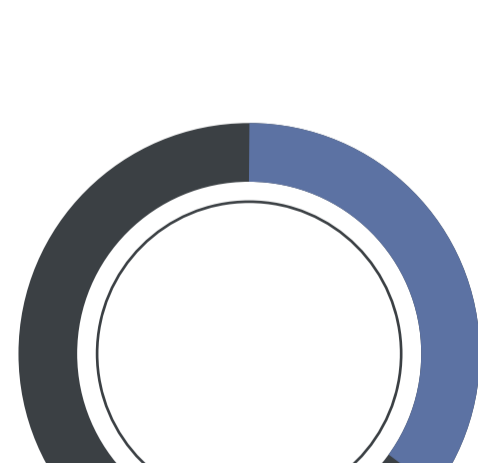


一時的な消費者行動と永続的な消費者行動の見極め

Dentsu 2020



個人消費の減少



変化を続ける新たなお客様の感情への共感

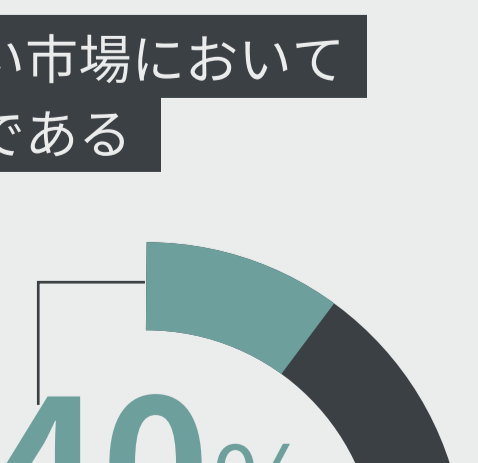
十分に準備を行い、ブランドを正しい方向に導くには、CMOはビジネスを念頭に置きつつ、お客様を理解し課題に立ち向かう必要があります。

可視化は変化が激しい市場においてお客様を理解する鍵である



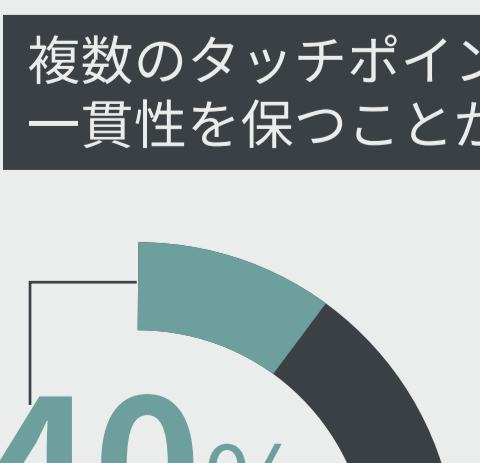
のマーケターが、デジタルトランスフォーメーションがCovid-19後の重要な優先事項と考えています。

GfK, APAC 2020

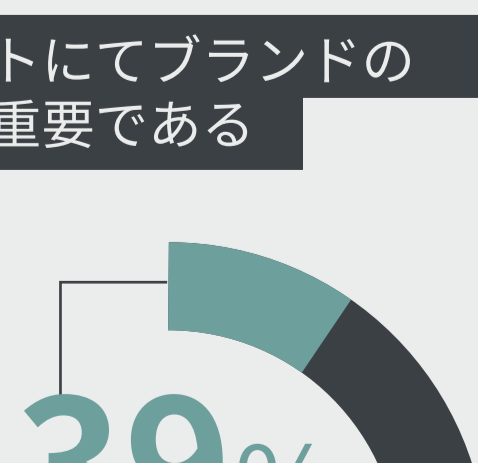


が、Marketing Mix Modellingを活用しています。

複数のタッチポイントにてブランドの一貫性を保つことが重要である



のマーケターが、ブランドポジショニングとマーケティングが最優先事項であると考えています。



が、ブランドヘルストラッカーを活用してブランドのイメージをより鮮明にモニターしています。

ブランドの真価を引き出す方法のヒントとして、『Brand Unchained』レポートにて専門家による解説とインサイトを提供しています。詳細はこちら。