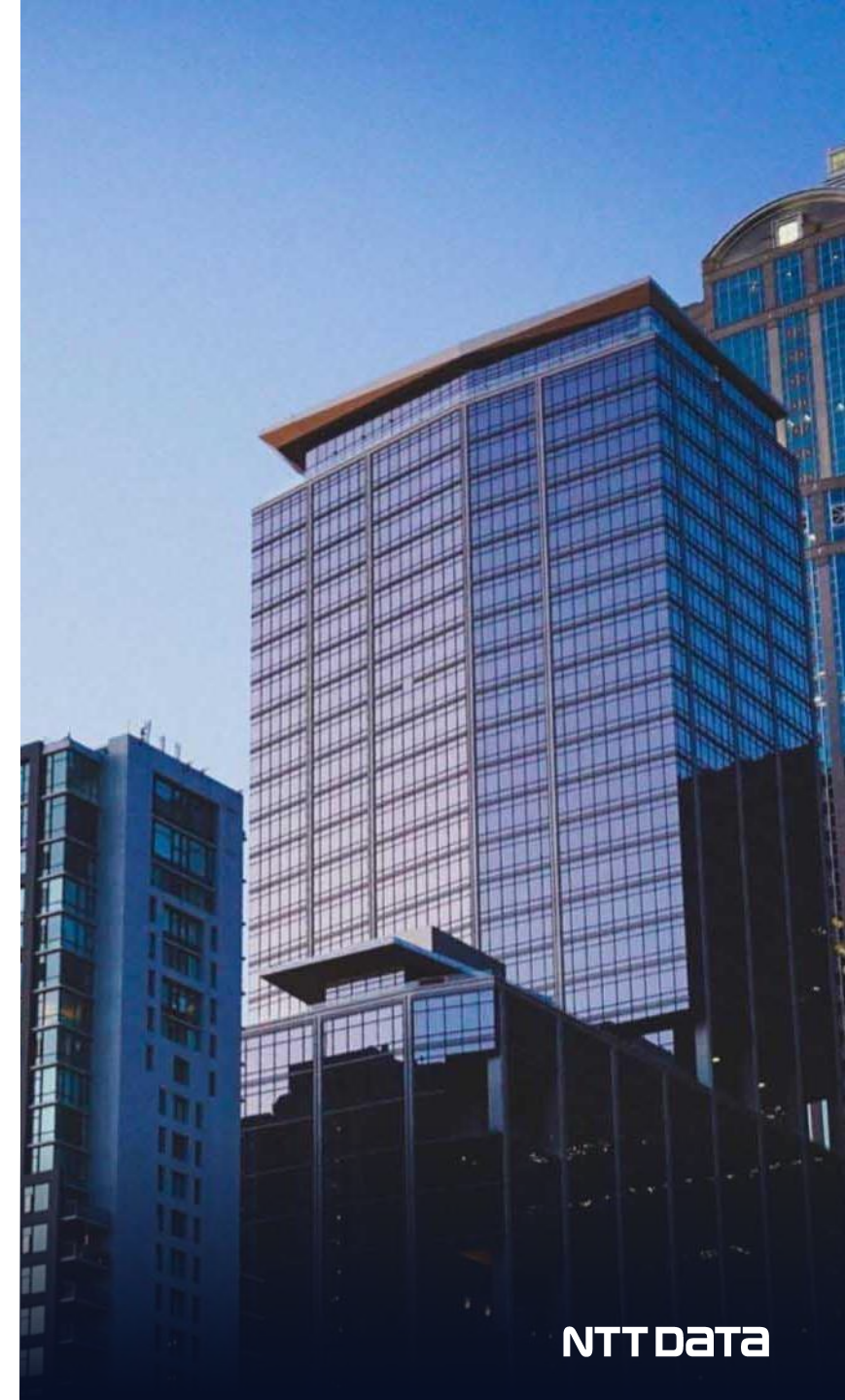


生成AI技術を活用したマーケティングの高度化・効率化 — LITRON Marketing —

NTTデータ テクノロジーコンサルティング事業部
藤田 森也

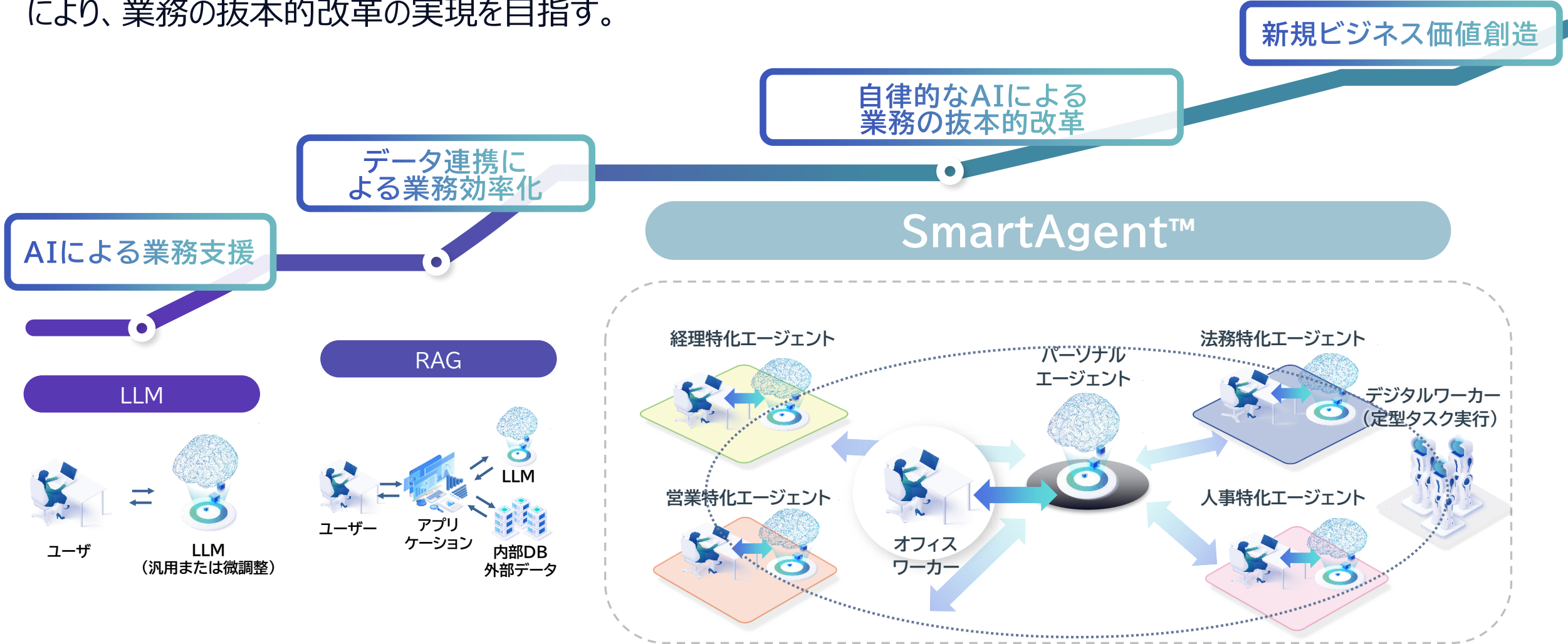
目次

- SmartAgent™
- LITRON Marketing
- 事例
- 今後の展望



NTTデータが提唱する SmartAgent™

NTTデータは、パーソナルAgentが複数のAIと連携しながらオフィスワーカーの業務をサポートするSmartAgent™により、業務の抜本的改革の実現を目指す。



SmartAgent™を実現するソリューション

SmartAgent™の構想を実現すべく、当社では様々なソリューションの検討・開発を行っている。

マーケティング領域でのソリューション

LITRON Marketing

法人営業領域でのソリューション

LITRON Sales

etc...

SmartAgent™を実現するソリューション

本日は、これらの中でもマーケティング領域に特化した、LITRON Marketingについて紹介。

マーケティング領域でのソリューション

LITRON Marketing

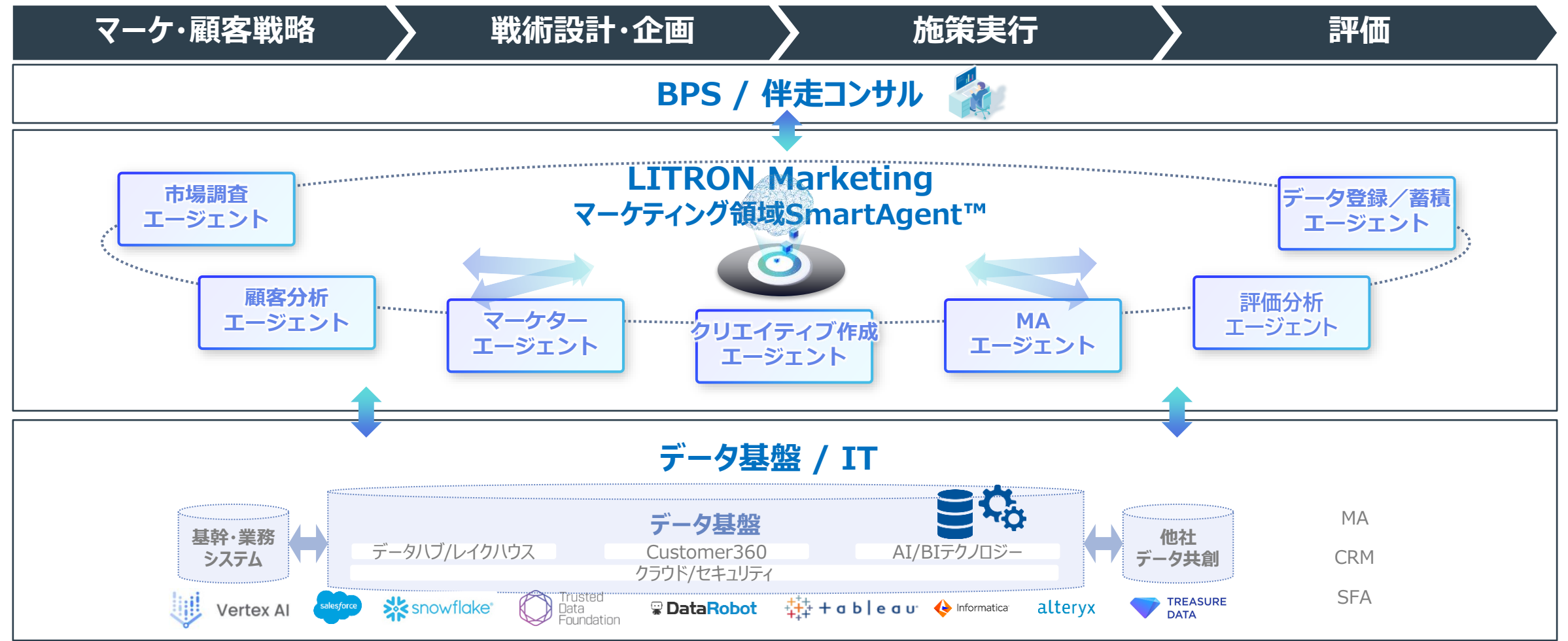
法人営業領域でのソリューション

LITRON Sales

etc...

LITRON Marketingの概要

生成AIを活用して、顧客戦略から実行・評価までの一連のマーケティング業務の高度化・効率化を推進するソリューション。



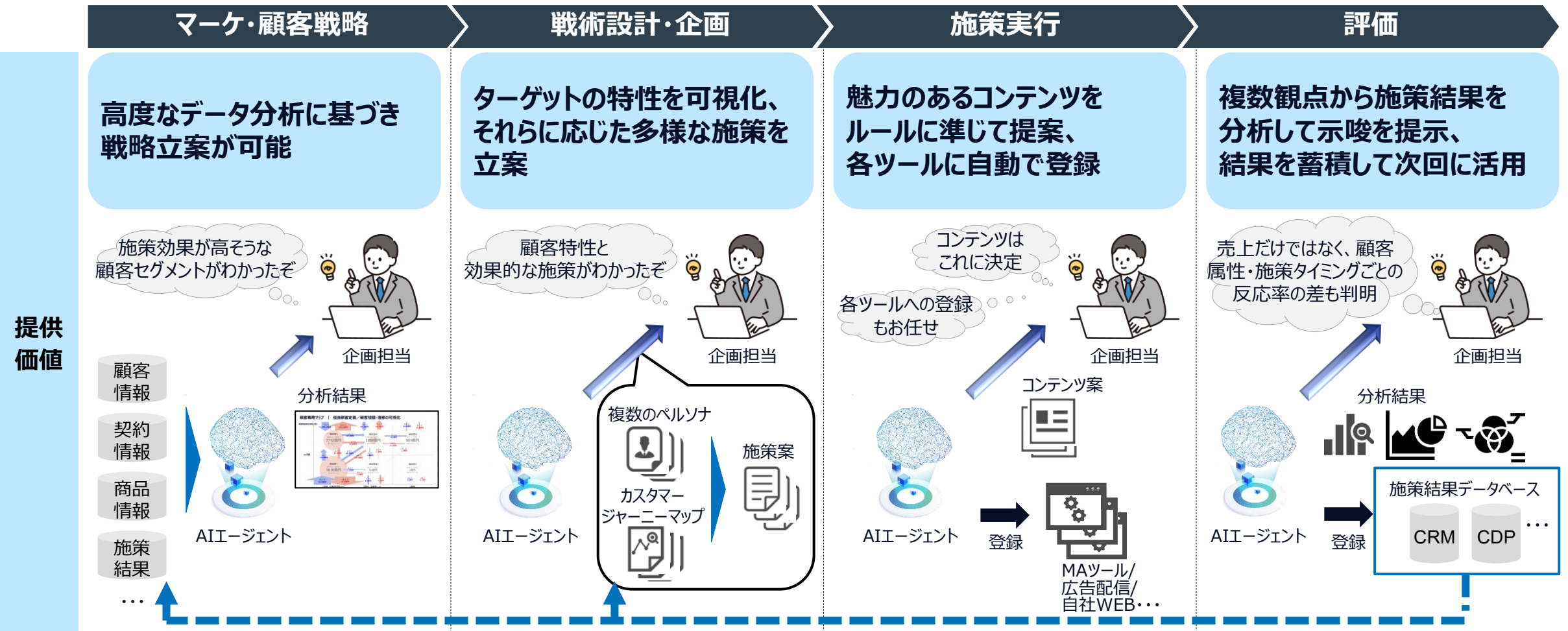
B2Cマーケティング領域における課題（当社理解）

人的・時間的リソースが枯渇しており、十分なデータ分析に基づいた施策立案・実行・評価のPDCAサイクルを回すことが難しいという課題があるものと想定。



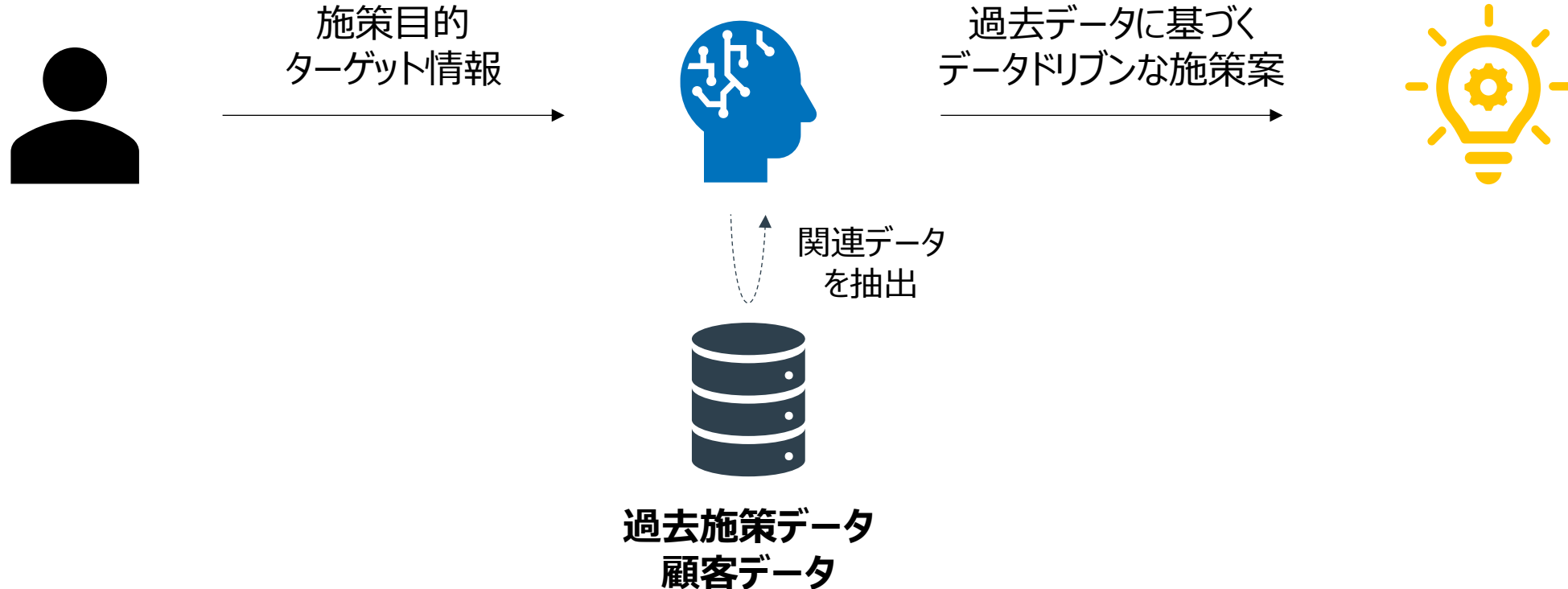
LITRON Marketingによる課題解決イメージ

生成AIを活用して、各業務プロセスの高度化・効率化を推進。
評価プロセスにて得られた**分析結果・示唆は形式知化して蓄積**することで、**次の施策検討に活用**することが可能。



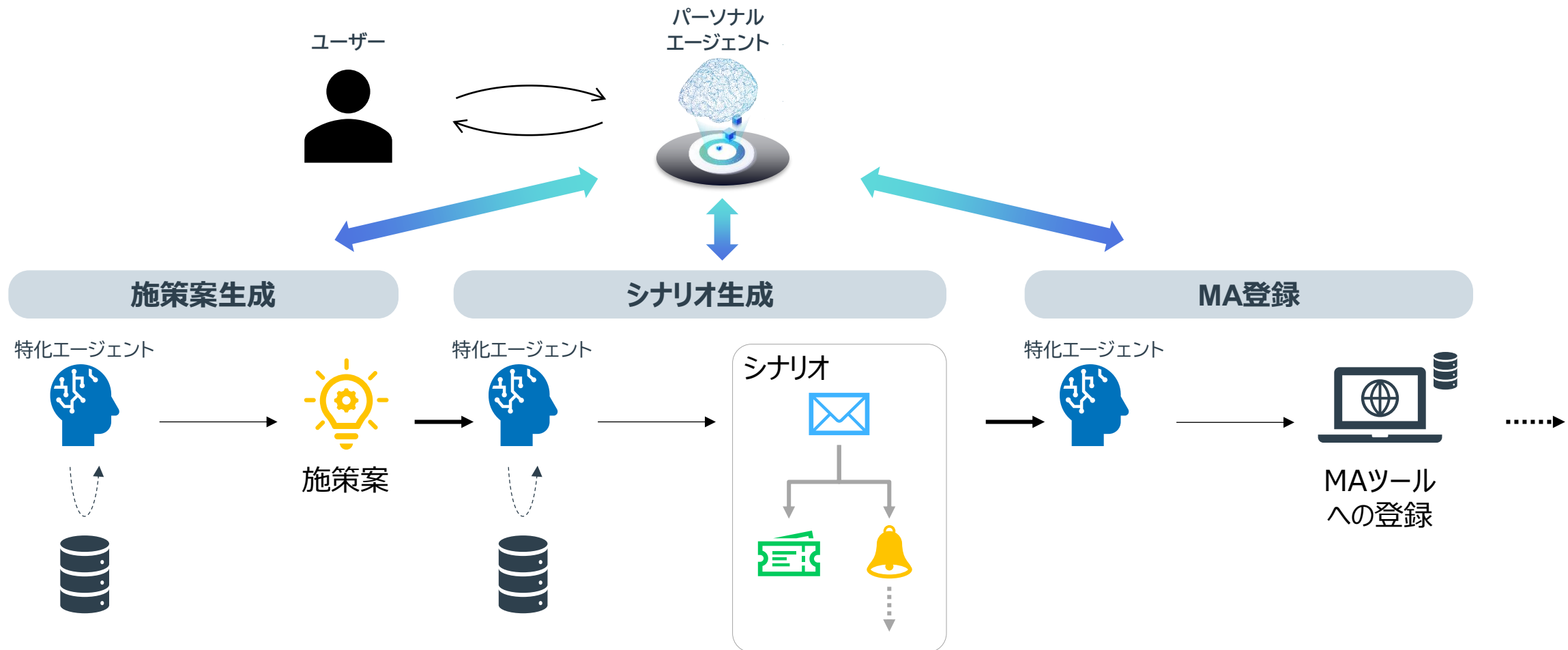
施策案作成における活用イメージ

例えば、実施した施策とその結果に関するデータを蓄積していくことで、次の施策検討においてAIに過去データを参照・分析させ、データドリブンな施策案を生成することが可能。



AgentによるEnd-to-Endでのサポート

更に、Agent機能を導入することで業務プロセスをEnd-to-Endでサポートすることができるように。



主要なユースケース・機能

その他、各プロセスにおいて提供・開発中のユースケース・機能は以下。



事例①：ペルソナ / カスタマージャーニー / 課題分析・施策提案

商材を指定することで、ペルソナ作成 → カスタマージャーニー → 施策提案まで一気通貫で実行。

3. カスタマージャーニーマップ

素材 必須 ユーザが選択した商材

水回り修理

商材の詳細情報

選択した商材からさらに絞り込みをしたい場合は条件を追加してください

ペルソナ 必須 生成されたペルソナ

氏名: 田中 さちこ
年齢: 40歳
性別: 女性
顧客区分: 既存

自由記述

出力結果に関する追加の条件がある場合は、条件を追加してください

出力結果の創造性
0%の創造性を設定します。34に近づくと創造性が高くなります。

0.5

入力内容を初期化する 出力する

4. 選択したステージの施策案へ進む

出力結果 カスタマージャーニーマップの生成結果

カスタマージャーニーマップ(csv)のダウンロード

項目/ステージ	○ 認知	● 問題発生	● 依頼先検討	● 導入決定	● サービス実施	● サービス後
お客様の気持ち	家族の安全を守りたいと思っている。費用がかさむのではないかと心配している。修理作業が早くて安心できるサービスを求めている	家事や子育てに支障が出るので、早急に解決したい。トラブルの原因を知りたい。修理に費用がかかることが心配である	費用が気になる。信頼できる業者を選びたい。修理が早急に行われることを望んでいる	どんな人が来るのか。不安である。修理のための準備をする。費用について不安がある	修理スタッフの対応に不安がある。修理が早く終わることを期待している。修理結果に満足してほしい	修理スタッフの対応に感謝・満足している。修理費用について不満がある。他のサービスについて興味がある
お客様の行動	インターネットで水回り修理サービスを検索する。同じマンション内で水まわりのトラブルについての口コミを検索する。会社の同僚や友人に水まわりのトラブルについて相談する	トイレの水漏れや排水の悪さに気付いている。近所の人にアドバイスを求める。インターネットで修理方法を検索する	友人や近所の人に修理業者の情報を聞く。比較サイトや口コミサイトを検索する。電話で修理業者に問い合わせる	WEBで申し込み。症状を入力する。電話で修理業者に連絡し。日程を調整する。スタッフの訪問まで待機する	スタッフに状況を説明する。修理が終わるのを待つ。修理結果について説明を受ける	スタッフにサービスの内容・価格等について質問する。友人や知人にサービスの良し悪しを伝える。他のサービスについて追加で質問する
お客様との触れ合い媒体 (タッチポイント)	インターネット検索。口コミサイト。会社の飲み会やランチでの口コミ	修理方法の動画。メーカーHP。ブログ記事	比較サイト。修理業者の公式サイト。電話	自社サイト。電話。LINE	修理スタッフの対応。作業完了報告書。請求書・領収書	関連サービスの口コミ。アンケート。口コミサイト

次のページに遷移すると
施策提案が行われる

事例②：ペルソナ作成 / ターゲティング

顧客の購買データを基にペルソナおよびペルソナを再現するAIバーチャル顧客を作成。インタビューやグループディスカッションを実施することで、商材のターゲティングに関して新たに有益な示唆を得た。結果、CV率の向上を実現。

顧客データを基にクラスタリングし、
各クラスタの「AI バーチャル顧客」を生成



会員属性



利用明細

A



年齢・性別
職業・職位
家族構成
ライフスタイル
消費傾向タイプ

B



年齢・性別
職業・職位
家族構成
ライフスタイル
消費傾向タイプ

C



年齢・性別
職業・職位
家族構成
ライフスタイル
消費傾向タイプ

D



年齢・性別
職業・職位
家族構成
ライフスタイル
消費傾向タイプ

E



年齢・性別
職業・職位
家族構成
ライフスタイル
消費傾向タイプ

F

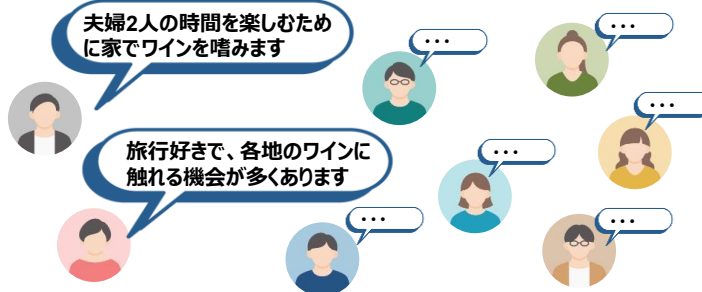


年齢・性別
職業・職位
家族構成
ライフスタイル
消費傾向タイプ

「AI バーチャル顧客」に対し、テーマに
沿ったグループインタビューを実施

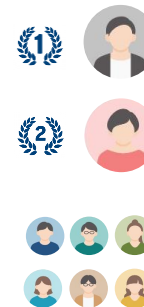


テーマ (例)：ワイン購入に最もふさわしいのは
誰か？

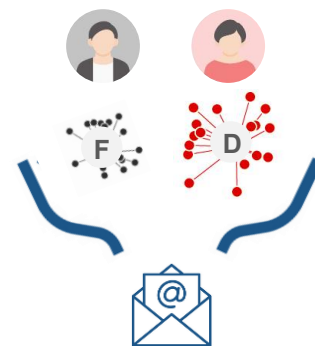


反応の良かった「AI バーチャル顧客」の属
するクラスタに販促プロモーションを展開

反応結果 ▶ 順位付け



施策実施



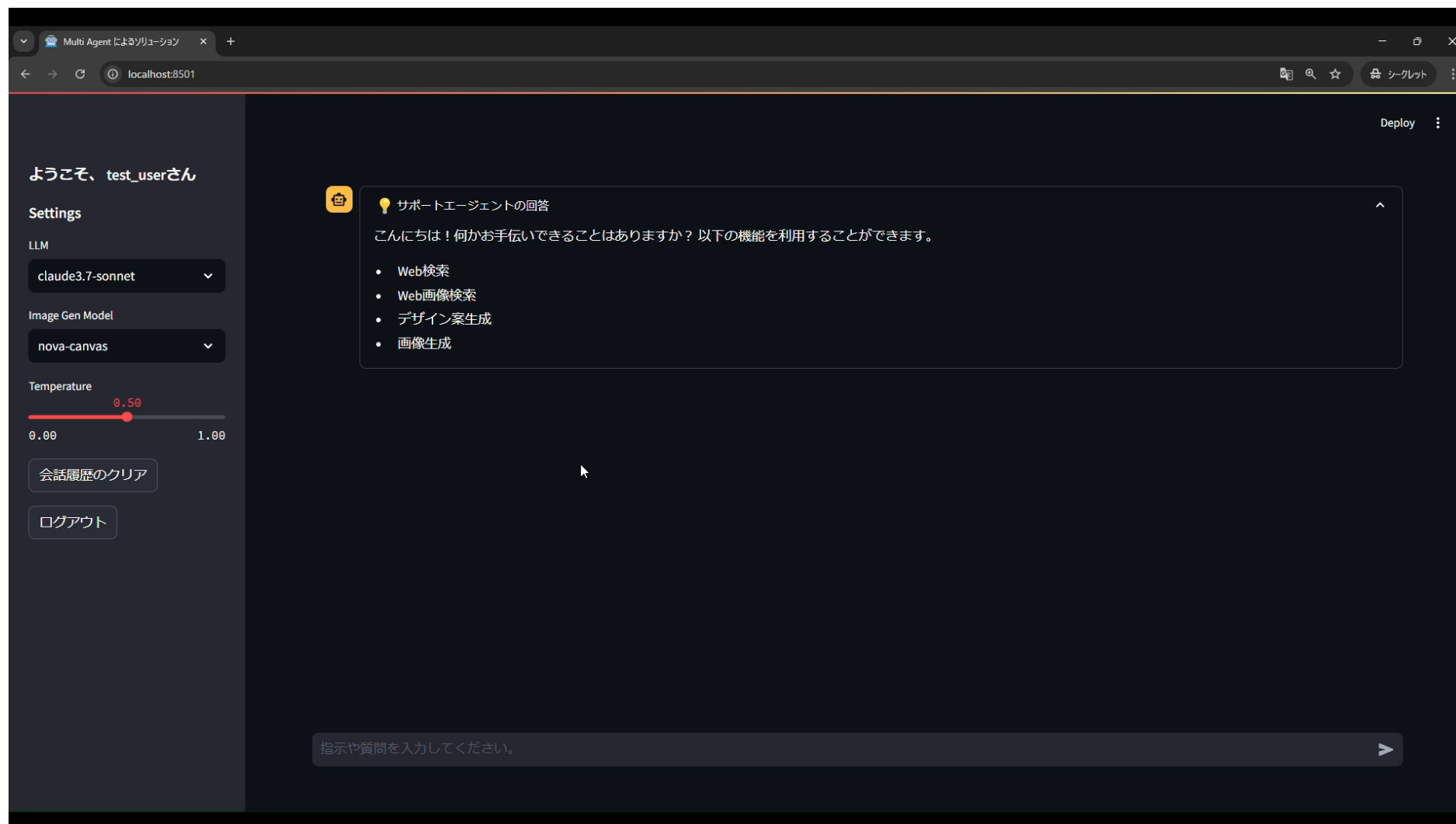
バーチャル上のグループインタビューにより得られた示唆をもとにターゲット選定することで、
販促プロモーションの購買率が、3.0%向上

事例③：クリエイティブデザイン生成

web検索により情報収集を行いながら、デザイン案の検討やビジュアライズを行うアプリケーションも開発。

主にBedrock
を活用

本アプリは
インフラとして
AWSを採用

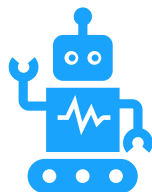


今後の展望

各機能の拡充と精度向上、またAgentによるそれら機能の統合を行う。
そして、幅広いお客様への業務適用による価値提供を目指す。



各機能の拡充と精度向上



Agentによる機能の統合



お客様業務への適用による業務変革

The image features a low-angle, wide shot of a modern city skyline under a clear blue sky. Two prominent skyscrapers with white and blue facades dominate the center. Other buildings of varying heights are visible in the background and foreground. The scene is captured in a cinematic style with a slight color grade. The text 'NTT Data' is superimposed in the center in a bold, white, sans-serif font.

NTT Data