

Web ☐

☐ **136** ☐ ☐

□ □

□ □

[illegible]

1

MA

[illegible]

□ □

[illegible][illegible]

□ □

[illegible][illegible]

□□□□□□□□MA□□□

[illegible][illegible]

1111

[illegible]

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □

A diagram illustrating a sequence of 16 empty boxes, followed by an arrow pointing to another sequence of 16 empty boxes.

[illegible][illegible][illegible][illegible]

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □

[illegible]

MA

[illegible]

HOT

[illegible][illegible]

Web
MA

[illegible]

- 顧客のニーズを把握し、適切な商品やサービスを提供する
- 競合他社の動向を監視し、市場の変化に対応する
- 顧客のフィードバックを収集し、製品やサービスの改善に活用する
- 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う
- MA（マーケティングオートメーション）ツールを導入し、効率化を図る

顧客の**MA**（マーケティングオートメーション）

顧客のニーズを把握し、適切な商品やサービスを提供する

競合他社の動向を監視し、市場の変化に対応する

顧客のフィードバックを収集し、製品やサービスの改善に活用する

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の**ABM**（アカウントベースドマーケティング）

MA（マーケティングオートメーション）“**顧客**”をターゲットとし、**パーソナライズ**されたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う **PDCA**（計画・実行・評価・改善）サイクルを繰り返す

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

1. 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

ABM（アカウントベースドマーケティング）顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

ABM（アカウントベースドマーケティング）顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

2. 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

3. 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う 顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

Web（ウェブ）E（電子）顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

顧客の購買履歴を分析し、パーソナライズされたマーケティングを行う

4. 組織の現状を把握する

組織の現状を把握するためには、組織の構造、業務のフロー、関係者の役割などを明らかにする必要がある。

5. PDCAサイクルを回す

PDCAサイクルを回すためには、計画（Plan）、実行（Do）、評価（Check）、改善（Act）の4つのステップを繰り返す必要がある。

組織の現状を把握し、PDCAサイクルを回すことで、組織の改善と成長を実現することができる。