



**ORACLE®**  
 日本オラクルのマーケティング担当者が本音で語る、  
 Webサイトで利益を生み出すための変革事例

日本オラクル株式会社  
 マーケティング本部 キャンペーンマーケティング部  
 シニアマネジャー  
 伊東 裕輝

## Agenda

- 1-1 オラクル・コーポレーションの変遷とマーケティングの変革
- 1-2 コーポレートサイト運用効率化への変革
- 1-3 利益を生むWebサイトへの変革
- 2 事例: ボーダフォン(UK)様

ORACLE  
 Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 2

## オラクル・コーポレーション の変遷とマーケティングの変革



ORACLE  
 Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 3

## オラクル・コーポレーション / 日本オラクル 概要

Oracle Corporation 2009年4月22日現在  
 企業向けソフトウェア領域において、世界NO.1

- > 本社所在地: アメリカ合衆国カリフォルニア州
- > 設立: 1977年6月
- > 売上: \$22.4 Billion (2008年5月期)
- > 事業内容: ソフトウェアプログラムの開発、製造、販売、及び当該ソフトウェアプログラムの利用を支援する各種サービスの提供
- > 従業員数: 85,000
  - オラクル製品の開発者数: 22,000
  - オラクルサポートエンジニア数: 7,500
- > 145ヶ国にてビジネス展開

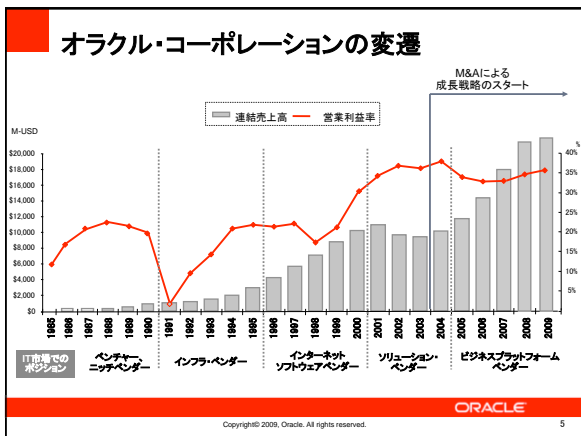
顧客数: 300,000  
 □ 顧客数(データベース): 270,000  
 □ 顧客数(アプリケーション): 37,500  
 □ 顧客数(ミドルウェア): 83,000  
 > パートナー数: 20,000

日本オラクル株式会社  
 2000年4月東証一部上場(証券コード4716)、外資系として日本市場にコミット

- > 本社所在地: 東京都港区北青山2-5-8 オラクル青山センター
- > 設立: 1985年10月15日
- > 売上高: 1141億円(2008年5期 対前年比: 113%)
- > 代表者: 代表取締役 社長 最高経営責任者 遠藤隆雄
- > 従業員数: 2,135名 (2008年5月31日現在)
- > 国内拠点: 東京本社、及び、全国7支社、1営業所



ORACLE  
 Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 4



## M&Aを基軸とした成長戦略

売上、顧客ベース、パートナー、技術者コミュニティの拡大

- 売上 \$9.7B → \$22.4B
- 製品数 1,000 → 9,500
- 社員数 42,000 → 85,000
- 顧客数 200,000 → 320,000
- パートナー数 12,000 → 20,000
- OTN会員数 2,000,000 → 6,000,000
- ユーザー会 90 → 425

**5年間で55の企業買収**

ORACLE  
 Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 6

## マーケティングに課せられた組織変革

**M&Aによる成長戦略**

- "World Largest Enterprise Software Company"
- すべてのインダストリー領域、すべてのビジネスソフトウェア領域において覇を指す
- 買収企業の製品・顧客ベースとのシナジーを最大限に引き出したビジネス展開

**求められる構造改革**

- M&A後の営業体制、マーケティング、オペレーションの迅速な買収企業との統合
- M&Aによる継続的な規模拡大への対応
- ビジネスプロセス、評価指標のグローバル標準化

**マーケティング組織変革**

- 既存顧客、新規顧客との適切なマーケティング・コミュニケーション
- 製品数、顧客ベースの拡大に対応できるスケラブルな実行体制
- マーケティング活動の評価指標の標準化とトラッキング
- システムとビジネスプロセスの統一化とシンプル化

ORACLE  
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 7

## Webサイトの変遷

www.oracle.com  
www.oracle.co.jp

ORACLE  
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 8

## Web Globalization: サイト別の役割明確化

**キャンペーンサイト**

- ローカルの顧客・マーケット視点重視
- 顧客の問題意識に合致したコンテンツ
- 「引き合い創出」「商談生成」を目的
- ローカル個別最適化
- マーケティング費用対効果の最大化

**コーポレートサイト**

- 統一したコーポレートメッセージ
- グローバル共通の製品メッセージ
- 「製品情報の提供」を目的
- グローバル全体最適化
- Webサイト運営の全体効率化

ORACLE  
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 9

## 現在の各国コーポレートサイト

ORACLE  
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 10

## 現在のキャンペーンサイト(日本)

ORACLE  
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 11

## Web Globalization: 課題と目的

- コーポレート・ブランディングのガバナンス強化**
  - 全世界共通のコーポレートメッセージの発信
  - 製品メッセージ(基本情報)の統一発信
- 規模の拡大に対応する拡張性と全体最適**
  - M&Aにより急増する製品数に対応可能な体制
  - グローバル組織での全体最適化によるコスト削減
- コア業務へのシフトと費用対効果(ROI)の最大化**
  - 各国のマーケティング部は国内市場での販促活動へ注力
  - マーケットへの付加価値訴求による売上貢献

コーポレートサイト=「ブランド、効率、拡張性」  
キャンペーンサイト=「マーケティングROIの最大化」

ORACLE  
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 12

# コーポレートサイト運用効率化への変革



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 13

# コーポレートサイト運用効率化への変革

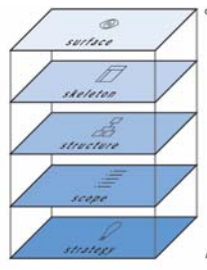
- コーポレートサイトにおける、「**コーポレート・ブランディングのガバナンス強化**」「**規模の拡大に対応する拡張性と全体最適**」を実現のためへの施策
  - サイトストラクチャー(サイトの構造)の統一
    - www.oracle.co.jp を www.oracle.com/jp/ へ
  - 効率的で正確な翻訳コンテンツの展開へ
    - オラクル本社マーケティング部門Global Web teamが持つ、多言語Webサイトメンテナンスプロセスに基づくコンテンツ更新(翻訳ベース)を導入
  - Webシステムインフラの統合
    - Oracle.com の Webシステムインフラを利用

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 14

# ※『ユーザーエクスペリエンスの要素』

by Jesse James Garrett



- Surface:** ビジュアルデザイン
- Skeleton:** ナビゲーションデザイン、情報デザイン
- Structure:** 情報アーキテクチャ
- Scope:** コンテンツ要件、機能要件
- Strategy:** ユーザーニーズ・サイトの目的

THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 15

# 「サイトストラクチャー」の統一

サイトストラクチャー(サイトの構造)を統一することにより、

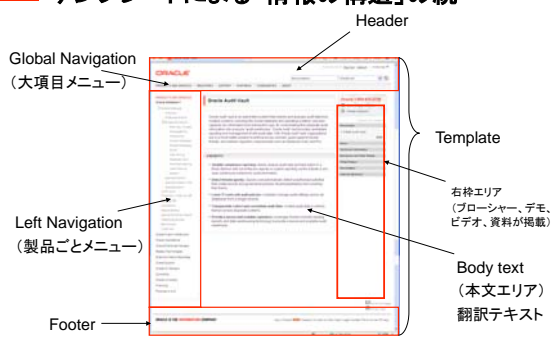
- 「情報の構造」を統一
  - 情報の分類方法の統一
  - ナビゲーション、メニュー項目の統一
  - リンク構造の統一
- システム連携がよりスムーズに
  - ディレクトリ構造の統一
  - システムによる翻訳作業の効率化

を実現

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 16

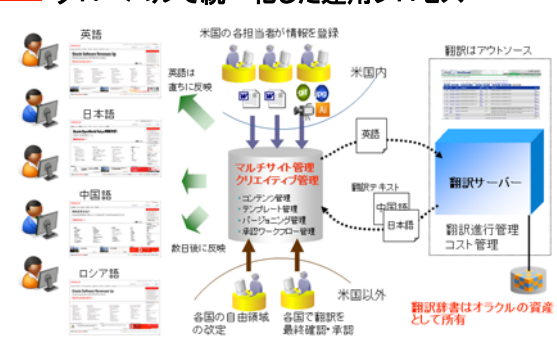
# テンプレートによる「情報の構造」の統一



ORACLE

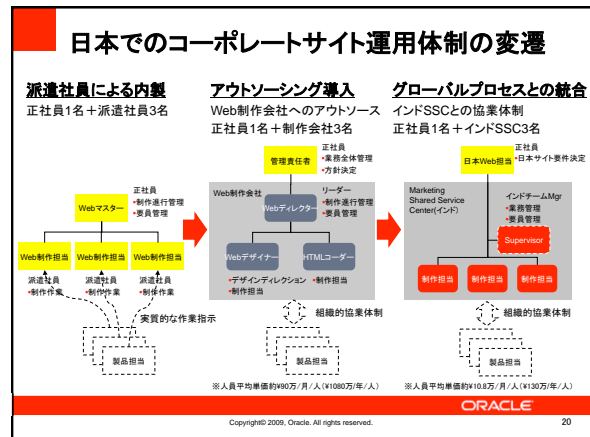
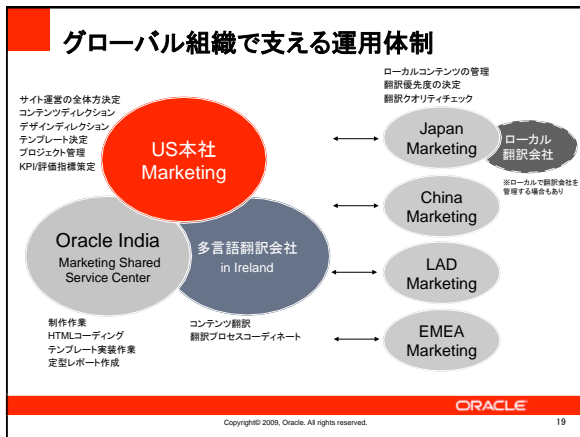
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 17

# グローバルで統一化した運用プロセス



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 18



### コーポレートサイト効率化のコスト削減効果

- Marketing Shared Service Center (インド)での運用
  - 人員平均単価
    - 90万円/月 (1080万円/年) → 10.8万円/月 (130万円/年)
- Webシステムインフラの統合
  - Oracle.co.jpのWebインフラの管理運用のためのシステム要員3名
  - www.oracle.co.jpサーバインフラのデータセンター維持費用

¥45,000,000/年のコスト削減効果

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 21

### 利益を生むWebサイトへの の革新

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 22

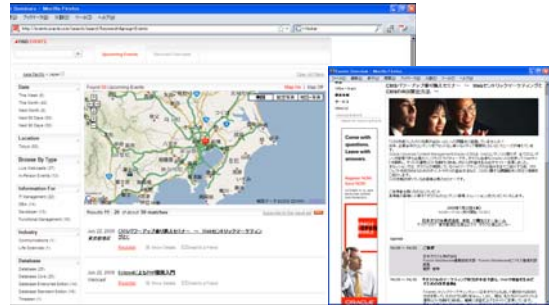
### 現在のキャンペーンサイト(日本)

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 23

### Webキャンペーン・オンラインセミナー

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 24

## 年間400を超えるセミナー展開

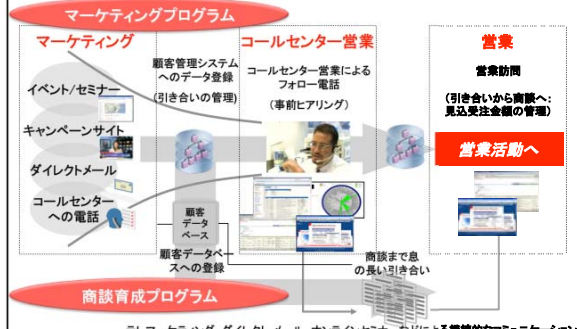


ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

25

## マーケティング・プログラム (引き合い→営業訪問→商談管理)



テレマーケティング、ダイレクトメール、オンラインセミナーなどによる継続的なコミュニケーション

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

25

## Webアンケートによる顧客動向調査



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

27

約15%が3ヶ月以内に導入検討中

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

28

約10%が当社他製品を導入済み

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

29

マーケティングスコア上位100社を表示

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

30

### マーケティング費用対効果の分析

マーケティングプログラム

How much cost? (費用)

How many leads? (引き合い)

How much pipeline? (受注金額)

How much cost? (費用)

Oracle

Copyright © 2009, Oracle. All rights reserved. 31

### マーケティング活動計画と予算案の作成

すべてのマーケティング・プログラムについて、当初予算、執行済み予算の一元管理が可能

Oracle

Copyright © 2009, Oracle. All rights reserved. 32

### マーケティング・プログラムごとの引き合いと商談の管理

マーケティング・プログラムごとに発生した引き合いや商談、見込み受注金額を確認することが可能

Oracle

Copyright © 2009, Oracle. All rights reserved. 33

### 引き合いへの営業フォロー状況と商談の管理

引き合いに対する営業のフォロー状況の確認、商談への進捗状況を確認することが可能

Oracle

Copyright © 2009, Oracle. All rights reserved. 34

### 標準化した業務プロセス、システム、評価指標

Oracle Siebel CRM, Oracle E-business Suite, Oracle.com UCM / iUM

アセスメント 予算調整 年間評価指標/予算実行計画案の作成と承認 プログラム/キャンペーン/個々の評価指標の設計・作成 予算執行申請 発注申請

ターゲットの絞り込みリスト作成 集客/プロモーション活動 イベント/セミナー/キャンペーンサイトによるマーケティング活動の実施 顧客反応(イベント参加/登録/ダウンロード)の取り込み

見積書発行/受注 商談の登録と管理 引き合いの登録と管理 フォロー対象のリストを営業部と共有 コールセンター営業 営業部との連携、引き合いと商談の管理

Oracle

Copyright © 2009, Oracle. All rights reserved. 35

### 売上を最大化するための方程式

$$\text{売上} = \text{引き合いと商談の数} \times \text{引き合いから商談、商談から受注への効率} \times \text{商談ごとの受注金額}$$

より広範囲な市場へのアプローチ  
販売代理店との共同販促活動  
Web・テレマーケティングの活用

営業フォローの徹底  
ナーチャリング(商談育成)プログラムの活用

上位層へのアプローチ  
優良顧客向け販促活動  
セールスシナリオの活用

Oracle

Copyright © 2009, Oracle. All rights reserved. 36

## Marketing Campaigns Best Practice It's a Science

**Optimizing Segments & Targets**  
Next Likely Purchase – Predictive Modeling

Customers who already own:	NLP	Lead to Opportunity score
Any product in Procurement	Financials	5.34x
Database enterprise edition + any production in procurement	Financials	5.94x
Internal Application Server Enterprise Edition + any intelligence product + database	Procurement	7.41x
Financials + any product in procurement + intelligence	Human Resources	7.93x
Self Service HR	Payroll	11.89x

**Sequencing Works**

Activity Sequencing Rules	Score Likely to Convert to Opportunity
Award Event + Oracle Mx	15.71x
Award Event + Internal Seminar Presentation	15.24x
Award Event + Oracle Mx + Oracle Mx/Oracle Registration	15.24x
Download Software + Register to Download	14.72x
Oracle Mx + Register for Internal Seminar Registration	14.5x
Download Software + Oracle Mx	13.71x
Newsletter Subscription + Custom Registration	13.5x
Download Software + Award Event + Oracle Mx	13.36x

**Auto Trigger Activities**

Behavior	Auto Trigger	Lead to Opportunity score
OU Client	Invite to Webinar for mobile product	3.74x
Purchased Product	OU Sales Call	2.3x
Download Software	Invite to Webinar	2.3x
Download Whitepaper	Invite to Event	4.2x

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 37

## 分析モデル: 既存顧客向けの拡販プログラム

既存顧客の購入情報を元に分析、次に購入する製品をモデル化。  
次の施策へ活かす。 **NLP:Next Likely Purchase**

**購買情報とサポート情報などから次に求める領域を決める**

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 38

## 事例: ボーダフォン(UK)様 www.vodafone.co.uk

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 39

## ボーダフォン(UK) 様事例: www.vodafone.co.uk

- 新規顧客獲得・既存顧客維持のためのオンライン・カスタマー・サービスの改善
- オペレーションのコスト削減
- システムの標準化と将来拡張のための基盤構築

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

Copyright © 2009 | Careers | About Vodafone UK | Privacy policy | Terms and conditions | Disability services | Contact us | Store locator | Site map | Vodafone Group

Vodafone Limited. Registered Office: Vodafone House, The Connection, Newbury, Berkshire RG14 2FN. Registered in England No. 1473507.

## ボーダフォンのオンライン・チャネルの変遷

- 2004/11: 新規顧客獲得を目指したオンライン・カスタマー・サービスのシステム基盤の構築を開始。可用性と堅牢性の高いコンテンツ管理システムの導入プロジェクト開始
- 2005/8: www.vodafone.co.uk リニューアル
  - オンラインサービスの機能が格段に拡充(オンライン請求、オンライン・ネットワーク設定、プリペイドカード購入)
  - 新規コンテンツ管理システムのリリース
- 2005/10: オンラインショップのデザイン変更とリニューアル
  - オンライン請求のユーザーエクスペリエンス向上
  - オンライン製品カタログの充実
- 2006/11: サイトデザイン変更とリニューアル(ダウンタイムを最少化)
  - ユーザーエクスペリエンスの向上
  - デザイン変更による定常業務の効率化
- 2007/7: オンライン・カスタマー・サービスとサポートサービスとの相乗効果
  - www.vodafone.co.uk をすべてのWebサービスの共通システム基盤として拡張
  - システム・アーキテクチャの共通基盤への収束

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 42

## www.vodafone.co.uk : 課題・目的・手段

### 新規顧客獲得・既存顧客維持のためのオンライン・カスタマー・サービスの改善

- 顧客向けセルフサービス機能の充実
- 17のバックエンドシステム(請求、オーダー管理等)とWebシステムとの統合

### オペレーションのコスト削減

- 情報の一元管理、コンテンツ・リポジトリ(コンテンツ管理庫)の構築
- コールセンター・販売店への的確な情報配信
- サービス企画担当者のセルフサービスによるWebサイト情報更新

### システムの標準化と将来拡張のための基盤構築

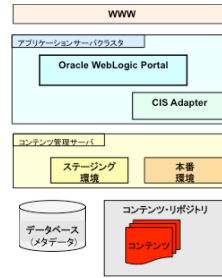
- すべてのWebサービスを支える統合システム基盤の構築
- 導入前:異機種システム基盤が混在、可用性と管理コストに課題
- 将来的な要件への対応:デジタル資産管理、著作権管理機能など

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

43

## www.vodafone.co.uk : システム・アーキテクチャ



- Oracle WebLogic PortalとOracle UCMIによるベスト・オブ・ブリードな組み合わせ

- 業界ベストプラクティスのアーキテクチャを採用、公開直後からパフォーマンスと高い可用性

- 使い勝手のよいデザイン機能と高いパフォーマンス
- レスポンスの速いコンテンツ管理システム

- Oracle UCMIにバンドルの検索エンジンを導入

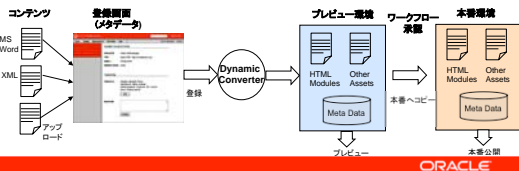
ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

44

## www.vodafone.co.uk : コンテンツ管理機能

- さまざまなフォーマットのコンテンツが登録可能
- 多言語のコンテンツをサポート
- モジュール型のデザインテンプレートによるページデザイン
  - ブランディング・ガイドラインに準じたデザインの統一化
- 標準的なオフィスアプリケーション(Microsoft Wordなど)でコンテンツ登録が可能
- ワークフローをベースとしたコンテンツ配信プロセス(プレビュー環境から本番環境へ)



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

45

## www.vodafone.co.uk : システム導入のポイント

### ユーザビリティの高さ

- 直感的なワークフローシステム
- コンテンツの作成担当者・管理者が受け入れやすい、シンプルで直観的な画面
- さまざまな形式のコンテンツへの対応

### 短期間&段階的導入

- 業界最良製品同士の組み合わせ、ストレスフリーなシステム統合
- すぐに見える標準的な機能と画面(ワークフロー、コンテンツ登録画面など)
- 導入パートナー(Sapient社)の実績とオラクルのコンサルティング・サービスの活用
- プロジェクト開始後8ヶ月で初期リリース

### 将来的な拡張要件への対応

- 標準基盤としての可用性、拡張性、高パフォーマンスの製品の採用
- 強力なデジタルコンテンツ資産管理、著作権管理機能の将来性に注目

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

46

## www.vodafone.co.uk : 成果

### 新規顧客獲得・既存顧客維持のためのオンライン・カスタマー・サービスの改善

- 新規サービスリリースのための32の新機能導入(2006年)
- オンラインサービスの利用率改善、サイトトラフィックが2倍に
- 使いやすいサイトとコンテンツ、新スタイルガイドとブランドデザインの導入

### オペレーションのコスト削減

- オンライン上のセルフサービスアプリケーションの利用率向上(ユーザー登録2倍)
- シンプルな追加開発が容易なシステムアーキテクチャ
- Oracle UCMのコンテンツ管理システム上ですべてのコンテンツが編集可能
- オフショアリソースの全面活用
- ベンダー・サプライヤーとの良好な関係とパートナーネットワーク

### システムの標準化と将来拡張のための基盤構築

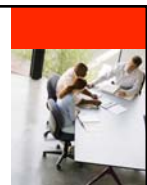
- 99.95%サイト稼働率、99%コンテンツ管理システム稼働率
- 3秒以下のレスポンス
- 継続的な改善プログラムの実施(システムのダウンタイムなし)
- システムスケジュールとサービスリリーススケジュールの非依存化、システム変更とアップグレードを最少ダウンタイムで実施
- 信頼性の高いパフォーマンス、高い可用性、堅牢性

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

47

## Summary



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

48

## Summary

- Webサイト運営の「肝」は
  - ブランド
  - コスト効率化
  - 売上貢献
- コーポレート・ブランドのガバナンスは**必須**。
- 目的別に、**効率化**を進める部分と**効果の最大化**を狙う部分を明確に区別すべき。
- 業務プロセス、システム、評価指標は**標準化**せよ。
- 知識、知恵、経験の共有、**継続的な改善**が必要。
- **マーケティング費用対効果(ROI)の最大化が最重要**



ORACLE®

ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

49