

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 恒輝

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: ポーダフォン(UK)様

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：
ソフトウェアプロダクトの開発、製造、販売、及び
当該ソフトウェアプロダクト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
- ▶ 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（モルウェア）：83,000
- ▶ パートナー数：20,000
- ▶ 145ヶ国にてビジネス展開

日本オラクル株式会社

2000年4月東證一部上場(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月期 対前年比：113%)
- ▶ 代表者：代表執行役 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

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

4

オラクル・コーポレーションの変遷

M&Aによる成長戦略のスタート

年	連結売上高 (M-USD)	営業利益率 (%)
1985	\$4,000	5%
1986	\$6,000	6%
1987	\$10,000	7%
1988	\$11,000	7%
1989	\$10,000	6%
1990	\$1,000	6%
1991	\$1,000	1%
1992	\$2,000	4%
1993	\$3,000	5%
1994	\$4,000	6%
1995	\$5,000	6%
1996	\$6,000	6%
1997	\$7,000	6%
1998	\$8,000	5%
1999	\$9,000	6%
2000	\$10,000	7%
2001	\$11,000	7%
2002	\$12,000	8%
2003	\$13,000	7%
2004	\$14,000	8%
2005	\$15,000	7%
2006	\$16,000	6%
2007	\$17,000	6%
2008	\$18,000	6%
2009	\$19,000	7%

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

5

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

項目	変遷
・ 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

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領域、すべてのビジネスソリューション領域において#1を目指す
- 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による組織的規模拡大への対応
- 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ーラブルな実行体制
- 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.

Webサイトの変遷



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

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.

現在の各国コーポレートサイト



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

現在のキャンペーンサイト(日本)



ORACLE

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

Web Globalization: 課題と目的

コーポレート・プ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.

コーポレートサイト運用効率化への変革



Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

13

ORACLE

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・プ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

1. 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
2. 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サイトマネ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
3. 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

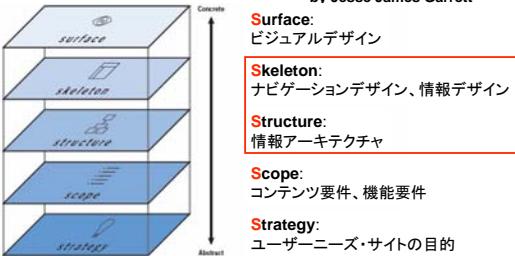
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

14

ORACLE

※『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

Jesse James Garrett
 THE ELEMENTS OF
 USER EXPERIENCE
 NOW AVAILABLE
 IN BOOKSTORES EVERYWHERE
http://www.jjg.net/relements/pdf-elements_simpleblanks.pdfより引用

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

15

ORACLE

「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マートに
 - 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

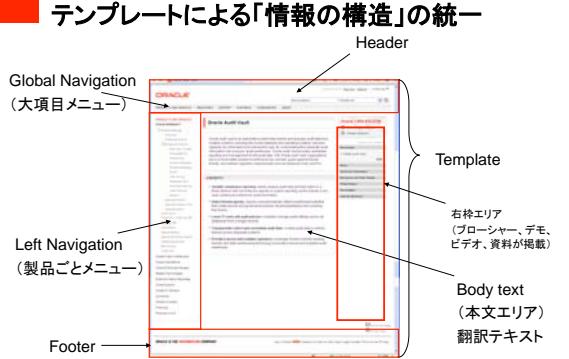
を実現

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

16

ORACLE

テンプレートによる「情報の構造」の統一



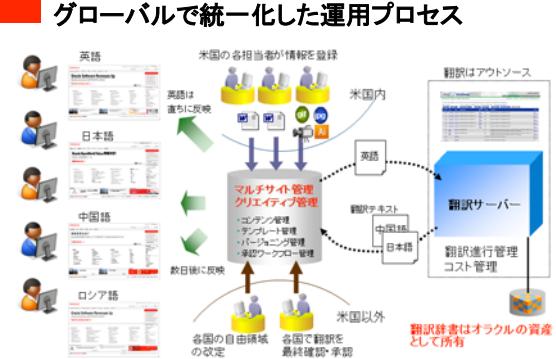
Header
 Global Navigation (大項目メニュー)
 Left Navigation (製品ごとメニュー)
 Footer
 Template
 右枠エリア (プローシャー、デモ、ビデオ、資料が掲載)
 Body text (本文エリア)
 翻訳テキスト

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

17

ORACLE

グローバルで統一化した運用プロセス



英語
 日本語
 中国語
 ロシア語

米国内
 米国以外

マルチサイト管理
 クライエイティブ管理
 • インテンション管理
 • ディレクトリ管理
 • パッケージング管理
 • モビリティ管理
 • リソースマネジメント

翻訳はアウトソース
 翻訳サーバー
 翻訳進行管理
 コスト管理

翻訳テキスト
 英語
 中国語
 日本語

翻訳辞書はオラクルの資産として所有

各担当者が情報を登録
 英語は直ちに反映

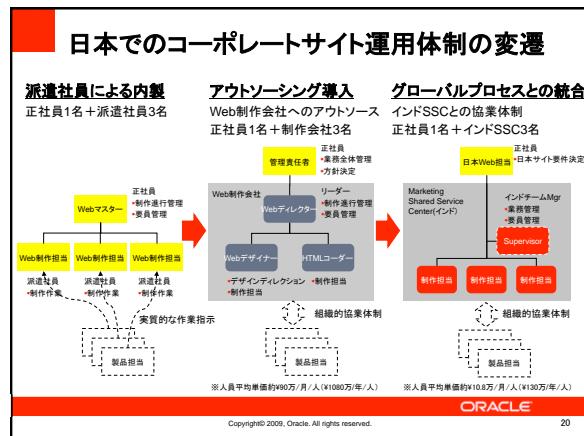
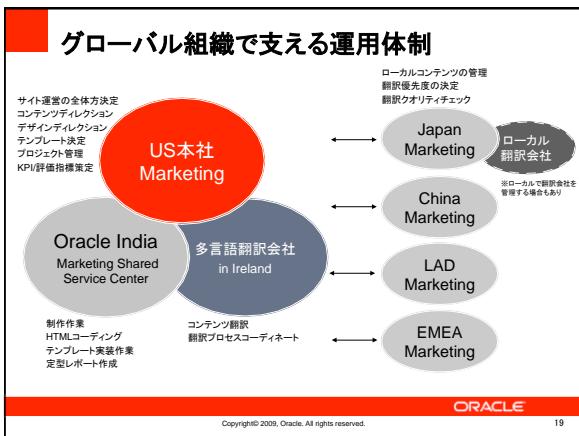
各自由領域
 各国で翻訳を最終確認・承認

総括
 料金後に反映

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

18

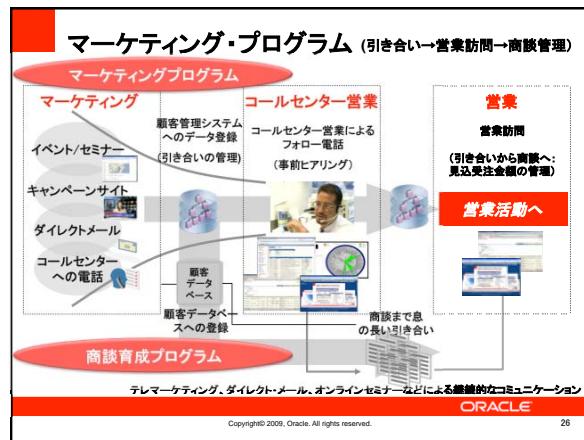
ORACLE



年間400を超えるセミナー展開

This screenshot shows the Oracle Marketing Dashboard interface. It displays a map of Japan with various seminar locations marked. A sidebar on the left lists seminar details such as date, time, and location. Below the map, there's a preview of a seminar landing page featuring speakers and a registration form.

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 25



Webアンケートによる顧客動向調査

This screenshot shows the Oracle Marketing Dashboard. On the left, a survey form titled "興味対象の調査" is displayed, asking questions about interests. On the right, a results analysis section titled "導入予定期" shows a table of survey responses.

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 27

This screenshot shows a detailed view of the Oracle Marketing Dashboard. It includes sections for Lead Statistics, Web Statistics, and Customer Details. A callout box highlights that approximately 15% of leads are evaluated within 3 months.

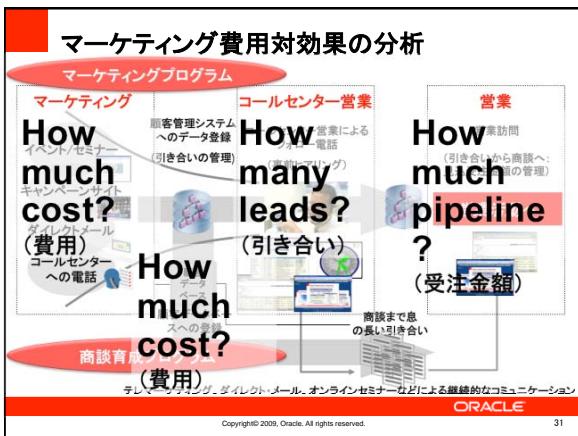
約15%が3ヶ月以内に導入検討中
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 28

This screenshot shows the Oracle Marketing Dashboard. It displays company information and a purchase history analysis. A callout box states that about 10% of customers have purchased other products.

約10%が当社他製品を導入済み
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 29

This screenshot shows a ranking table titled "A-F Leads Top100" in the Oracle Marketing Dashboard. It lists companies and their marketing scores. A callout box indicates that the top 100 companies are displayed.

マーケティングスコア上位100社を表示
Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved. 30



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

ORAQUE

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、見込み受注額を確認することが可能

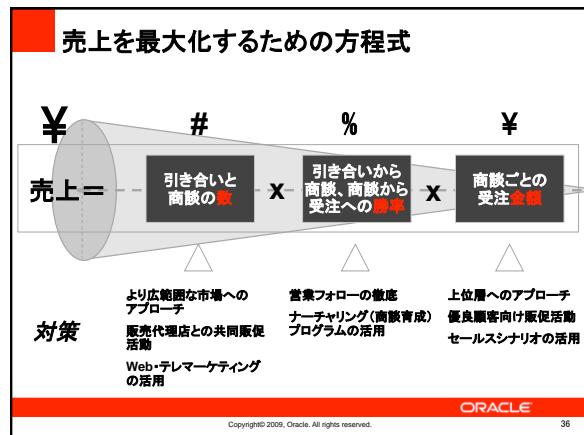
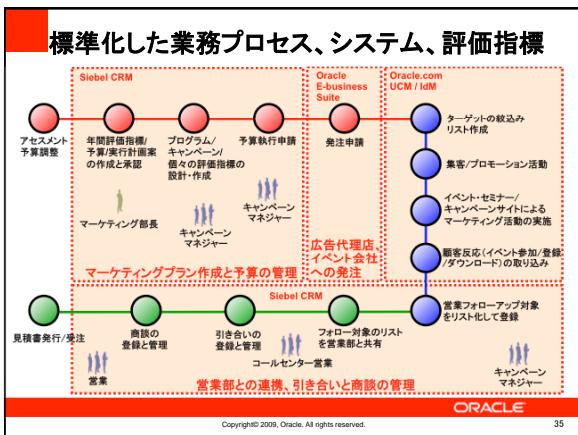
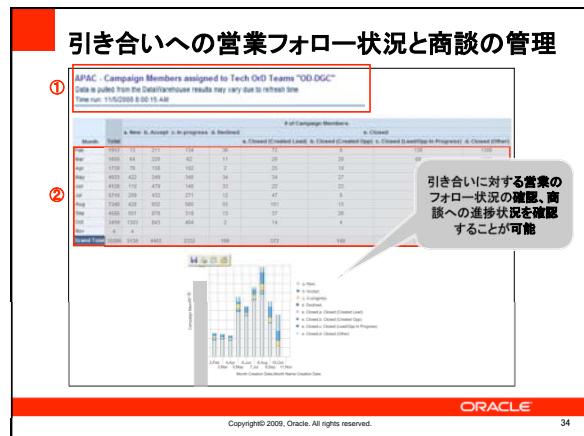
①

②

③

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

33



Marketing Campaigns Best Practice

It's a Science

Optimizing Segments & Targets

Next Likely Purchase - Predictive Modeling

Customer who already own:	ALP	Lead to Opportunity Split
Any product in Procurement	Procurement	0.34%
Database enterprise edition + any other Oracle product	Procurement	5.44%
Internet Application Server Enterprise Edition + any other Oracle product	Procurement	1.41%
Finance + any product in procurement + intelligence	Human Resources	7.99%
Sell-Service HR	Purchasing	11.88%

Sequencing Works

Activity Sequencing Rules	Next Likely to Convert to Opportunity
Initial Event + Oracle Mix	12.7%
Initial Event + Internal Serial Registration	15.52%
Initial Event + Oracle Mix + Oracle Marketing Automation	15.34%
Download Software + Response by Direct Marketing	14.72%
Oracle Mix + Regular for Internet	14.3%
Newsletter Subscription + Oracle Mix	13.73%
Newspaper Subscription + Oracle Mix	13.5%
Download Software + Oracle Mix	12.56%

Auto Trigger Activities

Trigger	Auto Trigger	Lead to Opportunity Split
OU Class	Invite to Webcast for related product	1.8%
Purchased Product	OU Sales Call	2.2%
Download Software	Invite to Webcast	3.5%
Download Whitepaper	Invite to Event	4.2%

Auto Triggered Activities

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**

Party 11010001
Industry: Japan
Industry: MANUFACTURING
Please read the note if initial base information is incorrect
Module to Use:
Products
Finance
Oracle Manufacturing 11.8
Purchasing

購買情報とサポート情報などから次に攻める領域を決める

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 | Camera | 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 Connect, Newbury, Berkshire RG14 2PL. Registered in England No 1471587

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大(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体験向上
 - 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(ダウンタイムを最小化)
 - ユーザー体験向上
 - 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

The diagram illustrates the architecture of the Vodafone website. It starts with the 'www' layer at the top, followed by an application server cluster containing the 'Oracle WebLogic Portal' and 'CIS Adapter'. Below this is a content management server layer with 'Content Management Server' components for 'Storage Environment' and 'Production Environment'. At the bottom is the 'Database Layer' (Metadatabase) which contains the 'Content Repository' (Content).

- Oracle WebLogic PortalとOracle UCM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 UCM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
 - プランディング・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)

The workflow diagram shows the process of managing content. It starts with 'MS Word' and 'XML' files being uploaded ('アップロード') to a 'Content' interface. This interface has a 'Dynamic Converter' that converts the files into a 'Preview Environment' (containing 'HTML Modules', 'Other Assets', and 'Meta Data'). From there, it moves to a 'Production Environment' (containing 'HTML Modules', 'Other Assets', and 'Meta Data'), which is then published ('本番公開').

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
 - すぐに使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
 - オプションリリースの全面活用
 - 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

A photograph showing two individuals in an office environment, one seated at a desk and the other standing, engaged in a discussion or review of documents on a table.

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®

Copyright© 2009, Oracle. All rights reserved.

49