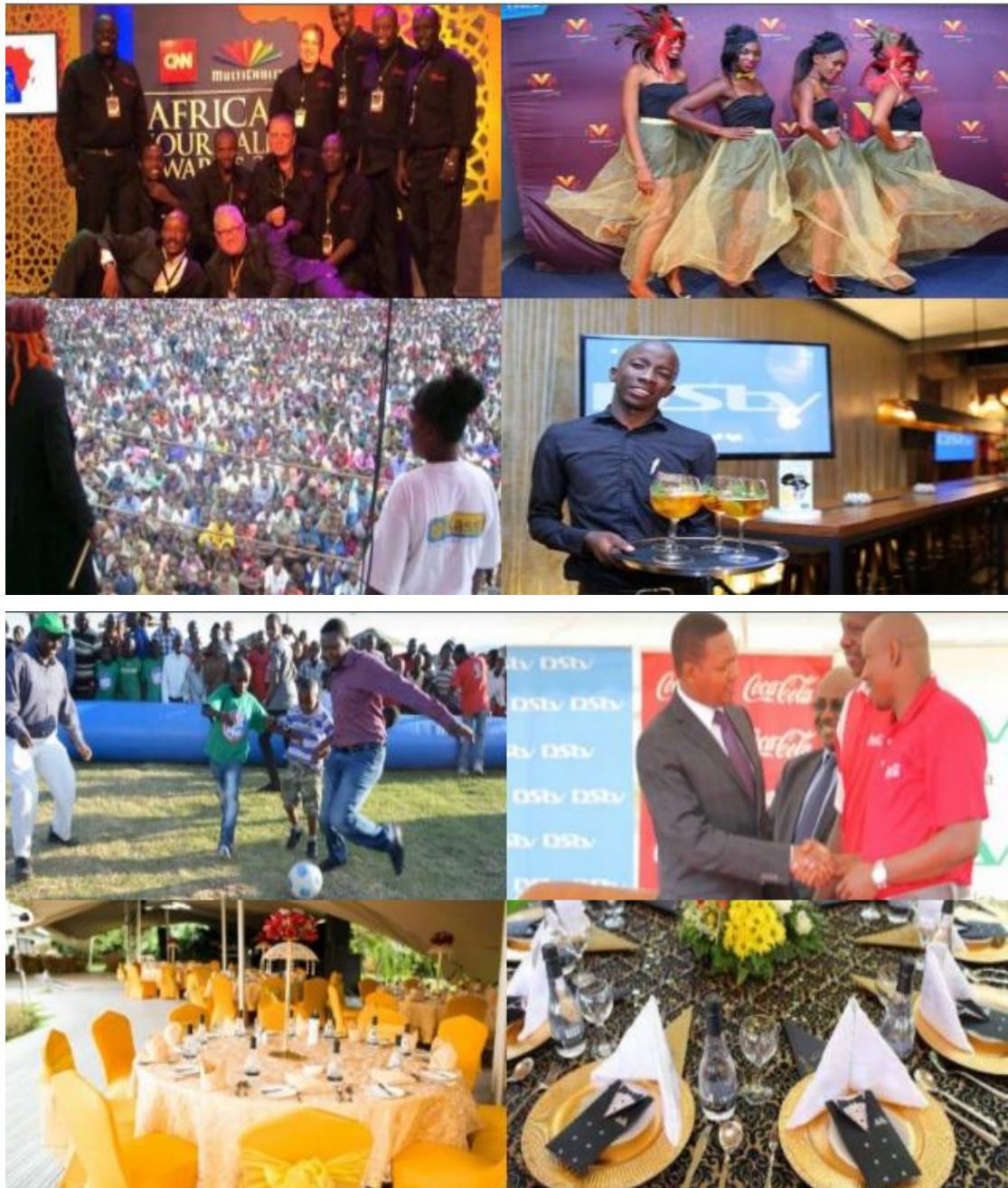


# We are Game Changer

WE STAND FOR MORE THAN GREAT CUSTOMER SERVICE,  
GOOD VALUE AND INNOVATIVE MARKETING ACTIVATIONS.





マーケティングは技術と態度の変化に常に対応し、反応します。デジタルマーケティングはここ数年で大幅な変化を遂げましたが、その変化を促した技術は、ほとんどのブランドが追いつくことができるよりも速いペースで成長しています。

したがって、2016年に既に戦略的に取り組んでいる競合するマーケティング担当者にとって、これはどういう意味ですか？ブランドは、単に流行に乗り越えるのではなく、前進

するために通常のチャネルを超えて見る必要があります。

2016年以降のマーケティングの今後の方向性については、ここで完全なガイドをダウンロードしてください。

ここでは、マーケティングの顔を変えている（2016年にマーケティング担当者が目指すべき姿を見てみましょう）トレンドについて説明します。

## **1) 関係のマーケティング**

2016年までに世界中の20億人の消費者がスマートフォンを所有すると予想されているスマートフォンの採用が増加し続ける中、ブランドと顧客とのつながりが見込まれる機会はこれまで以上に増えています。リレーションシップマーケティングに入る。

リレーションシップマーケティングの目標は、迅速かつ短期間の顧客獲得と個々の販売ではなく、より強いロイヤリティと長期的な顧客関与の構築に集中することです。これにより、企業は、口頭による宣伝やリード生成を促す、強く感情的なブランドの顧客との関係を構築するのに役立ちます。

意味のある顧客関係と会話を通じ、企業はロイヤリストとブランド提唱者を作ります。

リレーションシップマーケティングを行う企業は、より意味のあるつながりを求めて競争する他のブランドにとって、高い評価を得ています。

では、企業はどのようにコミュニティを発展させ、アウトリーチ活動をパーソナライズできますか？データ。私たちは現在、容易にアクセス可能で解釈可能な形式のデータを用意しており、これを通じて強力なリレーションシップ・マーケティング計画を立てることができます。2016年以降、パーソナライズされたデータ駆動型マーケティングがますます重要になります。

関係を重視するマーケティング担当者がビジネスを成長させるにつれて、マーケティングへの侵害的で大量のターゲットを絞ったアプローチは徐々に減るだろう。すべての強固な関係は信頼に基づいています。顧客とブランドの透明性は不可欠なので、企業は関係マーケティング戦略をマッピングする際にこれを覚えておく必要があります。

## **2) マーケティングオートメーション**

今日のマーケティング担当者はコンテンツの50%以上をコンテンツに費やしているため、企業はマーケティングを自動化する方法が増えています。マーケティングの自動化だけで55億ドルの価値があり、鉛の生成と見通しの育成をリードしています。

マーケティング自動化プラットフォームを使用すると、電子メールのスケジュール設定、連絡先の分割、ソーシャルメディアの投稿の自動化、コンテンツの管理、マーケティングファンネルでの顧客のライフサイクルの追跡が容易になります。この自動化の傾向は、コンバージョンの成長をも強調しています。これにより、品質を損なうことなく、できるだけリーンで集中的で収益性の高い状態を保つことができます。

マーケティング担当者や CMO は、結果を出すためのマーケティングをさらに重視し、ギャップを突き止め、魅力的な見込み客による販売促進、リードの適格性確認、販売サイクル全体の短縮といった堅牢な自動化戦略を定義して、チームのスキルを習得する必要があります。

### **3) ロケーションベースのマーケティング技術**

イベントの専門家やマーケティング担当者はどのようにインタラクティブな体験を作成できますか？エンゲージメントのポイントでユーザーをターゲットにする必要があります。Carypmobi や RFID のようなロケーションベースのマーケティング技術は、これを可能にします。Carypmobi エネルギー (BLE) 技術を使用して、小売店、POS ディスプレイ、およびマーチャндаイジングエリアに収容できる近くのデバイスを検出する、小型で安価な送信機です。

Carypmobi は、イベントの参加者が、講演やセッションに参加して参加することで、会議を最大限に活用するのに役立ちます。さらに、Linkedin との統合により、出席者と連絡を取り、最新のニュースに関するメッセージ (プッシュ通知を含む) を送信できるため、遅延した電子メール通信の必要性が軽減されます。

RFID (Radio Frequency Identification) はチップとアンテナを内蔵した小さな電子機器で、タグに固有の識別子を提供します。RFID リストバンド、カード、およびアプリケーションにより、イベント出席者は、新規かつ魅力的な方法で対話することができます。イベント主催者は、訪問者が自分の経験を友人のオンラインと簡単に共有できるようにする

ことができます。ブランドはシンプルな写真でシェアを高め、ソーシャルメディアを共有することができます。

それはすべて、場所と、マーケティング担当者がリアルタイムで最大限に活用できることです。

#### **4) バーチャルリアリティ**

Oculus Rift のようなバーチャルリアリティ技術は、マーケティング担当者が 2016 年に消費者を巻き込む方法に大きな影響を及ぼすことは避けられません。特に Millennials にとってのマーケティングの最大の鍵の 1 つはパーソナライゼーションです。文字通り 360 度のストーリーを伝えることができれば、企業はかつてないように従事することができます。

小売業者などの将来の顧客にバーチャルエクスペリエンスを提供していない企業では、売上が低下する可能性があります。2016 年以降の VR の採用は間違いなく

NEED MORE  
INFORMATION, DO CALL  
OR EMAIL

**+254 722 802 814**

**+254 735 802 814**