

2020年9月10日

博報堂と M-Force、マーケティング領域で協業開始

「生活者発想」と「9segs フレームワーク」の掛け合わせで顧客起点のマーケティングを強化

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）は、M-Force 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：長 祐、以下 M-Force）とマーケティング領域における協業を開始いたします。博報堂はこの協業により、当社クライアント企業のマーケティング活動支援において、M-Force 独自のフレームワーク「9segs」を活用することが可能になります。

デジタル技術が進化し、マーケティング領域においてもデジタルトランスフォーメーションが加速する中、マーケティング施策も劇的に変容・多様化しています。さらに、新型コロナウイルスの影響による社会や生活者の意識、行動の変化は、生活者と企業・ブランドの接点を変化させ、マーケティング施策の多様化をさらに加速させようとしています。

この状況において、博報堂はクライアントのマーケティングパートナーとして、企業のマーケティング施策をデジタル化時代の「顧客体験（CX）」としてデザインし、「顧客起点」のマーケティングを一層強化していく必要があると考え、9segs を用いて企業の顧客起点マーケティングモデルへのシフトとビジネスの飛躍的な成長をサポートする M-Force と協業するに至りました。

協業を通じて、博報堂はクライアント企業・ブランドのマーケティング支援において、独自の生活者発想と M-Force の 9segs フレームワークを掛け合わせたマーケティング戦略を策定し、提供することが可能になります。また、クリエイティブやプロモーション、デジタルソリューション等の施策開発においても、博報堂のプランニング力、クリエイティブ開発力と 9segs の強みを融合させながら、生活者の気持ちを真に動かし、行動を喚起するマーケティング施策を開発していきます。

博報堂は今後も、クライアント企業のマーケティングパートナーとして、企業・ブランドの成長に貢献してまいります。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 玉・山野 koho.mail@hakuhodo.co.jp 03-6441-6161

■協業領域

クライアント企業のマーケティング業務、個別プロジェクトにおける協業

■M-Force のフレームワーク「9segs」について

自社ブランド・競合ブランドを「9つの主要な顧客セグメント」に分解し、顧客情報を戦略的に分析する手法で、数々の企業やブランド向けに導入しているフレームワークです。

自社ブランド・競合ブランドの顧客情報（デモグラフィックや価値観などの顧客像にまつわる情報、ブランドに対するイメージにまつわる情報、価値観・購買習慣・メディア習慣のような行動情報など）が数値化されるため、こういったアプローチが顧客を動かしビジネスを伸ばしうるのかを精緻に分析した上で、顧客戦略を策定することが可能です。数値で証明され可視化された顧客戦略は、組織に明確な方向性とフォーカスを与えるため、施策開発・実行フェーズにおいても重要な羅針盤となります。

認知なし		認知あり				次回購買意向 (ブランド選好)
購買経験なし		購買経験あり				
9 未認知顧客	7 積極 認知・未購買顧客	5 積極 離反顧客	3 積極 一般顧客	1 積極 ロイヤル顧客	高	
	8 消極 認知・未購買顧客	6 消極 離反顧客	4 消極 一般顧客	2 消極 ロイヤル顧客		低
		なし(過去購買)	低	高	現在購買頻度	

【会社概要】

■ 株式会社博報堂

所在地 : 東京都港区赤坂5丁目3番1号 赤坂Bizタワー

設立 : 1924年2月

代表者 : 代表取締役社長 水島正幸

URL : <https://www.hakuhodo.co.jp>

■ M-Force 株式会社

所在地 : 東京都渋谷区猿楽町18番8号 ヒルサイドテラスF-201

設立日 : 2019年1月

代表者 : 代表取締役 長 祐

事業内容 : 顧客起点を軸として経営とマーケティングを繋ぎ、事業成長を支援

「顧客戦略」策定と活用支援、および「顧客施策」の効果検証、「顧客戦略」に基づいた事業の成長予測とリスク予測

URL : <https://mktgforce.com>