

データマーケティングを
もっとスマートに

! b→dash



データマーケティングツール
業界シェア No.1





Since : 2014年

データマーケティングに必要な
ツールコストと**導入/運用コスト**を**最小化**し、
売上を最大化させるプロダクト

b→dash が提供する 4つの特徴

01.
All in One

02.
ノーコード

03.
サポート

04.
パフォーマンスと
セキュリティ



! b→dash が提供する 4つの特徴

01.
All in One

02.
ノーコード

03.
サポート

04.
パフォーマンスと
セキュリティ



All in One

b→dashであれば、**データマーケティングに必要な機能を網羅**しているため、
データの活用状況に応じて、**機能を拡張しながら利用**が可能



データパレット (CDP)

GUI上で、誰でも
データの『取込/加工/統合/
抽出/活用』が実現可能



MA（メール）

ユーザの属性や行動に応じて
最適なタイミングで
適するコンテンツを送付可能



LINE連携

LINE公式アカウントと連携し、
設定したセグメントに配信可能
※LINE費用は別途発生



Push通知

ユーザの属性や行動に
応じて、アプリの
プッシュ通知を送信可能



SMS配信

ユーザの属性や行動に応じて、
SMSを配信することが可能



web接客

ユーザの属性や行動に応じて
サイト上でポップアップを
表示することが可能



BI

広告/アクセスログ/
ビジネスデータを
組み合わせて分析可能



レコメンド

最適なアルゴリズムを選択し
コンテンツ/メールにおいて、
レコメンドを使用することが可能



CMS

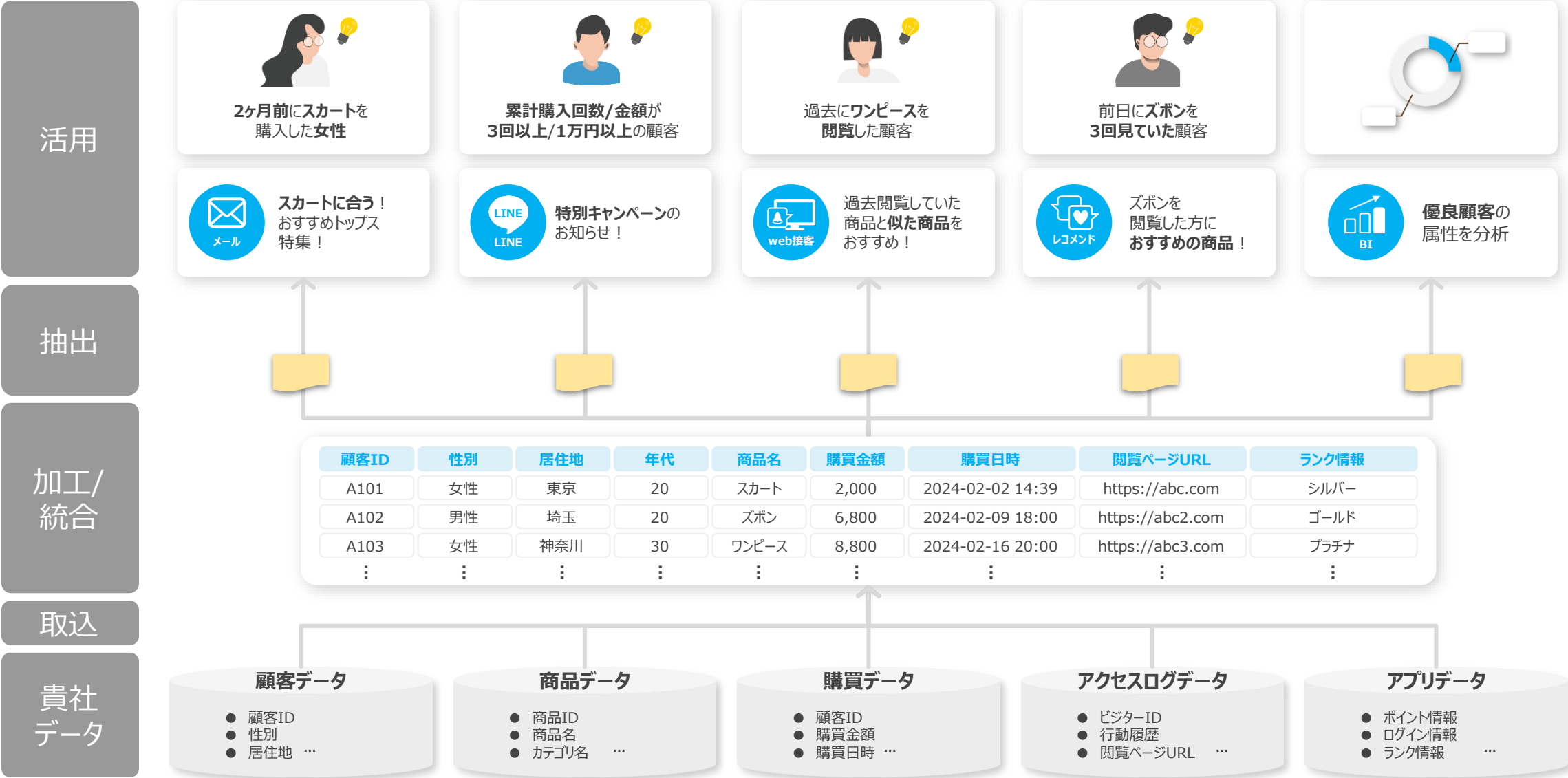
お問い合わせ/予約フォームなど
必要なフォームを作成し、
取得したデータを活用可能



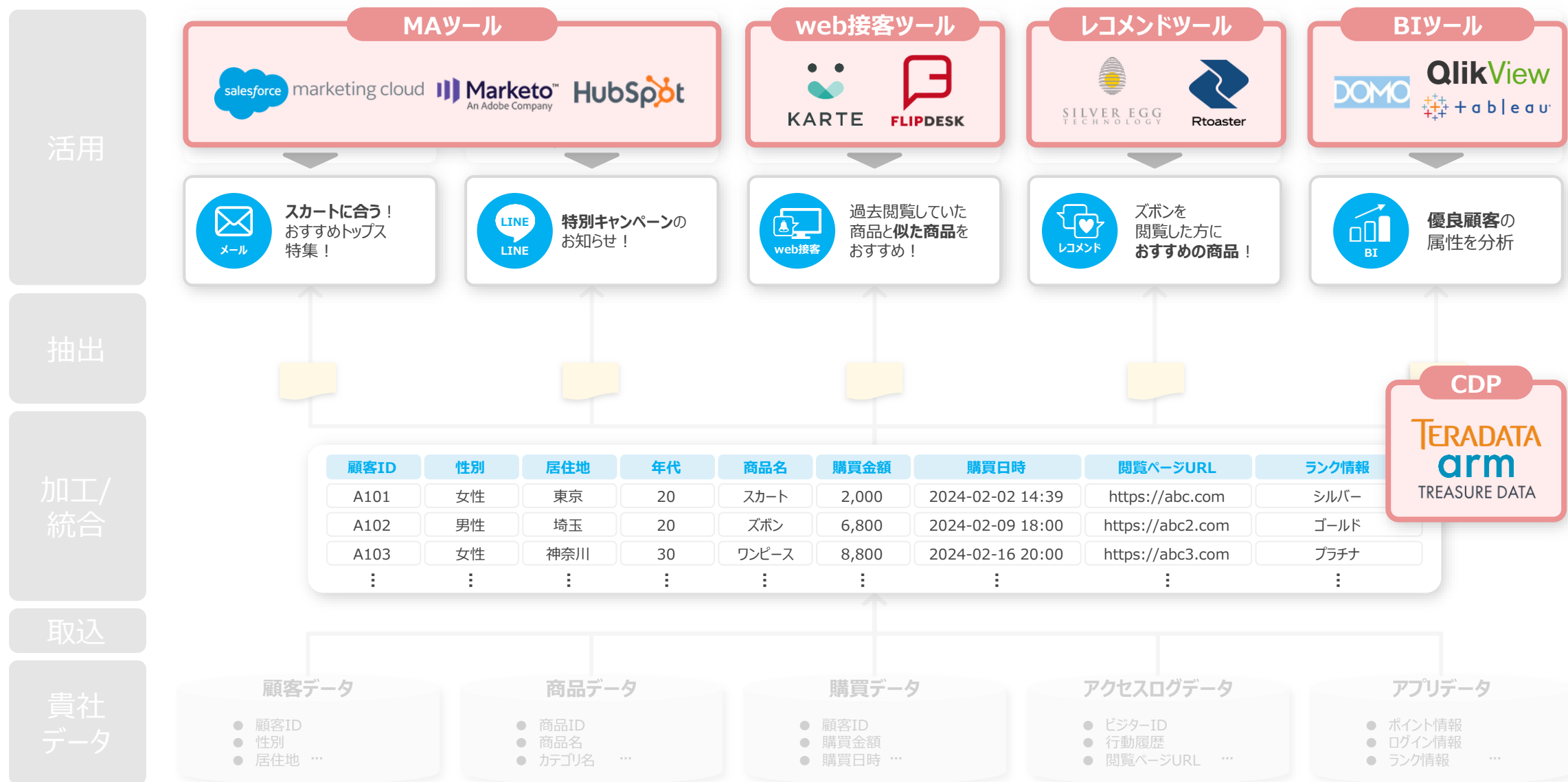
カスタマーウォッチ

一人一人の顧客に対して
行動ログを管理し
検索することが可能

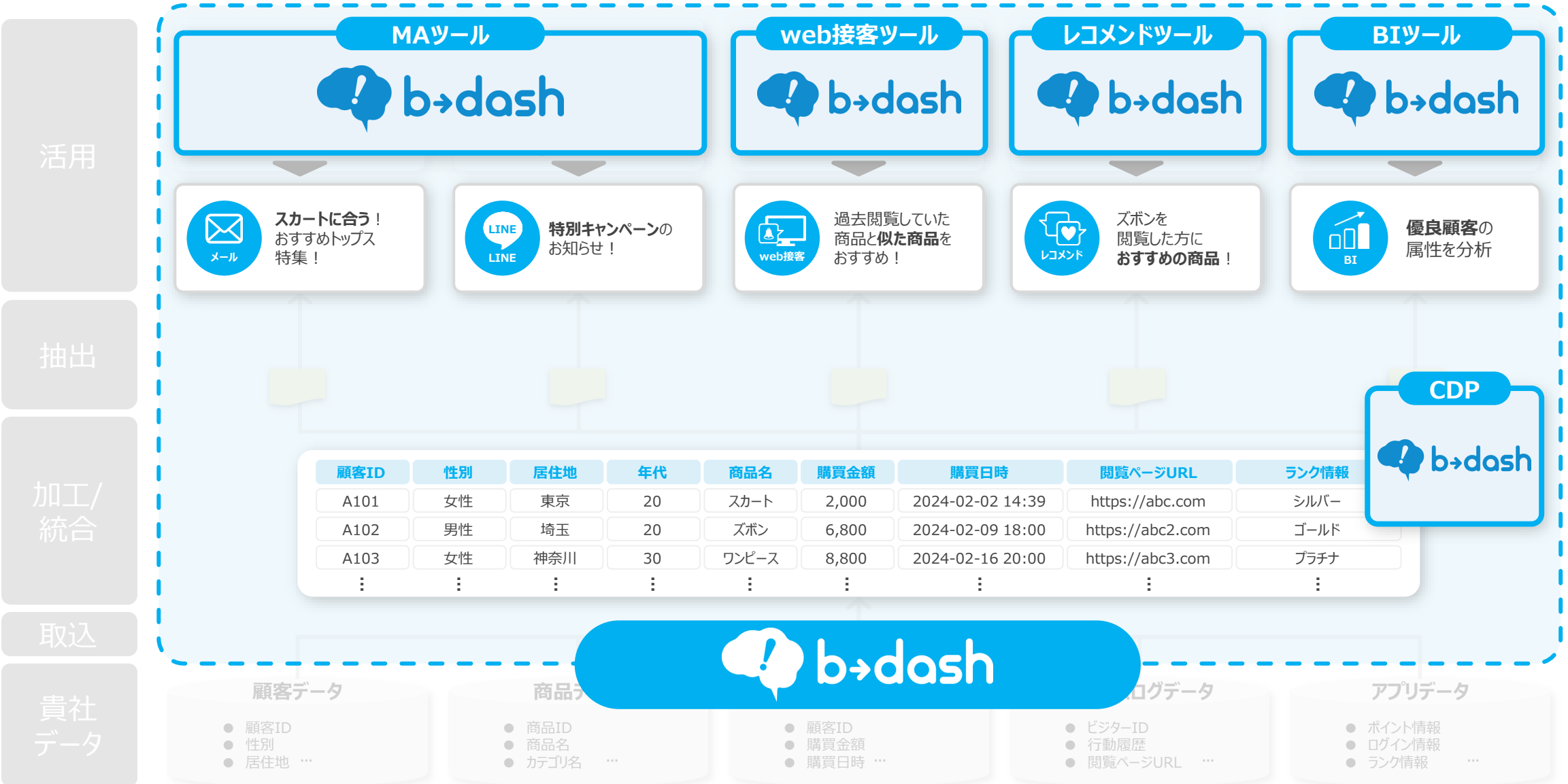
データを活用し、**新規/既存顧客の売上を向上**させるためには、
顧客に合わせたアプローチを行うことが重要



顧客に合わせたアプローチを実施するためには、
複数のツールを組み合わせて構築する必要があり、**膨大なコストや運用工数**が発生



b→dashであれば、必要な機能を **All in One** で提供できるため、
コストや運用工数を抑えて実現



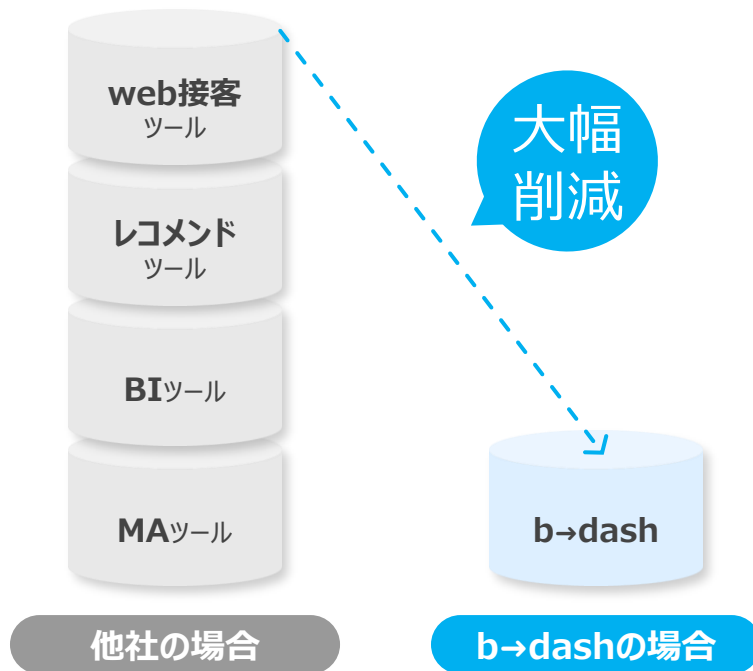
顧客ID	性別	居住地	年代	商品名	購買金額	購買日時	閲覧ページURL	ランク情報
A101	女性	東京	20	スカート	2,000	2024-02-02 14:39	https://abc.com	シルバー
A102	男性	埼玉	20	ズボン	6,800	2024-02-09 18:00	https://abc2.com	ゴールド
A103	女性	神奈川	30	ワンピース	8,800	2024-02-16 20:00	https://abc3.com	プラチナ
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

All in One におけるメリット

必要な機能を“**All in One**”で提供できるため、**コストや運用工数を抑えて実現**！

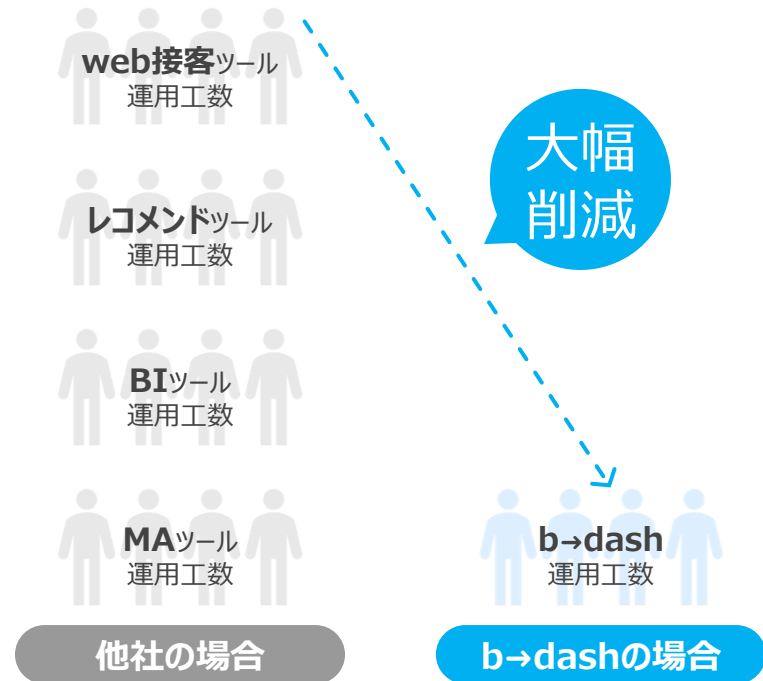
発生するコスト

他社で実現する場合、複数のツールを導入する必要があり、**膨大なコスト**が発生するものの、b→dashはひとつで完結できるため、**大幅にコストを削減して実現**



発生する運用工数

他社で実現する場合、複数のツールを導入する必要があり、**膨大な運用工数**が発生するものの、b→dashはひとつで完結できるため、**大幅に運用工数を削減して実現**



**All in Oneだと
機能的に見劣りするところはないのか？**

各機能に特化したツールの**詳細機能と比較**しても、**見劣りしない様々な機能**を提供

配信機能

(メール/LINE/SMS/Push通知)

- 豊富なテンプレートを活用したコンテンツ作成
- コンテンツへのデータ/リンク挿入
- 開封/クリック/CVなどの施策成果の可視化
- URLへのパラメータ自動付与

...



抽出機能

- 任意の条件を指定した抽出処理
- 履歴データを利用した抽出処理
- AND/OR/NOTの条件で組み合わせた複合セグメントの作成

...

取込機能

- 基幹システム/アプリケーション/ローカル環境からのデータ取込
- カラム名やデータ型などのデータフォーマットの設定
- 更新方法や文字コードなどの取込ルールの設定

...



サイト改善機能

(web接客/レコメンド/CMS)

- 豊富なテンプレートを活用したコンテンツ作成
- コンテンツへのデータ/閲覧人数/動的テキストなどの挿入
- 多様なアルゴリズムを利用したレコメンドデータ作成
- フォーム/ランディングページの作成

...

BI機能

- 豊富なテンプレートを活用したレポート作成
- 集計軸や指標項目を自由に設定したカスタムレポートの作成
- ダッシュボードの作成
- フィルタ/条件付き書式など表示形式のカスタマイズ

...

加工/統合機能

- 連結、分割、四則演算、集約などよく使われる加工処理
- 生年月日から年代を算出するなどよく使われる加工処理のテンプレート
- 横統合/縦統合
- 重複データの除外設定

...

etc...

! b→dash が提供する 4つの特徴

01.
All in One

02.
ノーコード

03.
サポート

04.
パフォーマンスと
セキュリティ

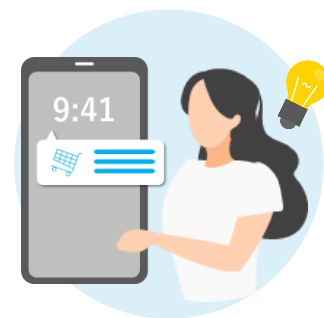


ノーコード

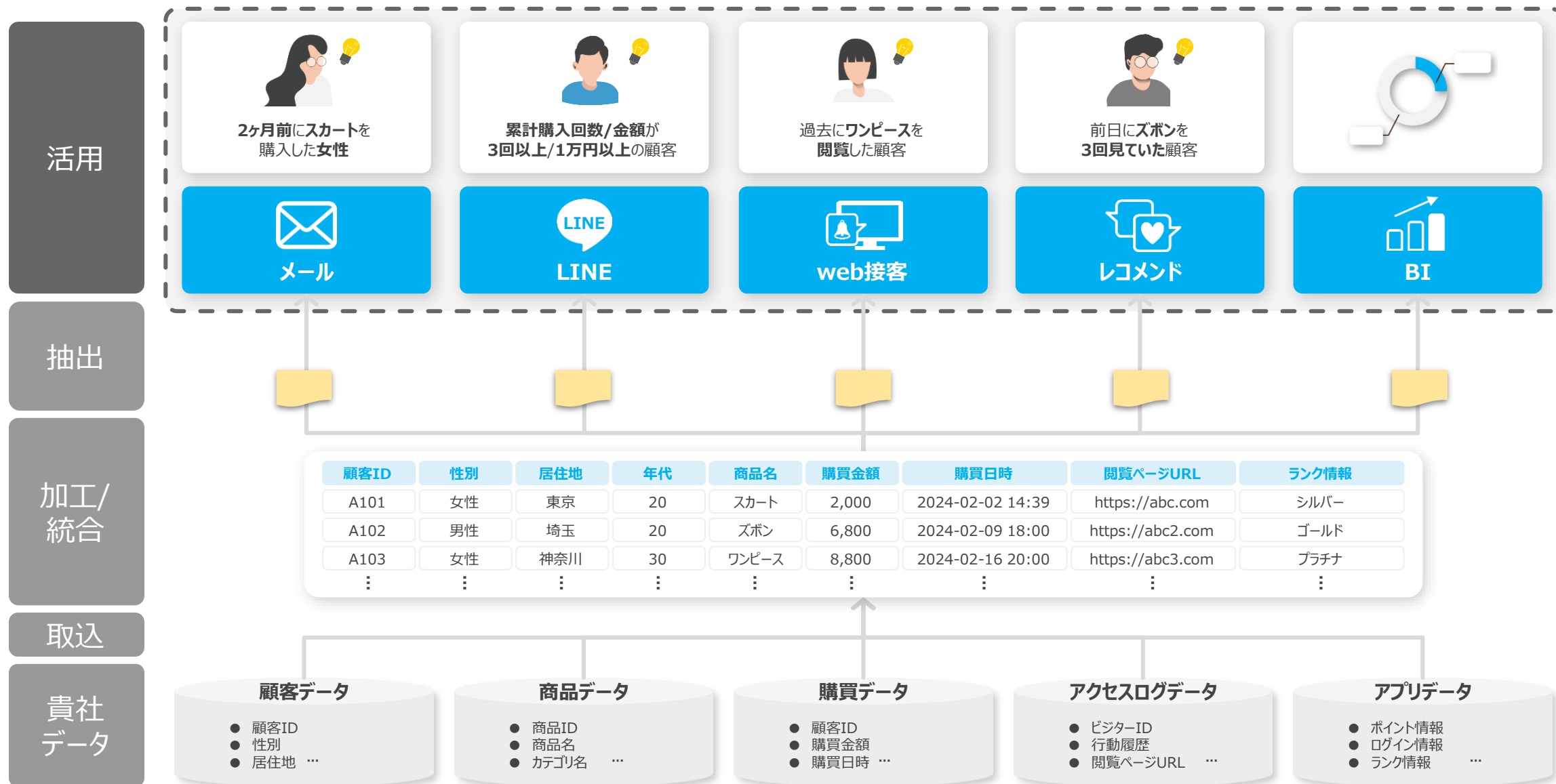
データを活用するうえで必要な**加工/統合/抽出**の対応を、**SQLなく誰でも対応可能**



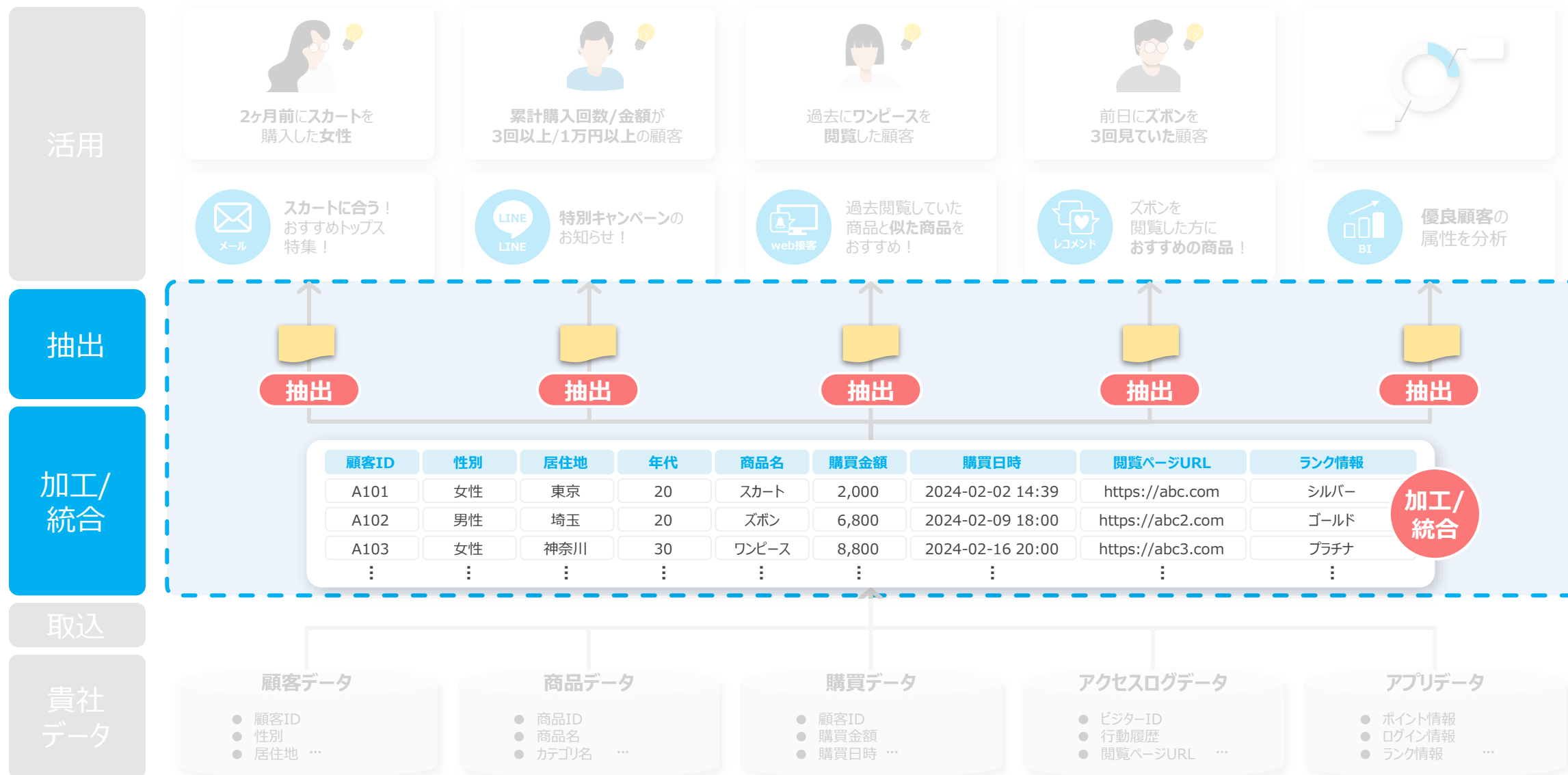
A	B	C	D	E	F
id	受注ID	受注日時	受注金額	キャンセルフラグ	受注明細ID
14339	270	2018/05/13 14:19:00	78400	FALSE	240426
19968	498	2018/09/06 09:17:00	66900	FALSE	240426
20835	2769	2021/10/15 07:46:00	246800	FALSE	240426
9460	2216	2021/01/07 00:29:00	55800	FALSE	240426
24816	298	2018/05/30 11:34:00	7400	FALSE	240426
16836	363	2018/07/02 11:25:00	61300	FALSE	240426
4628	2453	2021/05/07 15:14:00	35200	FALSE	240426
24505	1926	2020/08/08 02:16:00	75200	FALSE	240426
16130	2073	2020/10/27 11:09:00	44000	FALSE	240426
21150	1315	2019/10/16 23:11:00	108000	FALSE	240426
16012	2654	2021/08/15 13:24:00	9600	FALSE	240426
42934	2065	2018/12/21 06:10:00	31500	FALSE	240426
		2018/08/07 06:52:00	19500	FALSE	240426
		2020/05/10 20:11:00	19800	FALSE	240426
		2020/09/17 21:35:00	29400	FALSE	240426
		2020/10/17 00:37:00	128900	FALSE	240426
		2020/01/03 02:40:00	15000	FALSE	240426
		2018/01/01 23:22:00	87000	FALSE	240426
		2021/04/15 07:28:00	25600	FALSE	240426
		2019/09/16 03:39:00	98000	FALSE	240426
		2020/05/19 21:16:00	12800	FALSE	240426
		2020/08/05 07:16:00	81100	FALSE	240426
		2018/12/16 19:48:00	75600	FALSE	240426
		2023/05/01 13:40:00	7000	FALSE	240426



データマーケティングを実施しようとする、
「活用」するための機能にフォーカスしがちになるものの、



押さえるべき重要なプロセスは、「加工/統合/抽出」の領域



取り込んだデータを、実現したい施策や分析に合わせて、
SQLを使用し、加工/統合/抽出することが必要

活用

抽出

加工/
統合

取込

貴社
データ



女性 / 30代

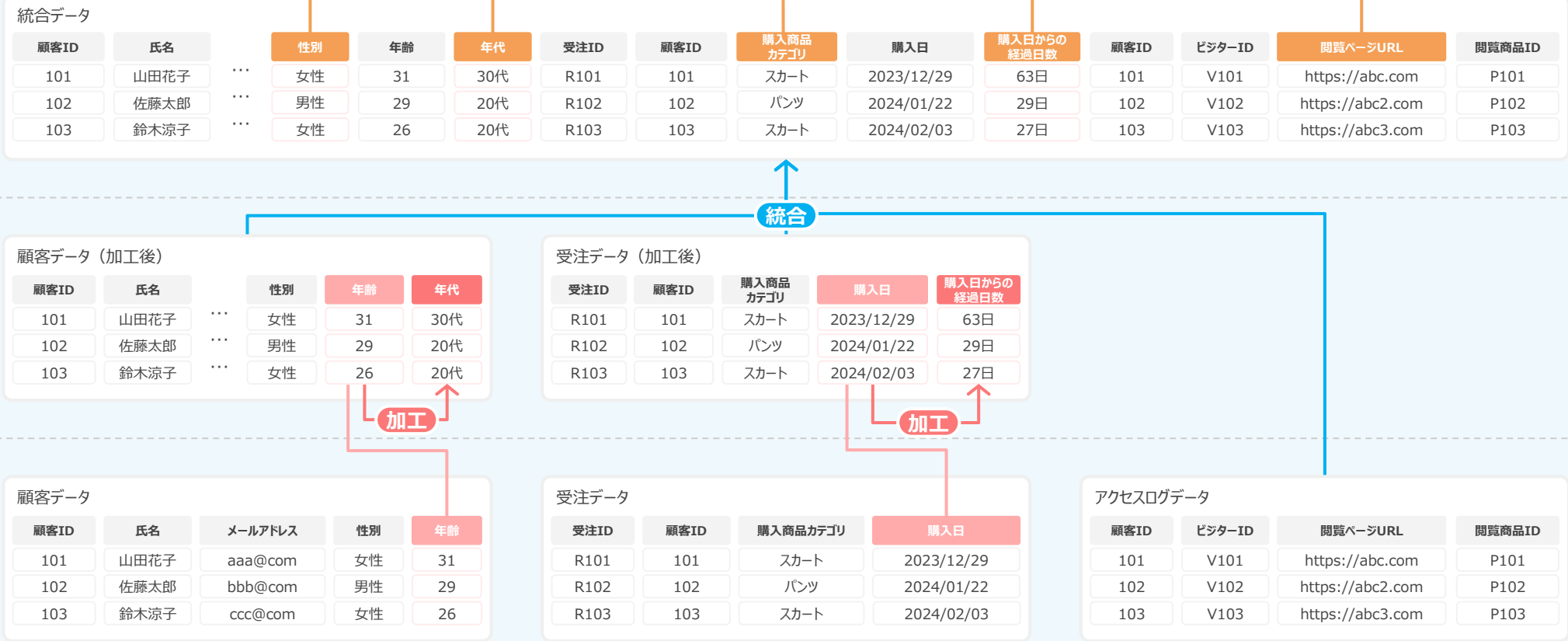
×

2ヶ月前に
スカートを購入

×

WEBサイト
閲覧経験あり

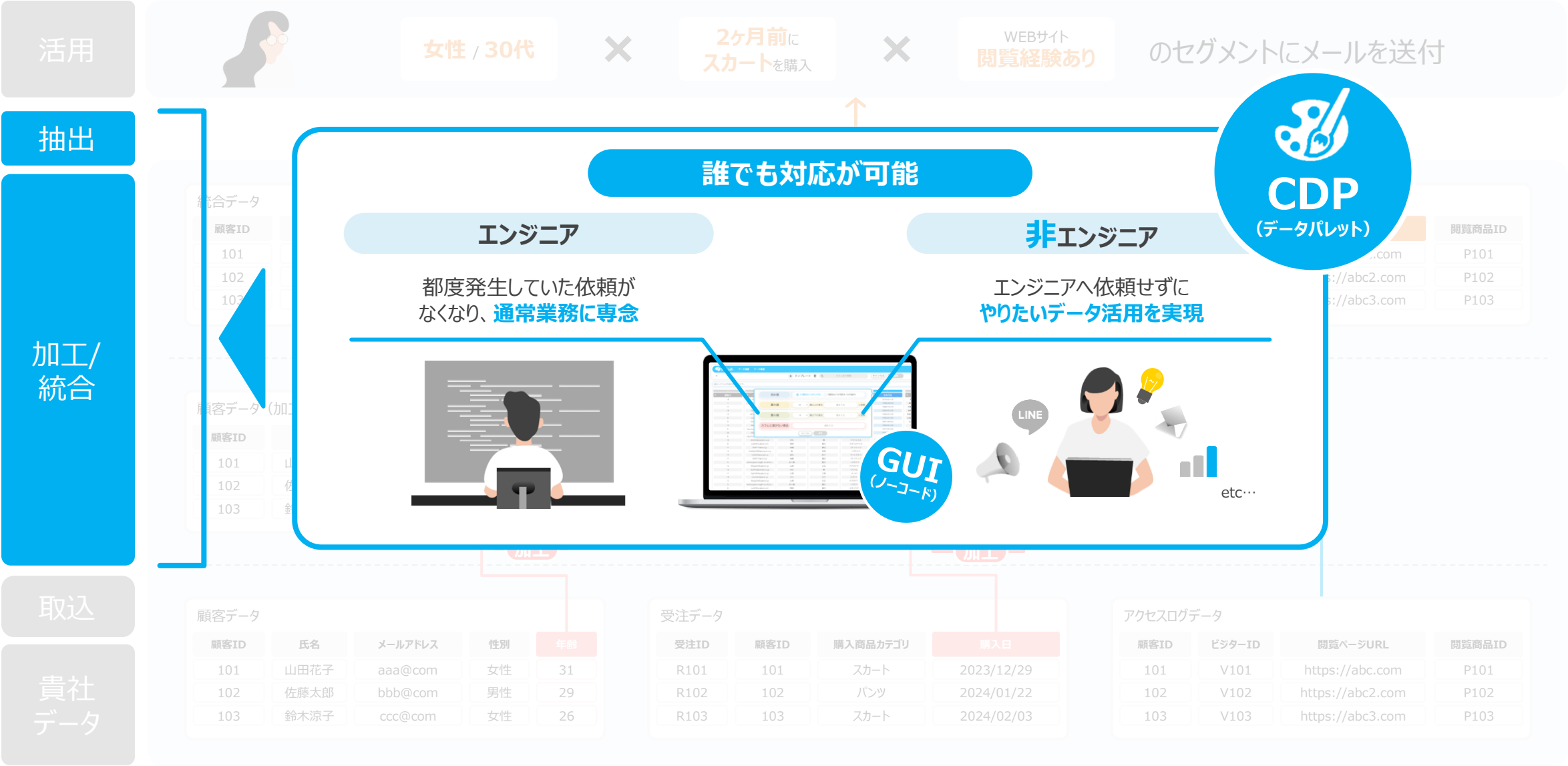
のセグメントにメールを送付



対応するためには、SQLなどの専門知識が求められるため、社内エンジニアで対応する場合は、**都度、工数の確保が必要**となり、外注する場合は、**膨大な依頼コストが発生**



b→dashであれば、SQLの知識は不要で、
エンジニアの工数を使わずに、誰でもデータ活用を実現



ノーコード におけるメリット

エンジニアの工数をかけずに“**ノーコード**”で実現できるため、**誰でも** データ活用を実現！

Before

対応するためには、**都度エンジニアに依頼**が必要で、**工数やコストの問題**で、**データ活用が進まない**

〈 社内エンジニアが対応 〉

都度、工数の確保が必要で、
通常業務もあるため、
対応が進まない



〈 SIerに依頼 〉

依頼する度に、**高額な費用が発生**し
予算が確保できず、
対応ができない



b→dash

ノーコードで、誰でも対応できるため、
エンジニアの工数を奪わずに、**通常業務に専念**でき、
やりたいデータ活用を実現

〈 エンジニア 〉

都度発生していた依頼が
なくなり、**通常業務に専念**



〈 非エンジニア 〉

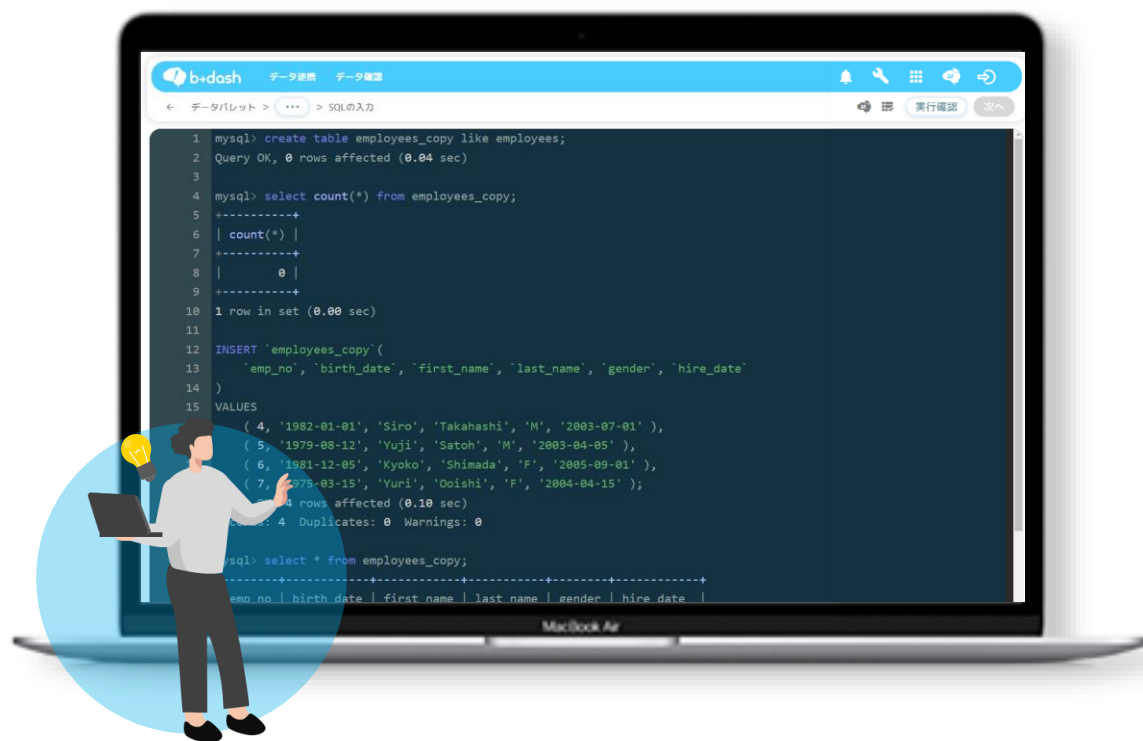
エンジニアへ依頼せずに
やりたいデータ活用を実現



SQLで対応はできないのか？

SQLでの対応も可能なため、**操作環境を選択し、
専門知識がある方も、そうでない方も、活用**することが可能！

SQLの操作環境



GUIの操作環境



! b→dash が提供する 4つの特徴

01.
All in One

02.
ノーコード

03.
サポート

04.
パフォーマンスと
セキュリティ



ツール導入した企業様のよくある状況

ツールを活用してデータマーケティングを推進しようとするものの、
導入/運用を行う上で、負が発生

どんな施策/分析を
実施すべきか**分からない**...

サポートが不十分で、
**使いこなすことが
できない**...

コンサルに依頼すると
外注費用が膨大に発生...

etc...



それらの負を解消するために、b→dashが提供するサポート



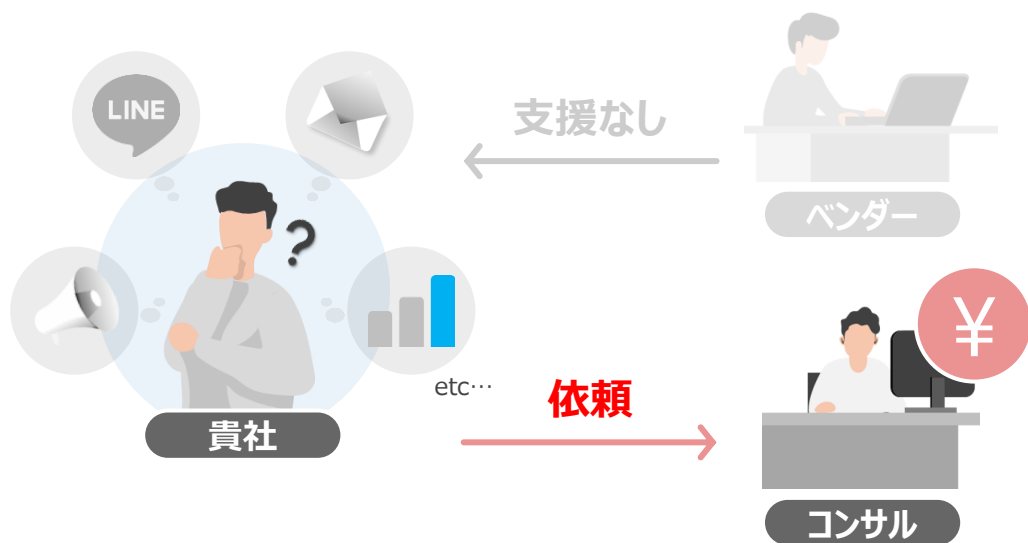
それらの負を解消するために、b→dashが提供するサポート



ツールを導入しても、ベンダー側では、**施策/分析の選定に関する支援は行っていない**ため、依頼すると**コンサルへの膨大な外注コストが必要**になるものの、b→dashであれば、**初期費用内で対応が可能**

他ツールの場合

施策や分析の選定において、**十分な支援が得られず**、
自社で適切な施策や分析を選定できない場合、
コンサルへの依頼が必要となり、**膨大な外注費用が発生**



b→dashの場合

初期費用内で、貴社の業態で実施するべき
施策/分析の選定が可能

累計1,000社以上の導入実績から導き出した
施策/分析のベストプラクティス

データXで
サポート

30業態に分類



EC業態の場合



目的	施策分類	#	シナリオ名	説明
訴求力の高い施策を実施したい	キャンペーン/ クーポン配布	1	バースデー特典通知	誕生日の顧客に対して、利用できる特典を訴求し、商品の購入を促す
		2	個人情報追加入力促進	誕生日などの個人情報未入力の顧客に対して、誕生日クーポンなどの特典がもらえることを訴求し、個人情報の入力を促す
		3	特定会員ランク限定キャンペーン	特定の会員ランクの顧客に対して、限定キャンペーンを訴求し、商品の購入を促す
	ポイント通知	4	ポイント通知	ポイントを保有している顧客に対して、定期的に保有ポイントを訴求し、商品の購入を促す
		5	ポイント期限リマインド	ポイントの利用期限が迫っている顧客に対して、ポイントの有効期限を訴求し、商品の購入を促す
	タイムセール通知	6	タイムセールお知らせ	全顧客に対して、タイムセール情報を訴求し、購入を促す
優良顧客の育成をしたい	初回購入促進	7	会員登録後の初回購入促進	会員登録をしたものの購入に至っていない顧客に対して、おすすめ商品やお得な情報を訴求し、初回購入を促す
		8	会員登録後休眠顧客引き上げ	会員登録をしたものの休眠状態/休眠候補である顧客に対して、おすすめ商品やお得な情報を訴求し、初回購入を促す
	2回目以上購入促進	9	F2転換促進	初回購入した顧客に対して、おすすめ商品やお得な情報を訴求し、2回目購入を促す
		10	F3転換促進	2回目購入した顧客に対して、おすすめ商品やお得な情報を訴求し、3回目購入を促す
		11	メイン商品購入者へのサブ商品購入促進	メイン商品(PC/バイオリンなど)を購入した顧客に対して、サブ商品(キーボード/弦など)を訴求し、次回購入を促す
		12	購入後の休眠顧客引き上げ	休眠状態/休眠候補の顧客に対して、おすすめ商品やお得な情報を訴求し、購入を促す
	会員ランクアップ促進	13	会員ランクアップ促進	会員ランクがアップする間際の顧客に対して、ランクアップの特典を訴求し、商品の購入を促す
		14	会員ランクアップ結果通知	会員ランクの変更があった顧客に対して、ランクアップの結果と特典を訴求し、商品の購入を促す
アプローチ可能な顧客/ チャンネルを拡大したい	本会員の獲得	15	仮会員引き上げ	仮登録はしたものの本会員登録が完了していない顧客に対して、本会員になることの特典を訴求し、本会員登録を促す
		16	LINE利用促進	LINEの友だち登録をしていない顧客に対して、LINE利用に伴う特典を訴求し、友だち登録を促す
		17	アプリ利用促進	アプリをインストールしていない、または一定期間ログインしていない顧客に対して、アプリ利用に伴う特典を訴求し、ログインを促す
購買意欲の高い顧客にアプローチしたい	かご落ち商品訴求	18	かご落ち商品リマインド(7日間保持)	商品を買い物かごに投入した後7日経過したものの購入に至っていない顧客に対して、かご落ち商品を訴求し、購入を促す
		19	かご落ち商品リマインド(在庫数が少ない商品)	商品を買い物かごに投入したものの購入に至っていない顧客に対して、かご落ち商品の在庫が少ないことを訴求し、購入を促す
		20	かご落ち商品リマインド(再入荷商品)	商品を買い物かごに投入したものの購入に至っていない顧客に対して、かご落ち商品が再入荷したことを訴求し、購入を促す
		21	かご落ち商品リマインド(値下げ商品)	商品を買い物かごに投入したものの購入に至っていない顧客に対して、かご落ち商品が値下げされたことを訴求し、購入を促す

目的	施策分類	#	シナリオ名	説明
購買意欲の高い顧客にアプローチしたい	閲覧商品訴求	22	閲覧商品レコメンド	商品を閲覧したものの購入に至っていない顧客に対して、閲覧した商品を訴求し、購入を促す
		23	閲覧商品レコメンド(在庫数が少ない商品)	商品を閲覧したものの購入に至っていない顧客に対して、閲覧した商品の在庫が少ないことを訴求し、購入を促す
		24	閲覧商品レコメンド(再入荷商品)	商品を閲覧したものの購入に至っていない顧客に対して、閲覧した商品が再入荷したことを訴求し、購入を促す
		25	閲覧商品レコメンド(値下げ商品)	商品を閲覧したものの購入に至っていない顧客に対して、閲覧した商品が値下げされたことを訴求し、購入を促す
	お気に入り商品訴求	26	お気に入り登録商品レコメンド	お気に入り追加したものの購入に至っていない顧客に対して、お気に入り追加した商品を訴求し、購入を促す
		27	お気に入り登録商品レコメンド(在庫数が少ない商品)	お気に入り追加したものの購入に至っていない顧客に対して、お気に入り追加した商品の在庫が少ないことを訴求し、購入を促す
		28	お気に入り登録商品レコメンド(再入荷商品)	お気に入り追加したものの購入に至っていない顧客に対して、お気に入り追加した商品が再入荷したことを訴求し、購入を促す
		29	お気に入り登録商品レコメンド(値下げ商品)	お気に入り追加したものの購入に至っていない顧客に対して、お気に入り追加した商品が値下げされたことを訴求し、購入を促す
	おすすめ商品訴求	30	閲覧ランキングによるレコメンド	メルマガ配信を許可している顧客に対して、閲覧データを利用したランキングを訴求し、購入を促す
		31	閲覧相関によるレコメンド	メルマガ配信を許可している顧客に対して、閲覧データを利用した類似ユーザーの相関によるおすすめ商品を訴求し、購入を促す
		32	購入ランキングによるレコメンド	メルマガ配信を許可している顧客に対して、購入データを利用したランキングを訴求し、購入を促す
		33	購入相関によるレコメンド	メルマガ配信を許可している顧客に対して、購入データを利用した類似ユーザーの相関によるおすすめ商品を訴求し、購入を促す
顧客にヒアリングを実施したい	サイト訪問者への訴求	34	新着商品紹介	全顧客に対して、新着商品を訴求し、購入を促す
		35	サイト訪問者への訴求	サイトに訪れた顧客に対して、人気の商品を訴求し、購入を促す
自由度高く施策を実施したい	満足度調査	36	商品レビューアンケート回答依頼	商品を購入した顧客に対して、商品やサービスに対するレビューを依頼し、入力を促す
	興味関心調査	37	興味関心アンケート回答依頼	興味関心アンケートに回答していない顧客に対して、特典を訴求し、回答を促す
	関連商品訴求	38	特定商品購入者へ関連商品訴求	直近3ヶ月間で、特定の商品を購入した顧客に対し、別商品を訴求し、購入を促す
		39	特定ブランド購入者へ関連商品訴求	直近3ヶ月間で、特定のブランドを購入した顧客に対し、別商品を訴求し、購入を促す
		40	特定カテゴリ購入者へ関連商品訴求	直近3ヶ月間で、特定のカテゴリを購入した顧客に対し、別商品を訴求し、購入を促す

web接客

初期構築の施策のイメージ

目的	施策分類	#	施策名	説明
LPからのCVRを改善したい	キャンペーン/ クーポン配布	1	初回訪問キャンペーン	初回訪問した顧客に対して、キャンペーン情報を訴求し、購入を促す
		2	誕生日キャンペーン	当月が誕生日の顧客に対して、キャンペーン情報を訴求し、購入を促す
		3	送料無料キャンペーン	webサイトに訪れた顧客に対して、送料無料のキャンペーン情報を訴求し、購入を促す
		4	カート投入金額に応じたクーポン紹介	カートに入っている商品が設定した金額の顧客に対して、適用可能なクーポンを訴求し、単価向上を促す
		5	ロイヤルカスタマー向けのクーポン配信	直近1年以内の購入金額が一定以上のロイヤルカスタマーに対して、クーポンを訴求し、購入を促す
		6	ポイントの利用促進	ポイントを保有している顧客に対して、保有ポイントを訴求し、ポイントの利用を促す
	キャンペーン/セール告知	7	キャンペーン開催の告知	webサイトに訪れた顧客に対して、キャンペーン開催の告知を訴求し、購入を促す
		8	タイムセールお知らせ	webサイトに訪れた顧客に対して、タイムセールの情報を訴求し、購入を促す
	顧客育成の促進	9	離脱前セール告知	webサイトに流入後、ブラウザを閉じようとした顧客に対して、セールを告知するメッセージを訴求し、離脱防止を促す
		10	会員登録促進	webサイトに訪れた顧客に対して、キャンペーン情報を訴求し、会員登録を促す
		11	初回購入促進	初回未購入の顧客に対して、キャンペーン情報を訴求し、購入を促す
		12	2回目購入促進	初回購入した顧客に対して、キャンペーン情報を訴求し、2回目購入を促す
		13	会員ランクアップ促進	会員ランクがアップする間際の顧客に対して、ランクアップの特典を訴求し、購入を促す
		14	前回閲覧商品レコメンド	webサイトに再度訪れた顧客に対して、閲覧商品を訴求し、購入を促す
		15	ご利用ガイドの説明	webサイトに訪れた顧客に対して、ご利用ガイドを案内することで、サービスの情報を訴求し、ロイヤリティの向上を促す
商品カテゴリ/ ブランドページ からのCVRを改善したい	おすすめ商品訴求	16	人気商品訴求	webサイトに訪れたユーザーに対して、人気商品を訴求し、購入を促す
		17	ブランド別おすすめ商品訴求	webサイトに訪れたユーザーに対して、ブランド別おすすめ商品を訴求し、購入を促す
		18	カテゴリ別おすすめ商品訴求	webサイトに訪れたユーザーに対して、カテゴリ別おすすめ商品を訴求し、購入を促す
	アンケート依頼	19	興味関心アンケート依頼	webサイトに流入した顧客に対して、アンケート回答の特典を訴求し、回答を促す
商品ページ からのCVRを改善したい	人気商品訴求	20	閲覧人数の表示	特定の商品を開覧している顧客に対して、同様に閲覧している顧客の人数を訴求し、購入を促す
	単価引き上げ訴求	21	併せ買い促進	webサイトに流入したものの購入に至っていない顧客に対して、かご落ち商品とよく併せ買いされる商品を訴求し、購入を促す
	離脱抑制	22	カートページからの離脱抑制	カートページに流入後、ブラウザを閉じようとした顧客に対して、離脱を抑制するメッセージを訴求し、離脱防止を促す

BI

初期構築の分析のイメージ

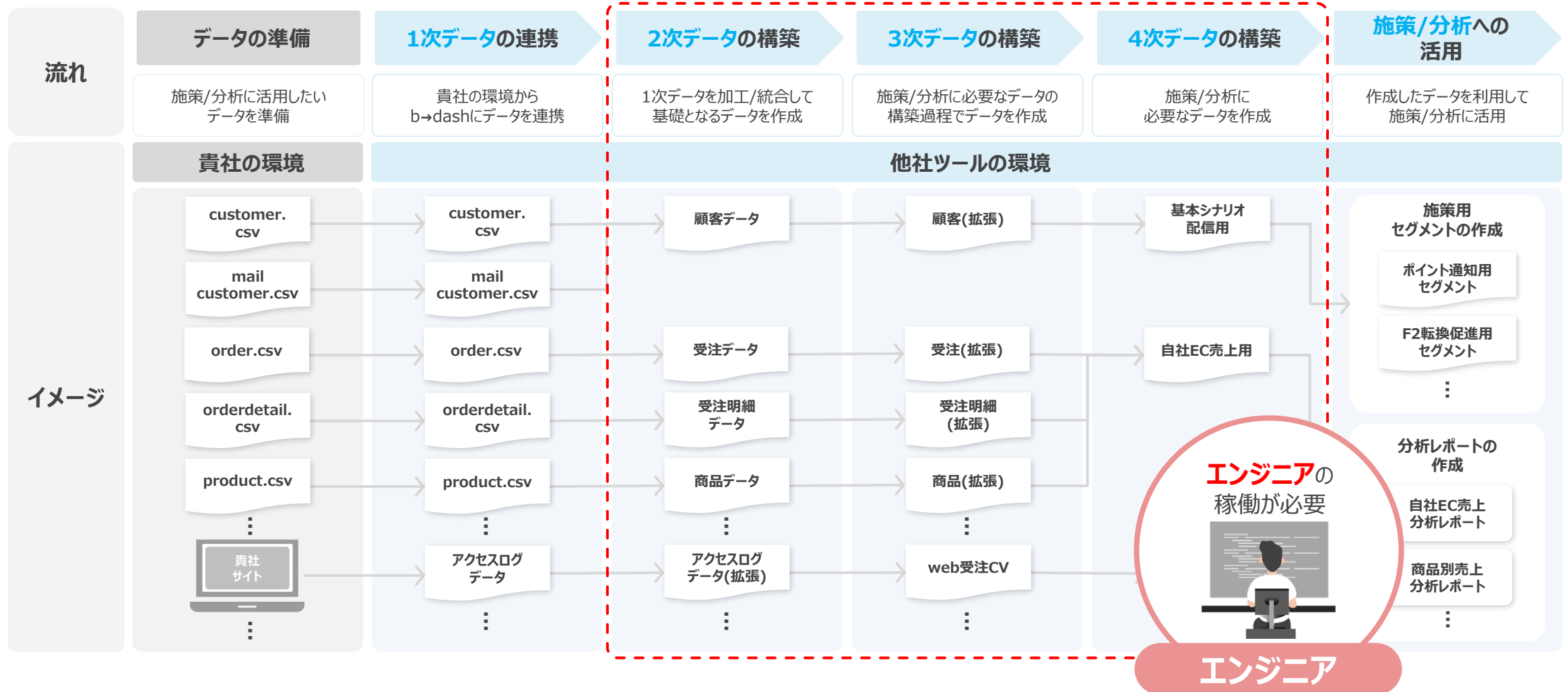
目的	分析分類	#	分析名	説明
売上を 可視化したい	販売チャネル/商品/ 顧客の売上可視化	1	自社EC 売上分析	自社EC/店舗別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する
		2	自社EC/モール 売上分析	自社EC/店舗/モール別に売上状況を可視化し、売上に寄与するチャネルを把握する
		3	商品別売上分析	商品別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する
		4	顧客属性別売上分析	顧客属性別に売上状況を可視化し、売上が変動した要因を把握する
顧客状態を 把握したい	優良顧客の把握	5	デシル分析	購入金額をもとに、ランクを10等分することで優良顧客を把握する
		6	RFM分析	顧客を「最終購入日からの経過日数」「累計購入回数」「累計購入金額」の3軸で可視化し、優良顧客を把握する
在庫状態を 把握したい	在庫の把握	7	在庫数推移分析	各商品ごとに在庫数の推移を可視化し、在庫状態を把握する
		8	在庫回転率分析	各商品ごとに在庫回転率を可視化し、在庫状態を把握する
LTV向上に 向けた 示唆を得たい	改善すべき 歩留まりの把握	9	購入転換率分析	ビジネスプロセスにおける歩留まりを可視化し、改善すべきプロセスを把握する
	アプローチすべき タイミングの把握	10	コホート分析	初回購入した顧客の定着率を可視化し、改善すべきプロセスを把握する
		11	F2転換タイミング分析	初回購入した顧客のF2転換タイミングを可視化し、2回目購入させる適切なタイミングを把握する
		12	同時購入商品分析	同時購入されやすい商品の組み合わせを可視化し、最適な商品の組み合わせを把握する
		13	F1F2購入商品の組み合わせ分析	初回購入した商品と2回目購入商品で頻出する組み合わせを可視化し、2回目購入させる適切な商品を把握する
施策効果を 可視化したい	広告効果を可視化したい	14	流入チャネル別CVR分析	直接CVのみではなく、間接CVも含めた広告の成果を可視化し、売上に寄与する広告を把握する
	b→dash施策からの 効果可視化	15	メール成果分析	メール施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、売上に寄与するメール施策を把握する
		16	メール別購入商品分析	メール施策別に購入のあった商品を可視化し、売上に寄与するメール施策を把握する
		17	メール開封時間帯分析	時間帯毎にメールを開封した顧客数や人数比率などを可視化し、開封率が変動した要因を把握する
		18	web接客成果分析	web接客施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、売上に寄与する施策を把握する
		19	SMS成果分析	SMS施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、売上に寄与する施策を把握する
		20	LINE成果分析	LINE施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、売上に寄与する施策を把握する
		21	アプリPush成果分析	アプリPush施策別に配信から売上に至るまでの成果を可視化し、売上に寄与する施策を把握する

それらの負を解消するために、b→dashが提供するサポート



ツール導入した企業様の「データ構築」における問題

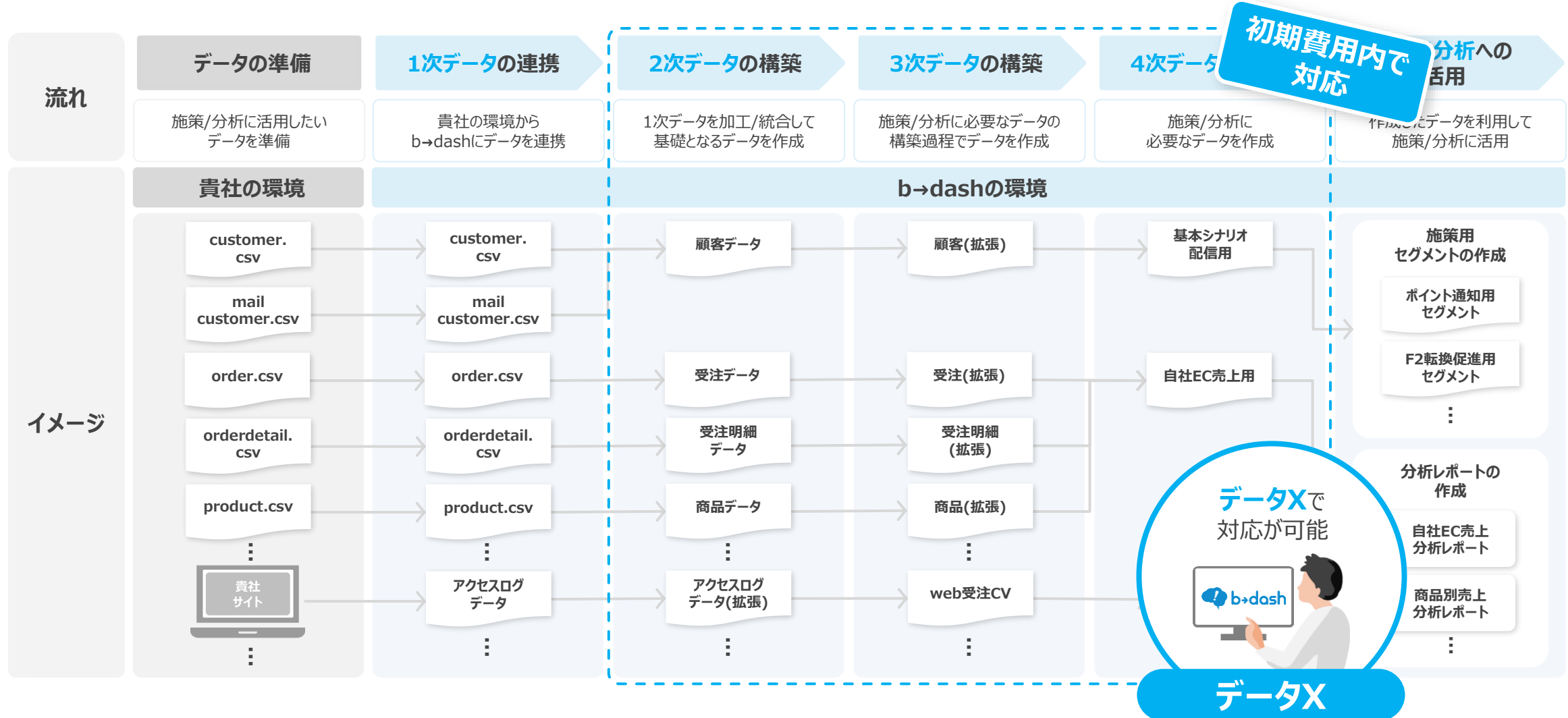
施策/分析を実施するためには、データを構築する必要があり、**SQLなどの専門知識が必要**なため、**自社エンジニアの対応工数**や**Sierへの外注費用**が膨大に発生



「b→dashのデータ構築」

貴社から連携頂いたデータを基に、**実現すべき施策/分析に合わせて、必要なデータを構築**

※貴社データを確認し、実現可能な施策/分析を精査したうえで、初期構築時に全て構築



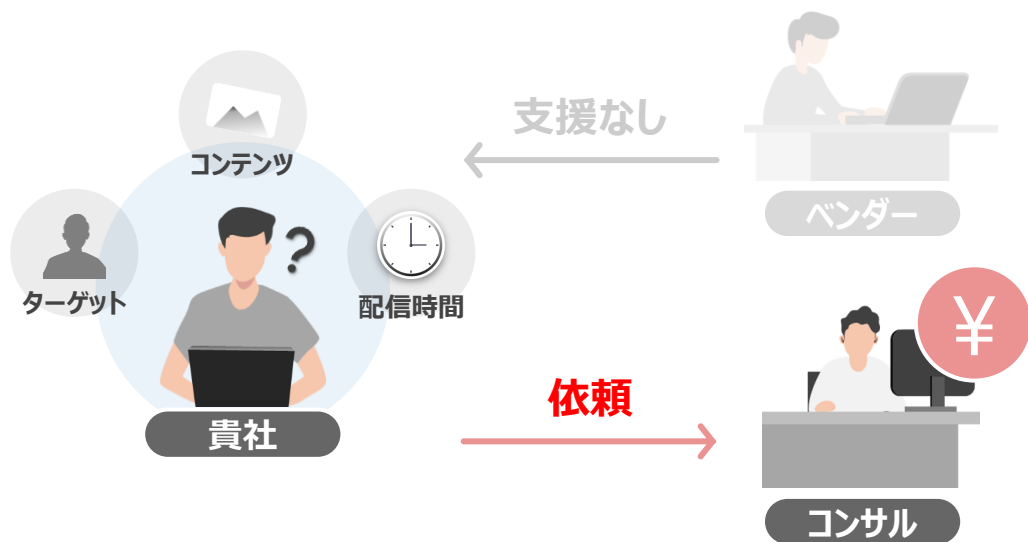
それらの負を解消するために、b→dashが提供するサポート



ベンダー側では、**成果改善に関する支援は行っていない**ため、依頼すると
コンサルへの膨大な外注コストが必要になるものの、b→dashであれば、**費用内で対応が可能**

他ツールの場合

成果改善において、**十分な支援が得られず**、
自社で対応できない場合、コンサルへの依頼が
必要となり、**膨大な外注費用が発生**

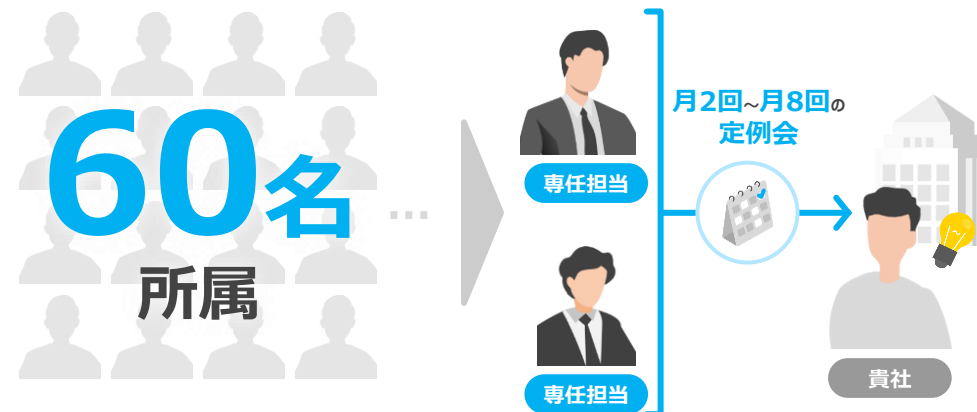


b→dashの場合

費用内で、専任の顧客サクセスが対応し
貴社の成果改善を強化

b→dashの
顧客サクセス

専任担当が**2名**つき、
必要に応じて**月2回～
月8回**の定例会を実施



成果創出に向けて、**個社別に必要なサポートを提供**

取り組み内容の共有/振り返り

実施した**施策や分析を共有**し、
貴社の振り返りをサポート

実施した施策	Before		After		
	CV数	CVR	CV数	CVR	
A	151	1.5	260	2.0	↑
B	369	2.7	200	2.3	↔
C	411	2.0	424	1.0	↓

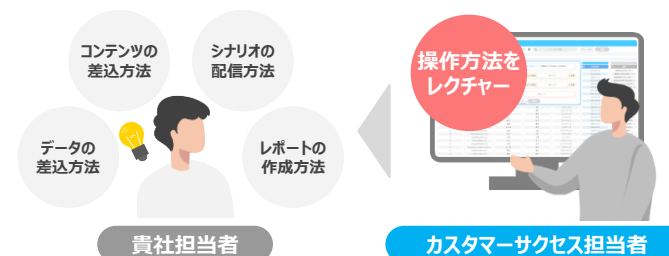
改善提案

実施した施策や、分析結果を基に、
現状の課題を整理し、
改善に向けた施策や分析の提案を実施



レクチャー

操作方法をレクチャーし、
b→dashの利用をサポート



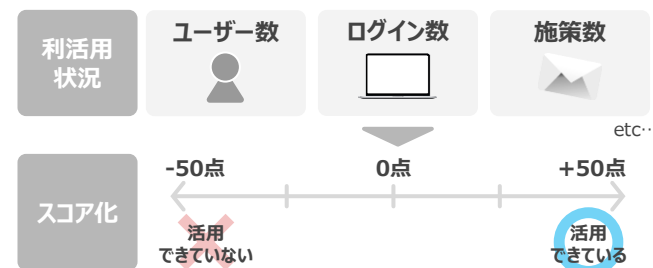
プロジェクト管理

成果改善のための施策の実施や
分析強化に向けて、**期日を共有/**
管理しながら貴社の活用を推進



モニタリング

利活用状況をスコアでモニタリングし、
サポート品質を担保



b→dashを活用するうえで、不明点は、**サポートサイトからも解消**可能



● b→dashサポートサイト掲載コンテンツ（例）

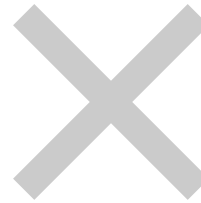
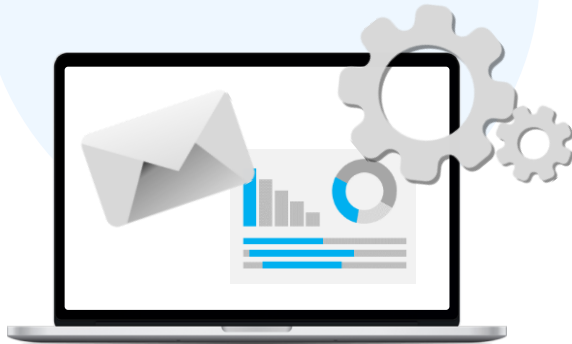
b→dashに関する情報のみでなく、b→dashと接続する外部システムに関する情報も掲載し、
不明点を解消するために必要な記事を展開

カテゴリ	説明	記事の一例
 データを連携したい	貴社が保持しているデータをb→dashに連携する方法について記載	● データを取り込みたい ● データファイルを編集/削除したい ● Shopifyのデータを取り込みたい etc...
 データを取得したい	貴社が管理しているwebサイトやスマホアプリのデータをb→dashに連携する方法について記載	● webデータの全体像 ● webサイトへの流入元を取得したい ● webサイトのCVを取得したい etc...
 データを準備したい	施策や分析の実施に必要なデータの準備方法について記載	● 加工タスク一覧 ● カラムを「連結」したい ● 加工テンプレートを利用したい etc...
 データを分析したい	データ分析を行ううえで必要な準備や分析方法について記載	● 定型レポートを作成したい ● レポートをグラフで表示したい ● レポートをメールで受け取りたい etc...
 施策を打ちたい	施策を実施するを行ううえで必要な準備や配信方法について記載	● HTMLメールを作成したい ● web接客コンテンツを配信したい ● シナリオを配信したい etc...
 施策分析集を確認したい	企業の業態別に実施すべき施策/分析について記載	● 【EC専業】施策分析集 ● 【金融(銀行)】施策分析集 ● 【人材(派遣)】施策分析集 ● 【ホテル】施策分析集 etc...
 リリースノート	b→dashで新しくリリースされた機能について記載	● リリースされた機能を知りたい ● Gmailの購読解除義務化への対応方法 etc...
 FAQ	よくあるお問い合わせと解決方法について記載	● データ連携に関するよくあるお問い合わせ ● 取込エラーのよくある原因を知りたい etc...

b→dashは、**SaaS**のみのサポート支援だけではなく、**BPaaS**の提供により、貴社のデータマーケティングを推進



SaaS



BPaaS

Business Process as a Service



b→dash活用に伴う業務を、
コンサルティング並び、アウトソーシングすることも可能

b→dash作業代行

- コンテンツ作成
- 施策/分析用データ作成
- シナリオ配信設定

システム監視

- 個社監視
- 環境内データクレンジング



個社コンサルティング

- 利活用に向けた施策/分析提案
- PMO支援
- システム移行/導入プロジェクト支援

※BPaaS（コンサル/アウトソーシング）のサービスを利用する場合は、別途料金となります

サポート体制

初期導入から、利活用まで、**専任の担当者が対応し、貴社のデータ活用を支援**



! b→dash が提供する 4つの特徴

01.
All in One

02.
ノーコード

03.
サポート

04.
パフォーマンスと
セキュリティ



b→dashを活用するうえで、
必要なパフォーマンスや**セキュリティは担保**されているのか？

パフォーマンス



大量のデータでも
問題なく処理できるのか？

セキュリティ



セキュリティは、
問題なく担保出来るのか？

b→dashを活用するうえで、
必要なパフォーマンスや**セキュリティは担保**されているのか？

パフォーマンス



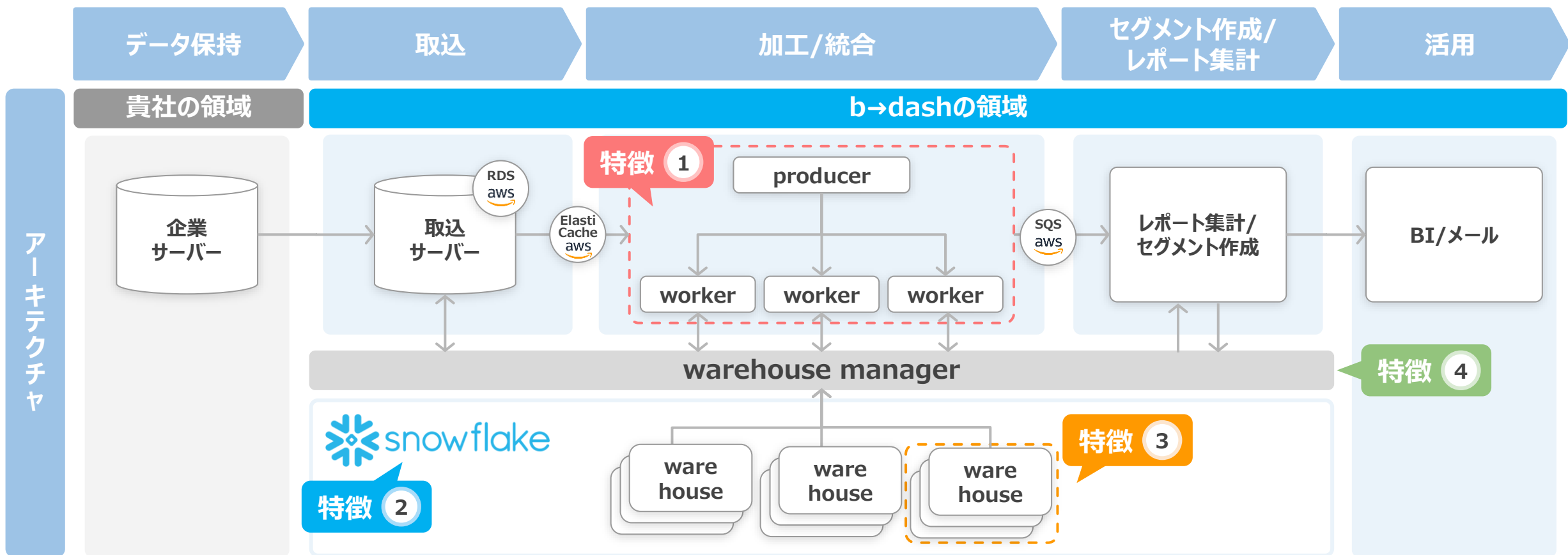
大量のデータでも
問題なく処理できるのか？

セキュリティ



セキュリティは、
問題なく担保出来るのか？

b→dashは、**大量のデータ処理を実現**するために、必要な処理構造を設計



特徴

1

データ処理を行うサーバーは並列処理が可能のため、処理の数が増えたとしても、待ち時間が生じず**安定的な処理**ができる

2

データ基盤として**Snowflake**を採用しており、膨大なデータも高速な処理を実現できるため、従来のウェアハウスと比較し**200倍のパフォーマンス**を発揮

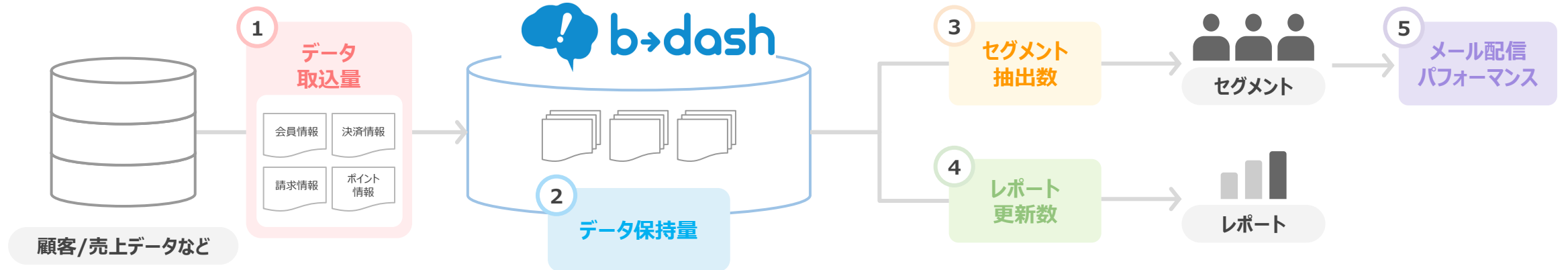
3

warehouseは、20秒ごとに自動的に最大**10倍まで拡張**が可能のため処理の数が増えたとしても、**待ち時間が生じず**に安定的に処理ができる

4

warehouseを動的に割り当て、**滞留が発生しにくい構造**を構築しているため、処理数が増えたとしても、**待ち時間が生じず**に安定的に処理ができる

大量なデータ処理を行う施策も問題なく実施し、
マーケティングにおける**PDCAサイクルの高速化**を実現



1 データ取込量

17GB / 月平均

2 データ保持量

約139億件 / 月平均

3 セグメント抽出数

45個 / 1時間

4 レポート更新数

200個 / 1時間

5 メール配信
パフォーマンス

100万通以上 / 1時間

b→dashを活用するうえで、
必要なパフォーマンスや**セキュリティは担保**されているのか？

パフォーマンス



大量のデータでも
問題なく処理できるのか？

セキュリティ



セキュリティは、
問題なく担保出来るのか？

b→dashは、第三者機関による**セキュリティ認証**を取得



ISMS認証

- 社内のデータを保護する**ルールや手順の確立**と、**運用、モニタリング、改善活動**が経営者の指導の下、実施できていることを保証
- 脆弱性対策などシステムの観点、セキュアルームなど物理の観点、漏洩時の報告ルールなど人や組織の観点を**網羅的に対策していることを保証**



ISMSクラウドセキュリティ認証

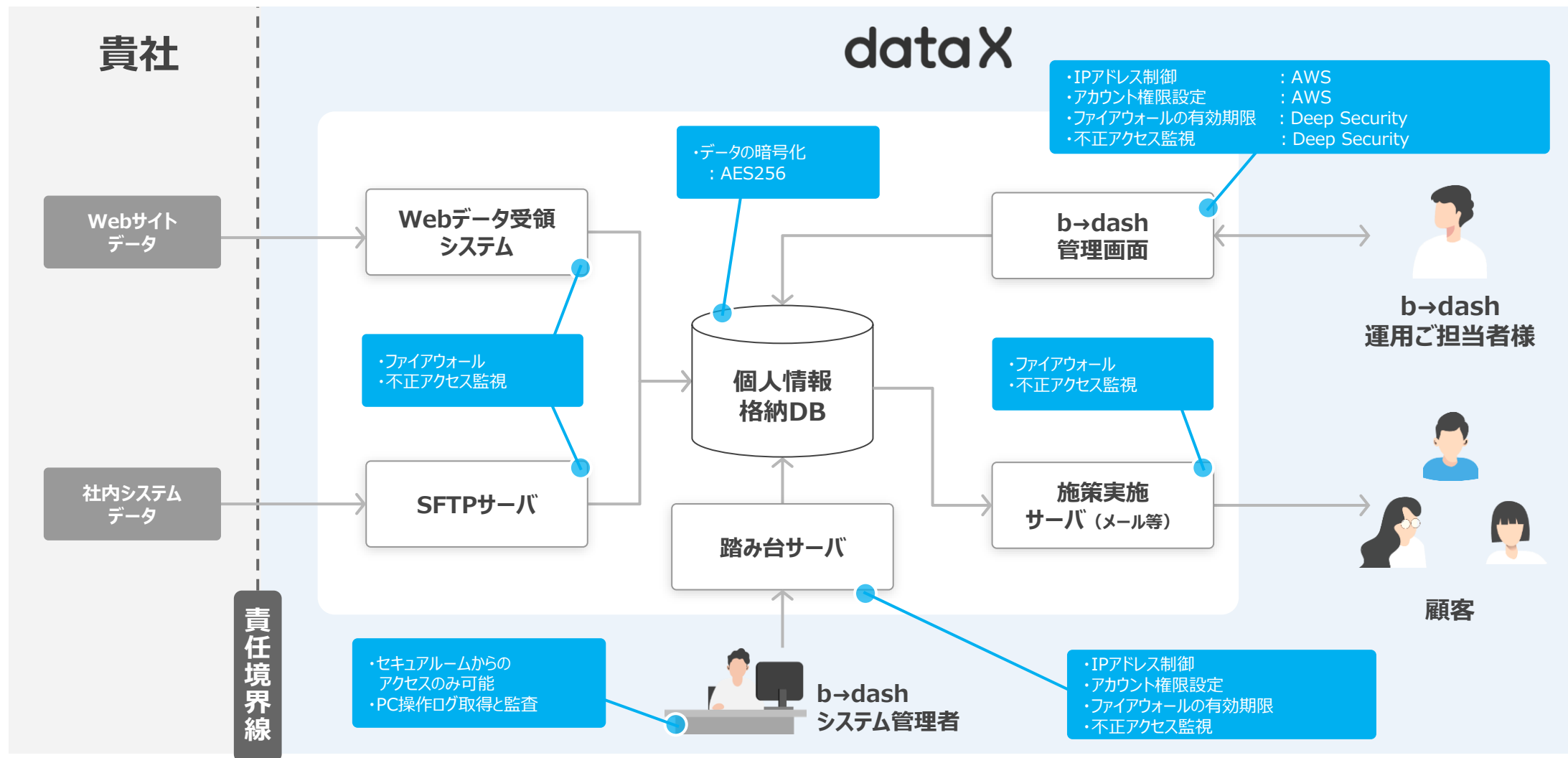
- クラウド事業者が、顧客よりデータを預かるにあたり**適切なセキュリティ管理が実践されていることを保証**するもの
- 17年3月時点で**国内では9社しか取得しておらず**国内クラウド事業者としては先進的な取組みである



プライバシーマーク認証

- 個人情報に対して、**適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者**であることを保証
- 情報保護に関する認証制度の中で、国内では**最も取得事業者が多く知名度も高い**

アクセス可能な環境や端末を制限することで、貴社データのセキュリティを確保



b→dashのインフラで使用している、**Amazon Web Services**でも
様々な**セキュリティ対策**を実施

セキュリティのための設計



インフラストラクチャは**可用性を最大限に**
するよう設計されており、
強力な防御を実施しています

継続的なモニタリング



幅広いネットワークとモニタリングシステムに
よって保護されており、コンポーネントは、
継続的にスキャンおよび**テスト**されています

安全な情報管理



データの保管場所を、
東京リージョン(国内)に限定しており、
リスクを減らすことができます

高度に自動化



セキュリティ専門家がルーチンタスクに
かける時間を**最小限に抑え**、**クラウド**
セキュリティを向上させる対策に集中できます

高い可用性



機能停止にならないよう最大限の弾力性を
確保しており、**大規模な中断が発生した**
場合でも、十分な余力が存在しています

高い信頼性



世界中のさまざまな**セキュリティ標準の**
要件を満たしていることを説明した
認証レポートを提供しています

! b→dash が提供する 4つの特徴

01.
All in One

02.
ノーコード

03.
サポート

04.
パフォーマンスと
セキュリティ





MAツール(BtoC) 部門



[出典]ITR「ITR Market View:SFA／統合型マーケティング支援市場2019」統合型マーケティング市場：2017年度ベンダー別売上金額シェアNo.1

「BOXIL SaaS AWARD 2023」BOXIL SaaSセクション MAツール(BtoC) 部門1位

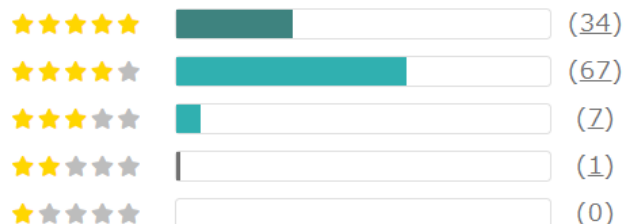
「BOXIL SaaS AWARD Spring 2023」MAツール(BtoC)部門：Good Service／使いやすさNo.1／初期設定の容易さNo.1／サポートの品質No.1／営業担当の印象No.1

※対象期間内（2022年1月1日～2022年12月31日）に「BOXIL SaaS」上に投稿された口コミのうち、「使いやすさ」「初期設定の容易さ」「サポートの品質」「営業担当の印象」についてMAツール(BtoC)部門で最も高い平均点を獲得

b→dashの口コミ・評判

★★★★☆ 4.23

レビュー分布



★★★★☆ 4/5 投稿経路 キャンペーン

MA初心者でも使いやすい、サポートも手厚い

b→dashは、MA（マーケティングオートメーション）ツールの導入を検討している初心者でも使いやすいツールです。

UIがシンプルで分かりやすいため、操作に迷うことなく、すぐに使い始めることができます。最初は、MAツールの操作に慣れるのに苦労しましたが、b→dashのシンプルなUIのおかげで、すぐに使いこなせるようになり、営業活動を効率化することに成功しました。

— サービス導入後の効果・メリット・解決したことを教えてください

導入から運用まで、専任のカスタマーサクセスマネージャーがサポートしてくれるため、分からないことや困ったことがあれば、気軽に相談することができます。MAツールの基本的な知識や、b→dashの機能の使い方を教えてもらったおかげで、スムーズに導入を進めることができ、その後の運用も安心して行うことができました。

導入後、具体的には営業活動と経常利益の相関関係などや、KPI、KGIなどマーケティング活動に必要な指標の推移と予測に活用し、これまでよりも営業活動全体の視覚化に成功しています。

UIのわかりやすさ/
手厚いサポートを評価

★★★★☆ 4/5 投稿経路 キャンペーン

使い勝手良好な国産MAツール

b→dashは直感的な操作性と視覚的にわかりやすいデザインが特徴的です。以前外国産のツールを使用していた時は操作のわかりにくさに苦労しましたが、b→dashはその点でストレスがありません。オールインワンマーケティングツールとしての機能が豊富でありながら、必要な機能を選択できる柔軟性も魅力的です。

— サービス導入後の効果・メリット・解決したことを教えてください

b→dashを活用して総合的なCRM施策を実行しています。これまではデータ集計やセグメント作成に多大な時間を費やしていましたが、b→dashの導入によりこれらの作業が自動化され、効率が大幅に向上しました。人の手で行っていた作業の時間を1/10以下に削減できるなど、効率化の面で大きなメリットを実感しています。

UIのわかりやすさ/
機能選択の柔軟性を評価

★★★★☆ 4/5 投稿経路 キャンペーン

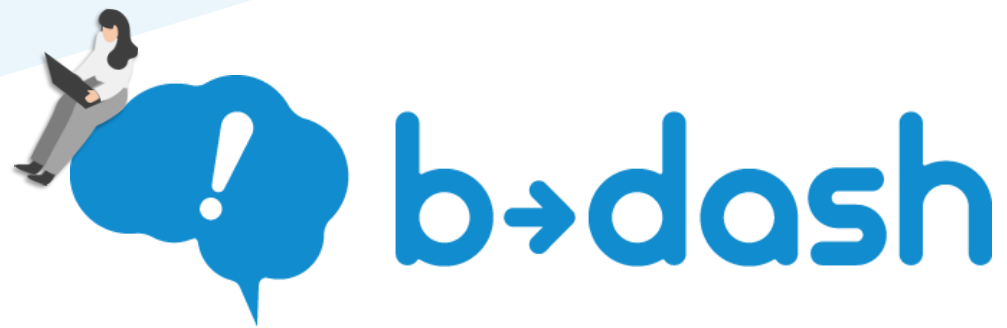
データ統合とサポートが秀逸なMAツール

b→dashの最大の利点は、専門知識がなくても扱えるユーザーフレンドリーな設計です。様々な部署に散らばるデータを手軽に一括管理でき、これにより作業効率が大幅にアップしました。サポートサイトの豊富な情報量と、サポートチームの親身な対応は、私たちの業務を大きくサポートしています。

— サービス導入後の効果・メリット・解決したことを教えてください

b→dashを活用し、分散していた顧客データを効率的に統合しました。これにより、マーケティング活動でターゲットリストを精確に作成し、メールキャンペーンの成果を向上させることができました。直感的に扱えるMAシナリオ設計機能により、施策策定がスムーズになり、その結果、メールの反応率が明確に改善されました。

サポートサイトの豊富さ/
親身な対応を評価



～ 免責事項 ～

第三者による、文書の無断転用、引用を禁止いたします。

本資料に記載している情報は、信頼できる情報ソースから取得しておりますが、その内容の正確性、信頼性、完全性、網羅性を保証するものではありません。

本資料に記載している情報による意思決定は、貴社の判断及び責任において行うようお願い申し上げます。