



2024年6月11日

各 位

会社名 株式会社 CINC
代表者名 代表取締役社長 石松 友典
(コード番号：東証グロース 4378)
問合せ先 取締役経営管理本部長 雨越 仁
(TEL：03-6822-3601)

生成 AI を活用したビッグデータアナリティクスツールへの 「ペルソナ・カスタマージャーニー生成機能」追加のお知らせ

当社はコンサルティングサービスの品質・生産性向上を目的として社内で開発・利用しているビッグデータアナリティクスツールに、製品情報とユーザーインタビューデータを入力することで、AIがペルソナとカスタマージャーニーを作成する機能を追加しましたことをお知らせいたします。

詳細につきましては、添付のプレスリリースをご参照ください。

以 上

生成 AI を活用したビッグデータアナリティクスツールに 「ペルソナ・カスタマージャーニー生成機能」を追加

マーケティングのツールとコンサルティングサービスを提供する株式会社 CINC（東京都港区 代表取締役社長 石松友典、以下 CINC）は、社内で開発・利用しているビッグデータアナリティクスツールに、製品情報とユーザーインタビューデータを入力することで、AI がペルソナとカスタマージャーニーを作成する「ペルソナ・カスタマージャーニー生成機能」を追加しました。



▼機能概要

「ペルソナ・カスタマージャーニー生成機能」とは、製品情報とユーザーインタビューデータを入力することでペルソナとカスタマージャーニーを作成する機能です。

本機能で生成したペルソナ、カスタマージャーニーを使用することにより、短時間で顧客のニーズを解像度高く理解することが可能になります。また、各フェーズ毎に「どのタッチポイントで」「どのようなコンテンツをユーザーに向けてアプローチすれば良いか」を把握することができるようになります。

1 ペルソナ ————— 2 カスタマージャーニー

情報を入力して、ペルソナをAI生成しましょう

インタビューデータ

ユーザーインタビューを文字起こししたテキストを入力

製品情報

製品名
仕様
価格
利用方法 など

その他、追加情報

競合情報
選ばれている・選ばれていない要因 など

②生成ボタンを押下

ペルソナを生成する

入力サンプル

①入力ボタンを押下

Action	製品情報	その他、追加情報
入力	・ BtoB企業のマーケティングコンサルサ	・ 設定している価値の言語化は下記「Bt
入力	・ BtoB企業のマーケティングコンサルサ	・ 設定している価値の言語化は下記「Bt

導入サポートとトレーニング

営業対応は選定基準に入っているか、その理由は
はい、スムーズな導入とトレーニングのため
その他の社内稟議のプロセスや決済までの流れ
他部署が決済に絡んだ際、意見反映率
十分に反映された
他ツール（当該製品・サービス以外）と比較検討をされる場合はあるか
はい、CRMツール等と比較検討した

予算獲得

予算取りのおおよそのプロセス
各部署の予算要求を集約し、役員会で最終決定
期の途中で予算は増えたり減ったりしますか？
場合による

予算配分

担当部門でのツールやコストの考え方
コスト削減と効率化を重視
担当部門で最も予算・コストを使ったTOP3項目はなんですか？
ソフトウェアライセンス: システム開発、カスタマイズ: 1億円: A社: 3社: 5000万円, 広告費: 広告運用、メディアプランニング: 3億円: B社: 5社: 1億円, 業務委託費: 業務プロセス改善: 2億円: C社: 4社: 8000万円

ペルソナの生成が完了しました。続けて、カスタマージャーニーの生成を行います。

③下部に生成ボタンが出現するので押下

カスタマージャーニーを生成する →

・ペルソナデータ生成

顧客へのユーザーインタビューデータを基に、指定した項目をAIが抽出し、構造化データを生成します。インタビューデータからペルソナを生成するため、実際のターゲットに近いペルソナを生成することが可能となります。

👤 **ペルソナ** 🎯 **カスタマージャーニー**

入力情報

インタビューデータ

- ・マーケティングの上段戦略から施策まで一貫した方向性のもとに落とし込み実行できる人材がいない
- ・営業とマーケティングが縦割りになっていて、マーケティングとしてはリード数を確保しても営業からはリードの質が低いと文句を言われたりする
- ・営業や開発部門は商材の本質的な価値を理解しているが、それをすべてのマーケティング施策に展開することができていない
- ・マーケティングに知見のあるメンバーは大体の場合いなので、社内でアサインしたり採用したりするが、すんなりワークしないことも多い
- ・モノ売りからコト売りという司令がかかっているものの、具体的にどうすれば良いかわからない

[続きを読む](#)

導入情報

- ・BtoB企業のマーケティングコンサルサービス・施策特化のサポートでなく、そもそもの施策をやるべきかという上段の課題設計から行い、施策まで設計・提案して終わりではなく、PMを主導し成果が出るまで伴走することを重要視

[続きを読む](#)

その他、追加情報

- ・設定している価値の言語化は下記「BtoBの事業責任者(CRO、CMO)の、全体マーケティング戦略を描いたうえで各施策を戦略に沿った形で精度高く実行までできる人材/支援会社がないという課題を、(この段階ではシニアも必ず入り)戦略設計→実行は内部に入りながらPMまで主導するというサービスで解決する」

[続きを読む](#)

生成結果

🎯 生成が完了しました

基本情報

氏名：山田 太郎
性別：男性
年齢層：30-40歳
職種：マーケティングディレクター
部署：マーケティング部
役職：部長
企業名：XYZ株式会社

商材との距離確認

当該製品・サービスは自分にとってどう存在か
マーケティング戦略の一環としてリード生成や顧客育成を行うために重要

導入背景

導入を検討しはじめた背景・きっかけ：
営業とマーケティング間の連携不全と、リード品質の低さが問題となり、改善を図るため

・カスタマージャーニー生成

製品情報とペルソナデータを基にカスタマージャーニーを生成します。

上記で生成したペルソナデータに合わせて課題認識から導入後の定着までを、「ユーザー行動」「ユーザーの思考/感情」「タッチポイント」「コンテンツ」という観点で生成します。

フェーズ	課題認識		情報収集		
	無関心	ビジネス/企業課題	解決案調査/理解	問い合わせ/比較検討	商談/交渉
ユーザー行動	<ul style="list-style-type: none"> 業界トレンドや新技術、動向を日々チェックする マーケティングROIの最適化に対する考察を凝らす 	<ul style="list-style-type: none"> 社内の営業とマーケティング部門の連携不十分さに気付く リードの品質や営業の効率化に課題を感じる 	<ul style="list-style-type: none"> 部下や同僚に調査を指示する 各種ソリューションの情報をインターネットや業界イベントで調査する 	<ul style="list-style-type: none"> 複数のコンサルティング会社に問い合わせる 提案内容や価格、導入事例などを比較する 	<ul style="list-style-type: none"> 営業担当者との具体的な比較検討を入手する
思考・感情	<p>😞</p> <ul style="list-style-type: none"> 現状に大きな問題を感じていない 日々の業務に集中していて、新たなサービスに目を向ける余裕がない 	<p>😞</p> <ul style="list-style-type: none"> リード生成と顧客育成の質が低いことに焦りを感じる マーケティング戦略の改善を通じて会社全体の利益を上げたい 	<p>😞</p> <ul style="list-style-type: none"> 効果的なソリューションを見つけたいという強い欲求 信頼できる情報源からの具体的なガイドランスを求める 	<p>😊</p> <ul style="list-style-type: none"> 効果的なソリューションを提供するベンダーを選びたい 価格対効果を吟味して最適な選択をしたい 	<p>😊</p> <ul style="list-style-type: none"> 最適なソリューションという強い要望 予算内で効果的なサービスを提供してくれる会社を見つけたい
タッチポイント	<ul style="list-style-type: none"> 業界誌 マーケティング関連ブログ 業界イベント 	<ul style="list-style-type: none"> オウンドメディア セミナー/ウェビナー SNS広告 	<ul style="list-style-type: none"> インターネット検索 業界イベント 業界誌 	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイト メール 営業担当者との商談 	<ul style="list-style-type: none"> 営業担当者 提案資料 デモ・プレゼンテーション
コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 新しいマーケティング戦略のトレンド 成功事例や効果的なアプローチの紹介 現行マーケティング効果の改善方法 	<ul style="list-style-type: none"> 他企業の成功事例 マーケティングと営業の連携強化の方法 セミナーやウェビナーを通じた解決策の提案 	<ul style="list-style-type: none"> 具体的な解決策を得るためのリサーチ 他社の事例や専門家の意見を参考にする 	<ul style="list-style-type: none"> 具体的な提案内容や価格情報 導入事例やユーザーレビュー 	<ul style="list-style-type: none"> 導入事例や細かいコスト 具体的なサービス内容

CINC は今後もビッグデータと自社のテクノロジーを駆使したソリューション、コンサルティングを基軸に革新的なサービスを提供してまいります。

■ 株式会社 CINC について

「マーケティングソリューションで日本を代表する会社を創る」をビジョンに掲げ、ビッグデータの活用を強みとした Web マーケティングのツール開発からマーケティングコンサルティングを展開しています。独自のデータ収集技術、AI・機械学習技術と、データ解析の知見を基に、誰もが・短時間で・簡単に・高度なビッグデータ解析ができるツールの開発・提供、プロフェッショナルが戦略立案から実行支援まで一気通貫で伴走するマーケティングコンサルティングの提供を通じて、クライアントのビジネスの成長に貢献します。

<会社概要>

会社名：株式会社 CINC（シンク）（東証グロース 証券コード：4378）

代表者：代表取締役社長 石松友典

設立：2014 年 4 月

本社：東京都港区虎ノ門一丁目 21-19 東急虎ノ門ビル 6F

事業内容：

- （1）ソリューション事業
- （2）アナリティクス事業
- （3）M&A 仲介事業

会社ホームページ：<https://www.cinc-j.co.jp>

採用情報：<https://www.cinc-j.co.jp/recruit/>

運営メディア「Marketing Native」：<https://marketingnative.jp/>