

テーマ： 「2020年のデジタルマーケティング」

タイトル： 「2020年WEBマーケティングの旅」

東京大学 工学系研究科 浅谷公威

要旨

本稿は、WEBを使ったマーケティングやサービスによって、いかに情報の流れが変わり、それが価値の創出のメカニズムを変化させるかについて論じる。まず、マーケティングの現場でWEBがどのように活用されているかを紹介したい。次に、特に近年のKickstarterやSpotifyといったサービスの事例を参考にしながら、WEBがもたらした情報のフラット化という特質が、CtoBやCtoCといったこれまでにない情報の流れを作り出し、顧客と企業の関係性を変化させつつあることを指摘する。さらには、マーケティングの対象が、マスからコミュニティへ変化していく状況をレビューする。その中で個人の行動解析や、それによるコミュニティ検出といった技術が、マーケティングに与えるインパクトについて議論したい。最後に、デジタル・ネイティブと呼ばれる子供たちが消費世代に成長する2020年において、WEBマーケティングがどのように進化するかについての予測を行う。