

広告・プロモーション担当者様必見！

【マーケティング最前線】  
今大注目のキーワード。  
「グロースハック」の基本的な考え方とは？



株式会社インテージ

# 目次

1. マーケティング業界で今最も注目される「グロースハック」
2. グロースハックの基本の考え方
3. グロースハックが企業のマーケティングにもたらすもの
4. グロースハック実践の手順
5. グロースハック成功には、マーケティングの全プロセスにおける分析と仮説立てが欠かせない！
6. インテージはマーケティングPDCAを全面支援！
7. インテージのソリューション体系
8. サービスラインナップ一例
9. 会社概要

# マーケティング業界で 今最も注目される「グロースハック」

## ◎ サービス・製品を成長させる上で重要なキーワード

近年マーケティング業界では「グロースハック（Growth Hack）」という概念が注目を集めています。グロースハックとはユーザー動向などのデータを分析し、サービス・製品自体の改善を行い、この分析・改善をスピーディに繰り返すことでサービス・製品の成長を促進することを指しています。

アメリカでは多くのWEBサービスが生まれています。日本でも利用者が多いツイッター、フェイスブック、ドロップボックスなど、たった数年で数億人のユーザーを獲得して急成長したサービスには、必ずグロースハックの担当者「グロースハッカー」と呼ばれる人材が活躍しています。

### グロースハックによる成功事例（抜粋）

ドロップボックス	登録から利用開始までの流れを簡略化し、ユーザー数を1.7億人にした。
pixiv	徹底したデータ分析で1日1万人の新規登録を実現した。
米大統領選挙	共和党のミット・ロムニー陣営がグロースハッカーを招いて施策を実施した。短いサイクルでのABテストなどにより1.8億ドルの献金を集めた。

# グロースハックの基本の考え方

## ◎グロースハックという概念は新規獲得だけに留まらない！

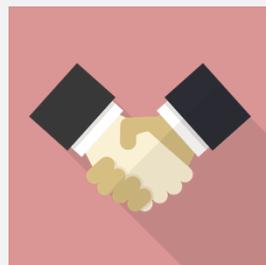
前ページでも少し触れましたが、「グロースハック」について簡単に説明すると、従来のマーケティングで行われがちだった「プロダクトありきで売る」という概念ではなく、サービスの開発から新規顧客獲得・その後のCRM戦略まで全てを包括してマーケティングを行うことによって、そのサービスの成長を導きやすい仕組みを構築するという概念を指しています。

### グロースハックの基本は以下3つ

サービスの  
開発・改善も実施



新規獲得だけでなく  
その後のCRMまで対応



データに基づく  
分析や仮説策定



# グロースハックが 企業のマーケティングにもたらすもの

## ◎グロースハックにより「売上」に直結する施策を導く！

先述したように「グロースハック」という概念は、“販促は販促だけ”などのように従来の部分最適なマーケティングから脱却した考え方です。

生活者の情報との接点や購買行動の動線が複雑化・マーケティングプロセスの広範囲に及ぶようになった今、部分最適化を行っている状況下では、サービス全体の成長を導けないのは言うまでもありません。

「グロースハック」では、マーケティングプロセス全体からどこが弱点か把握するため、**本当に成果に直結する施策を優先的に行うことが可能になります。**

そうすることで、従来よりも短期間でより企業の最終的なゴールである**「売上」に直結させ、急成長を導くことができるのです。**



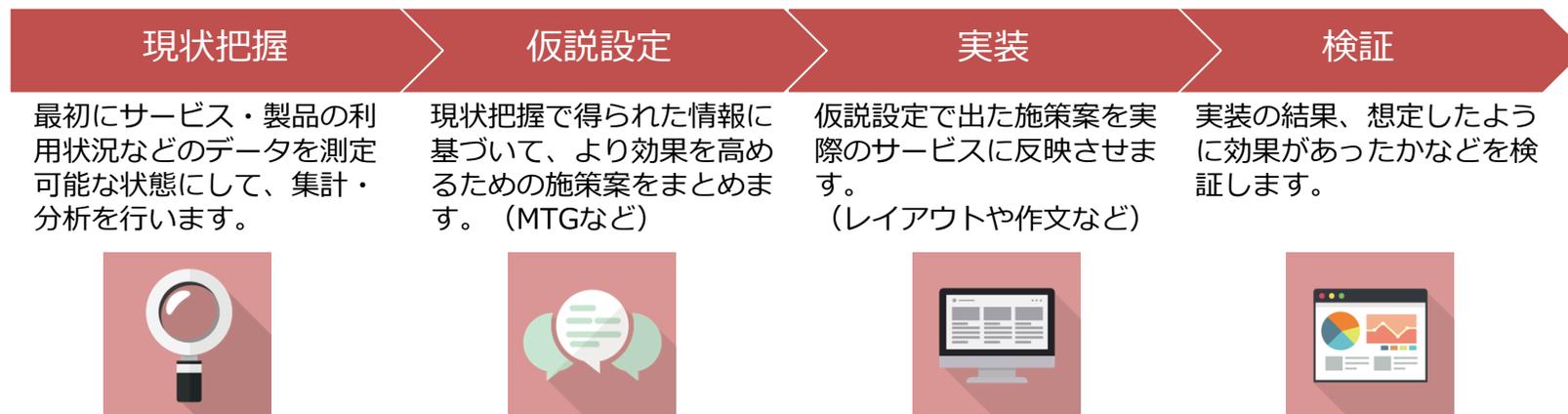
# グロースハック実践の手順

## ◎ 「仮説」のために重要な情報源に注力することがポイント

さて、グロースハックという概念を用いて売上に直結するような施策を行うためにはどのような手順があるのでしょうか？

下記ページではグロースハックを実践するための手順について触れていきます。いずれの手順も重要ですが、特に「現状把握」や「検証」が重視されます。これらが**不十分だったり、誤った結果だったり**すると**効果的な施策を実施することはできません**。

### グロースハックの手順



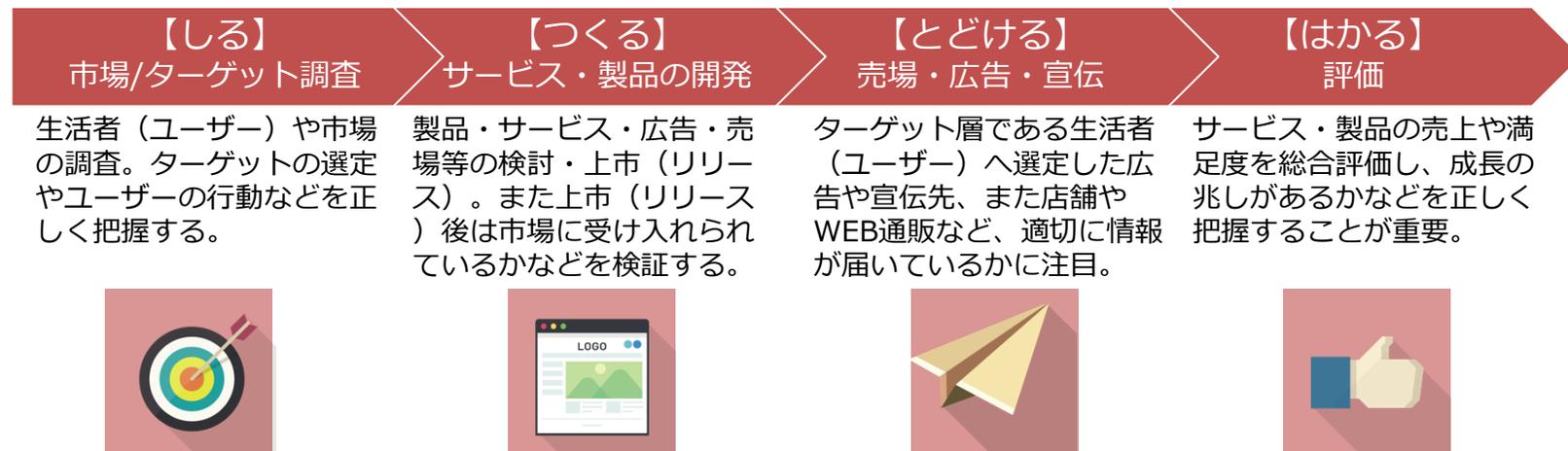
# グロースハック成功には、マーケティングの全プロセスにおける分析と仮説立てが欠かせない！

## ◎ マーケティングプロセス全体を見て施策を決定することが重要

前述のような現状把握～検証・改善のPDCAはWebの施策でよく行われてきましたが、グロースハックを実践する上では、この考え方を**もっと広い視点に置き換え、全マーケティングプロセスにおける分析・仮説立ての実践に役立てることが重要**です。

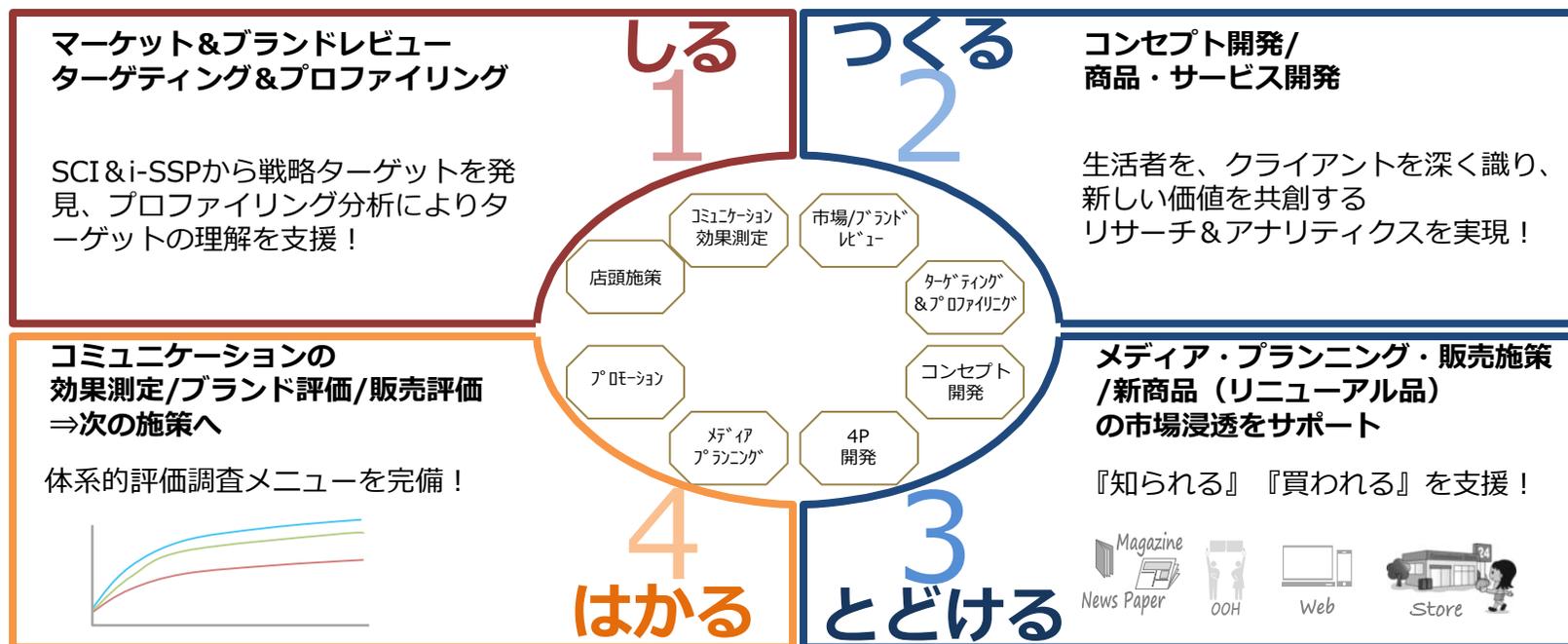
そして、「現状把握」及び「検証」する上で重要となるのがどの「プロセス」で問題が発生しているかという点です。これらを正しく把握するためにはそれぞれをしっかりと「リサーチ」することが重要となります。

### 全体のマーケティングプロセス



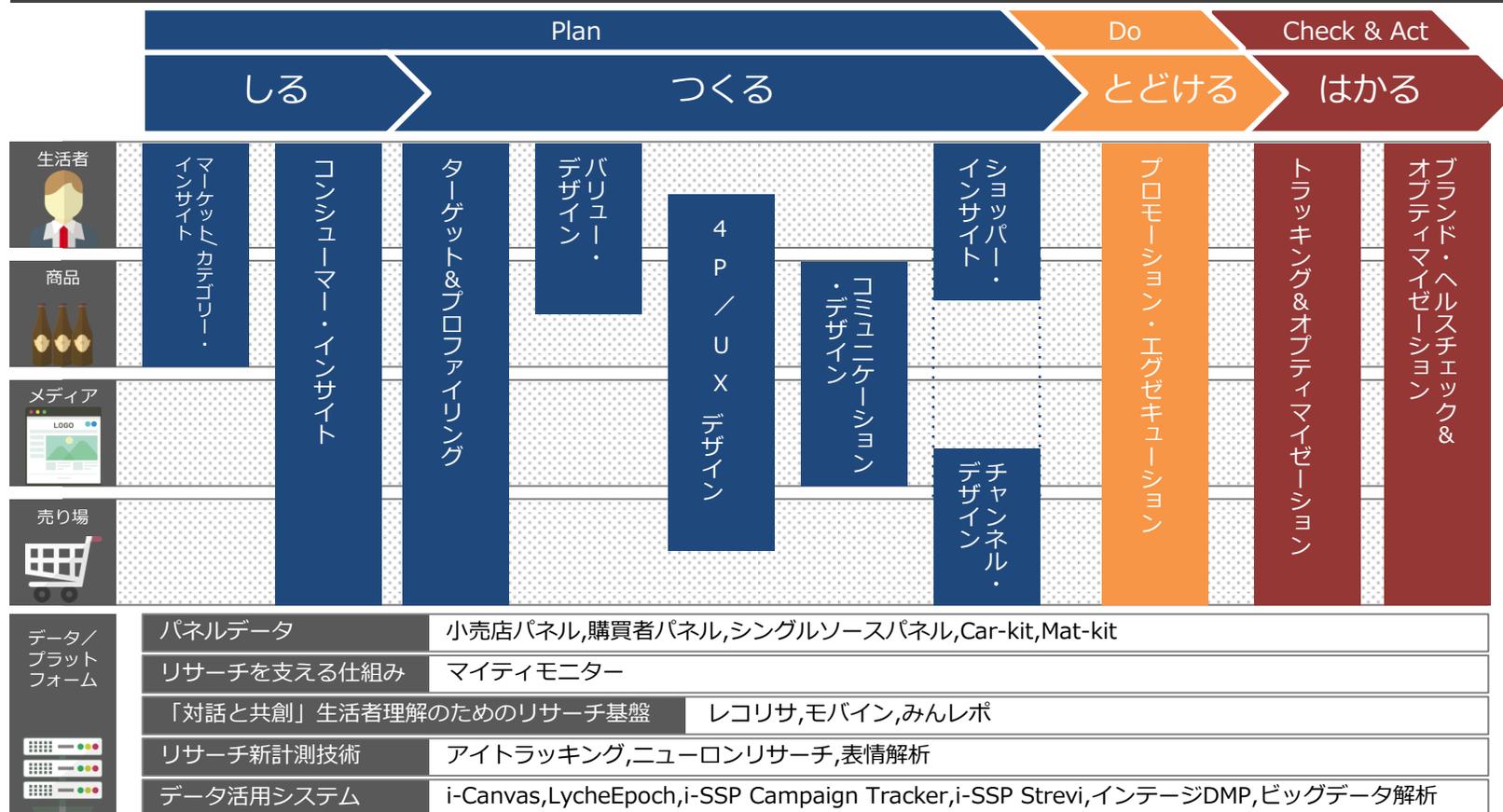
# インテージはマーケティングPDCAを全面支援！

グロースハックの成功には「仮説」を作成するための情報源である現状把握や検証のリサーチが重要となります。このマーケティングPDCAの全プロセスを支援可能な会社が「株式会社インテージ」です。



# インテージのソリューション体系

◎ “共創の時代” のリサーチ & マーケティングをトータルサポートします



# サービスラインナップ一例

## ◎あらゆる調査ニーズに応えるサービスラインナップを用意しています

パネル リサーチ	全国小売店パネル調査(SRI)	全国約4,000店舗より収集している小売店販売データより調査可能
	全国消費者パネル調査(SCI)	全国5万人の消費者の日々の買い物データより調査可能
	全国店頭プロモーション調査	SRIの対象店と共通の店舗（370店）にて収集している店頭販促状況データより調査可能
	i-SSP	インテージングルソースパネルの略。同一人物の情報接触と消費行動の実データより調査可能
	チラシインデックス	全国約27,000店舗の折り込みチラシの掲載状況を捉えたデータより調査可能
	キッチンダイアリー	1,260世帯の食卓・調理の状況を捉えたデータより調査可能
	アドトレースパネル	インターネット広告やサイトの接触者に対し、自由度の高いアンケートを実施可能
カスタム リサーチ	ネットリサーチ	良質な603万人のモニター組織に対してアンケートを実施可能
	レコーディングリサーチ	スマートフォンアプリを利用した記録型（日記式）アンケートが実施可能
	モバイルインタビュー	チャット形式・掲示板形式の調査で、“手軽に&素早く”生活者のリアルな声をヒアリング可能
	会場テスト	テーマに沿った会場、対象者をコーディネートし、ターゲットの声をスピーディに収集可能
	郵送調査	80%以上の高回収率をほこる全国約21万人の大規模モニターに対して郵送調査を実施可能
	ミステリーショッピング	専門調査員が予告なく訪問し、店舗・サービスやプロモーションを評価可能
	店頭陳列調査	商談結果が適切に売場に反映されているか、チェーン別/店舗別の店頭実態を調査可能
データ 解析	FGI & 1on1インタビュー	生活者・市場理解に基づく定性調査が実施可能
	データ解析サービス	高度かつ最新の技術を使った分析により、次のアクションに直結するアウトプットを提供可能
顧客DB分析	顧客DB分析	顧客と市場の理解を深め、売上向上に有力なマーケティング施策のヒントを提供可能
	海外調査	グローバルリサーチ

# 会社概要

社名	株式会社インテージ (英文社名 : INTAGE Inc.)
代表取締役	石塚 純晃
本社所在地	<〒101-8201 > 東京都千代田区神田練塀町3番地 インテージ秋葉原ビル
TEL	03-5294-0111
FAX	03-5294-0199
従業員数	778名 (2015年3月31日現在)

当ホワイトペーパーについてのお問い合わせは下記までご連絡下さい。



株式会社 インテージ

〒101-8201東京都千代田区神田練塀町3番地  
インテージ秋葉原ビル

**TEL: 03-5294-0111**

**FAX: 03-5294-0199**

サービス詳細URL

<http://www.intage.co.jp/>