



< 報道関係各位 >

2017 年 7 月 6 日

ドーモ株式会社

## ANA、マーケティング ROI 最大化に向け Domo を採用

～ リアルタイムでのデータ活用を実現し、顧客の Web 体験を向上 ～

ビジネス最適化プラットフォームを提供する [ドーモ株式会社](#)（本社：東京都渋谷区、代表取締役：川崎友和、以下 Domo）は本日、全日本空輸株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 平子裕志、以下 ANA）が、同社のマーケティング活動における投資対効果（ROI）の最大化に向け、Domo を採用したと発表しました。Domo の導入により、ANA はリアルタイムデータにもとづく意思決定とタイムリーなアクションが可能となり、「ANA 公式サイト」や「ANA SKY Web」など、同社の運営する Web サイトにおける顧客のデジタル体験の最適化を促進します。

ANA では、これまで月次および週次単位でマーケティング活動のデータを手作業で抽出し、レポートを作成していましたが、レポート完成時点では、データが古くなってしまいう課題がありました。Web サイトでの顧客体験の最適化や航空券販売拡大に向け、Web サイト来訪者数や航空券予約、売上といった主要業績評価指標（KPI）にかかるデータをリアルタイムに把握し、タイムリーなアクションの実行が求められていました。

こうした課題解決に向け、ANA はビジネス最適化プラットフォームを比較検討した結果、あらゆるデータソースとの容易でスムーズな接続が可能で、強固なパートナー基盤をもつ Domo を選択しました。ANA への導入および運用支援は、Domo のパートナーであり 50 年以上にわたる IT サービス提供の経験を有するトランスコスモスが行っています。

データをリアルタイムに一元化できる Domo の利用により、ANA は従来の Excel レポートを廃止し、Web サイトのトラフィックをはじめとするマーケティング KPI のリアルタイムでの視覚化から、データの直感的な把握と判断、必要なアクションまでの時間を大幅に短縮します。また、レポートの構築やデータの紐付けに費やしていた多大な時間と労力を、KPI 達成のために必要なアクションの立案と実行に振り替えることができます。ANA は、今後 Web サイト分析ツールから取得するデータに加え、SNS や基幹システム等のあらゆるデータをリアルタイムに統合し、ビジネス最適化を推進していく予定です。

Domo 採用に際し、ANA のマーケティング室マーケットコミュニケーション部 徳田 智明氏は、「トランスコスモスの導入・運用支援のもと、Domo を活用してレポートングプロセスを改善し、Web サイトでの航空券販売の売上拡大のヒントとなるインサイトを得ることができると期待しています。Domo は、私たちのマーケティング活動を最適化し、パフォーマンスを向上させるためのサポート



をしてくれます。これにより、ANA は顧客のデジタル体験をさらに向上させていくことができると確信しています」と述べています。

▼リリースは Domo ウェブサイトでもご高覧ください。

<https://www.domo.com/jp/news/press/ana-selects-domo>

###

### **Domo について**

Domo は、CEO から現場の最前線で働く社員まで、すべての従業員が必要なデータに簡単にアクセスしてスピーディーな意思決定を行うことにより、業績向上を支援するクラウド型ビジネス最適化プラットフォームです。Domo はビジネスのニーズに合わせて柔軟にカスタマイズ可能なプラットフォームである Business Cloud 上に構築されており、意思決定者はリアルタイムに戦略的機会を把握し、アクションにつなげることができます。小売、メディア・エンターテインメント、製造、金融など業種を問わず Domo は世界中の成長企業で活用されています。世界有数の投資家も注目しており、2017 年 4 月には 6 億 9000 万ドル超の資金調達を行いました。経営陣には世界的に有名なテクノロジー企業で経験を積んだメンバーが名を連ねています。

ウェブサイト：<https://www.domo.com/jp>

Twitter：<https://twitter.com/domojapan>

Facebook：<https://www.facebook.com/DomoJapan/>

Domo、Domo Business Cloud、および The Business Cloud は Domo, Inc.の商標です。