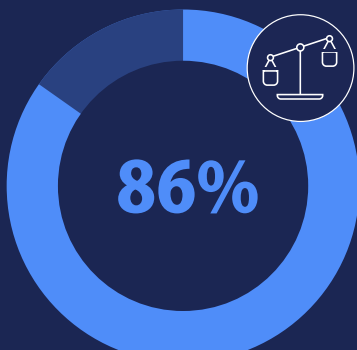


2021 年における デジタルインテリジェンスの ROI（投資利益率）

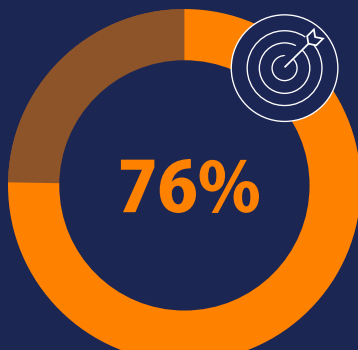
デジタルインテリジェンスプラットフォームへの投資にまだ迷っていますか？
300 人以上のデジタルリサーチやデジタルインサイトのプロ向けに
当社が実施した最新アンケートのハイライトを下記にまとめました

01 主要所見 事業目標



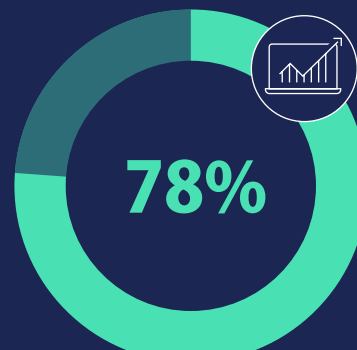
意思決定

回答者の **86%** が、
デジタルインテリジェンス
を取り入れて戦略的な
意思決定を行っています



収益目標

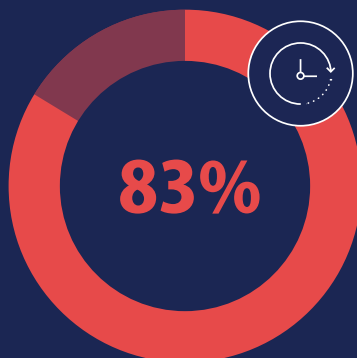
回答者の **76%** が、
収益目標や KPI を達成
するためにデジタルイ
ンテリジェンスを利用し
ています



デジタルでの成長

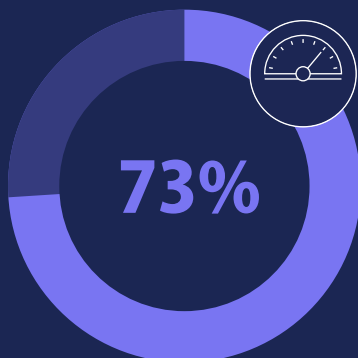
回答者の **78%** が、
SimilarWeb のような
ツールを使って自社の
デジタル市場シェアを
最大 15% にまで拡大し
ています

02 主要所見 効率化と節約



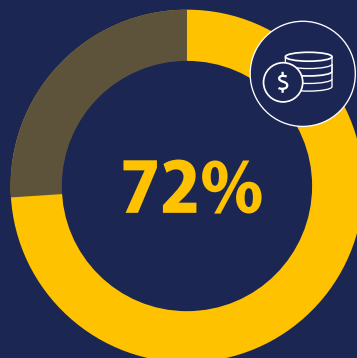
時間節約

回答者の **83%** が、
SimilarWeb のような
ツールを利用することで
時間を節約しています



プロジェクトを加速化

回答者の **73%** が、
各リサーチプロジェクト
につき最大丸一日分の
労働時間を節約してい
ます



コスト節約

回答者の **72%** が、
SimilarWeb のような
ツールを利用することで
コストの節約をできてい
ると実感しています

03 業務への活用 デジタルリサーチは、SimilarWeb を 下記の調査に活用して収益を生んでいます



- デジタルリサーチの **69%** が、
自社のデジタル市場シェアを測定
する際に第三者データを利用して
います
- 回答者の **37%** が、変化の早い業界
情勢に対応するために市場トレンド
を分析しています
- リサーチやインサイトに関わる
プロフェッショナルの **57%** が、
自社の業界のトレンドやインサイトを
追跡するために、月例で報告を
行っています
- 回答者の **33%** が、オーディエンスの
行動を理解するために消費者トレンド
を分析しています
- 回答者の **40%** が、脅威や機会を
特定するために競合相手の活動を
追っています
- 回答者の **24%** が、市場拡大を狙った
新商品発売の機会についてリサーチ
を行っています

04 ビジネス成果 SimilarWeb のデータを活用しないのは、視界が悪い中で 飛行機を操縦するようなものです

第一線で活躍するデジタルリサーチは、SimilarWeb のような市場や
競合相手に関するインテリジェンスツールの不足が事業に及ぼす弊害を
理解しています

「SimilarWeb がなければ、機会を逃してしまい、戦略的意思決定に遅れが生じるおそれがあるでしょう」

- ＊ 「SimilarWeb を導入していなければ、見込み顧客のターゲティングの正確性が低下し、営業リソースとマーケティングリソースに無駄が生じているでしょう」
- ＊ 「SimilarWeb 導入以前は、トラフィック獲得やトラフィックソースに関する提携先の事業の規模や成長度を判断する方法がありませんでした」
- ＊ 「SimilarWeb 導入以前は、競合相手に対して限られたインサイトしか得ることができず、競争に勝つ術への理解も不十分でした」
- ＊ 「SimilarWeb を導入していなければ、社内データソース以外の情報に盲点が生じているでしょう」