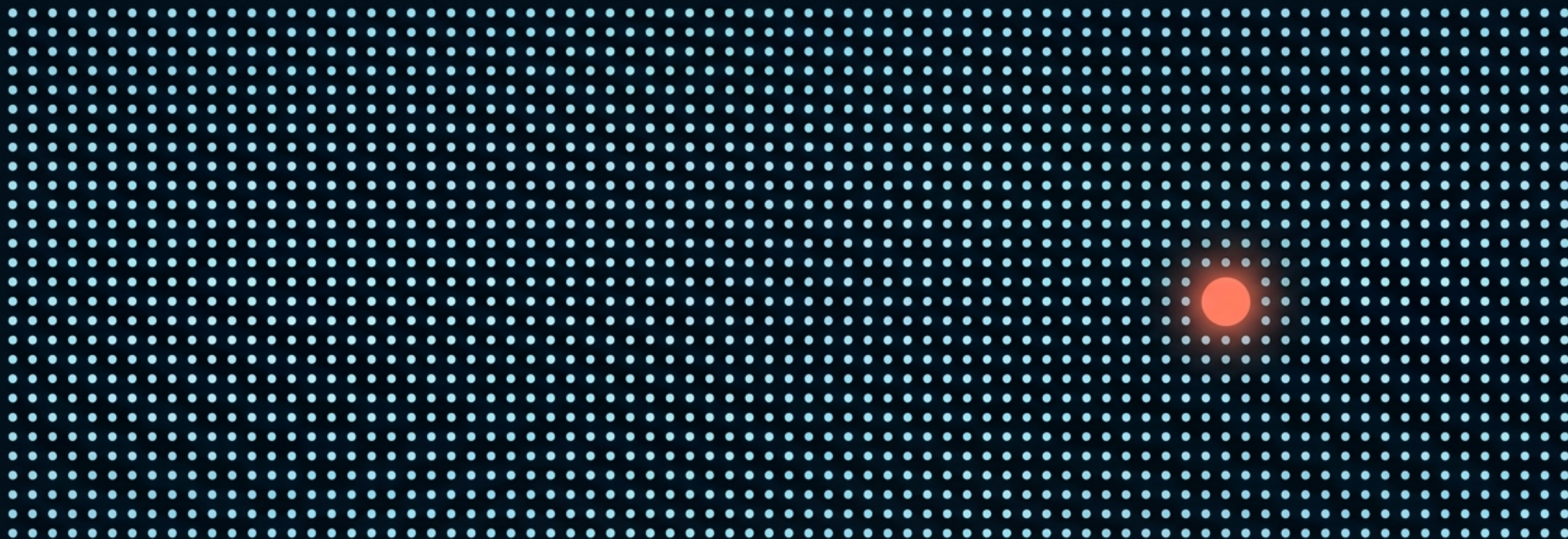


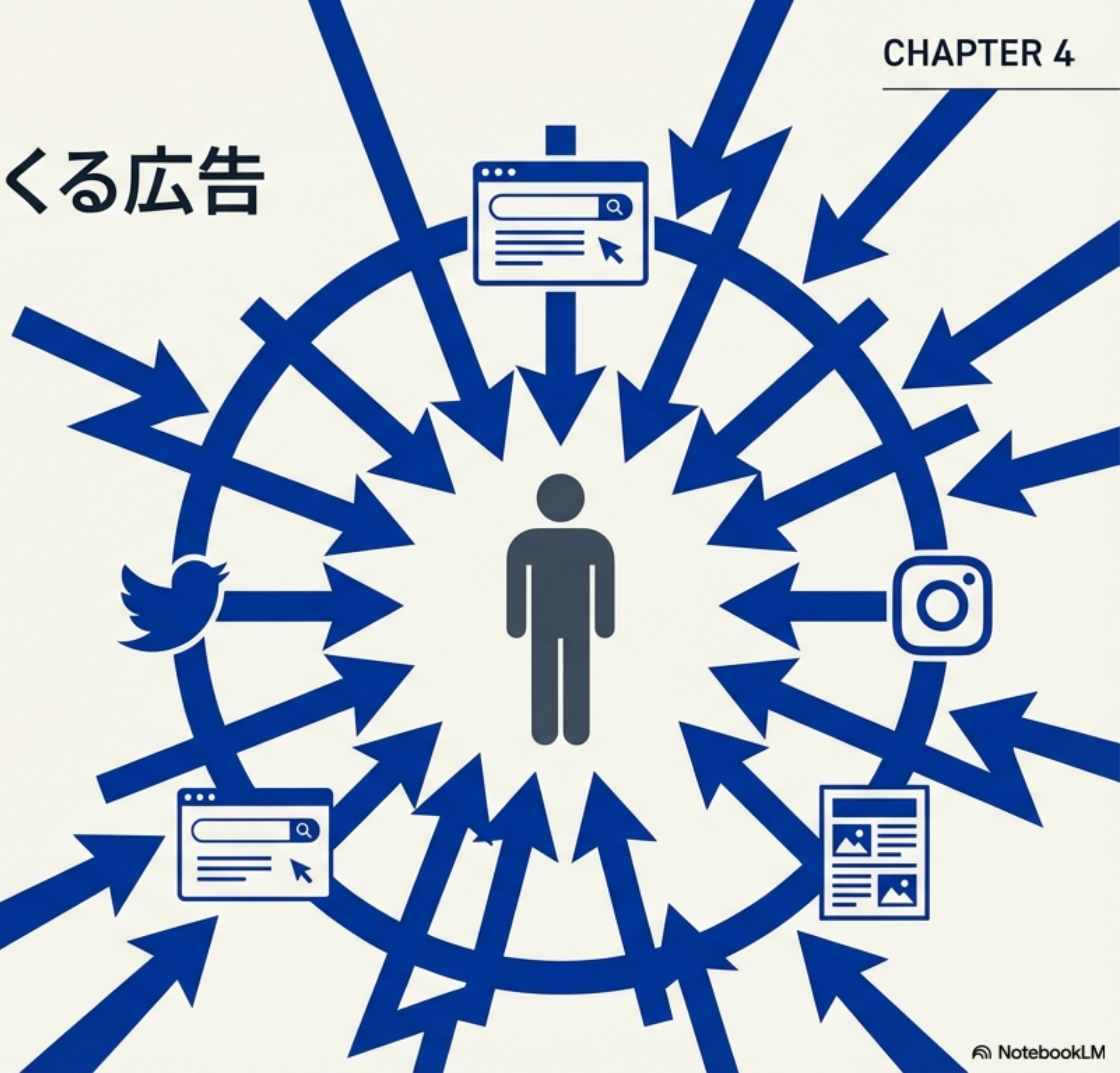
【第4章】個人を対象とする時代へ

N=1の視点と、データの本当の使い方



どこまでも追いかけてくる広告

ネットで一度調べた商品が、
SNSでもニュースサイトでも、
ずっと追いかけてくる。
これがトラッキング（追跡）です。

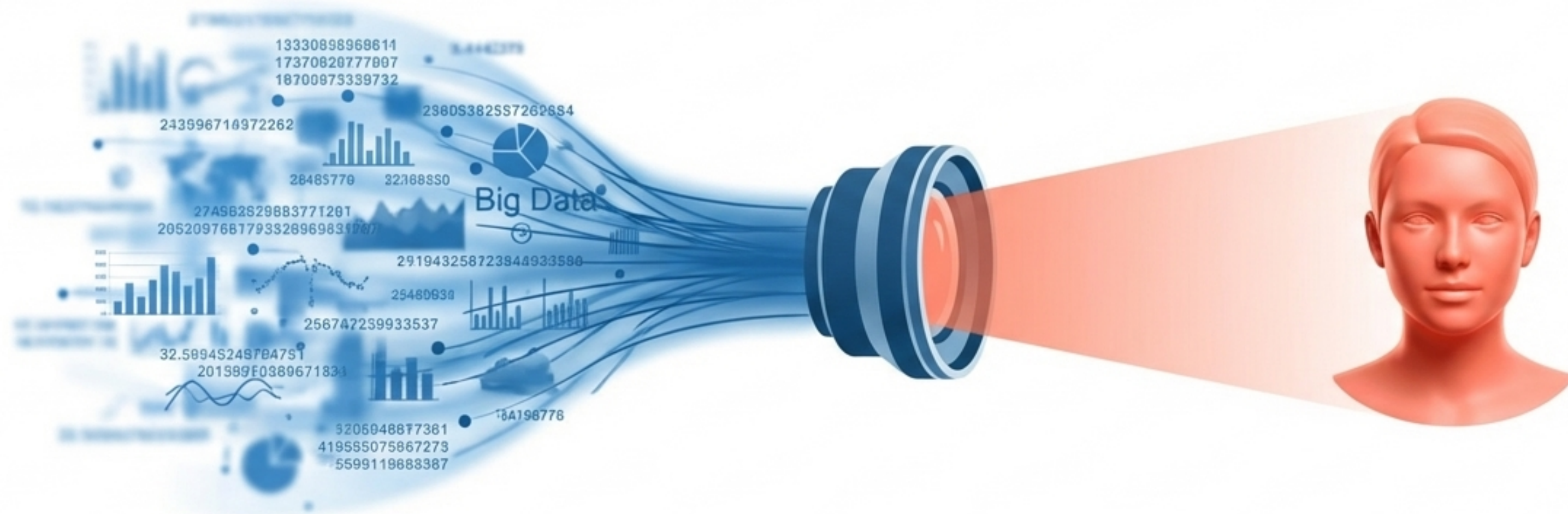


データは人を 「操る」ためのもの？

行動履歴から無意識の隙間を突き、つ
い買わせる。データはそのために存在
しているのでしょうか？

「N=1」を見つめる(西口一希氏)

著名マーケターの西口氏は、無数のデータから「たった一人の顧客 (N=1)」を見つけ出し、その心理を深掘りすることの重要性を説いています。



数字の裏にある「人間」を理解する

データは人を操るためではなく、数字の裏にいる「一人の人間」の喜びや不満を解像度高く理解するためのものです。

誤解：データ=数字 / 目的=操作

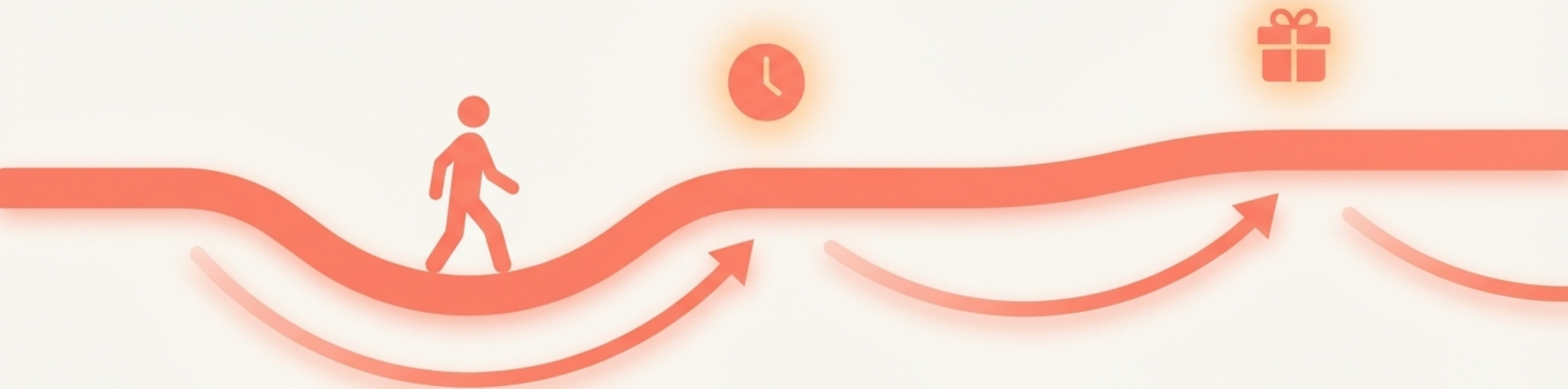


真実：データ=人間 / 目的=共感



操作ではなく、寄り添うレンズ

行動データを駆使して、一人ひとりに最適なタイミングで、最適な価値を提案する。それがデジタルの理想の姿です。




しかし、現実はどうでしょうか？

理想は「寄り添う」ことのはずなのに、現実には私たちが不快にさせる「しつこい追跡」や「煽り」があふれています。



なぜ、そんなズレが起きるのか？

それは、世の中の多くの企業が「マーケティング」という言葉の本当の意味を、根本から履き違えているからです。



マーケティング