

CX マーケティング強化の新組織創設に伴う音部大輔顧問のEME (Executive Marketing Evangelist) 就任について

NTT グループおよび企業のマーケティング変革を支援する株式会社NTTアド(代表取締役社長 東明彦、以下、NTTアド)は、クライアントの CX マーケティングを現場の業務改革から支援する専任組織として、2023年4月1日付でコンサルティング部を創設します。それに伴い、音部大輔顧問がEME (Executive Marketing Evangelist) に就任することをお知らせします。

現在、NTT グループをはじめ多くの企業は売上や利益だけでなく、社会的存在意義を求められており、企業価値(利益・存在意義)を高めるためには、ブランド・マーケティング活動において CX/EX(生活者・社員の体験価値)創造に取り組むことが重要視されています。これまで NTT アドは、「Fan を創る、Fun でつなぐ。」をミッションに、ブランド・企業の価値を向上させ、事業成長および社会課題解決支援に取り組んでまいりました。

音部 EME の就任により、NTT アドは、クライアントのマーケティング変革にむけ、音部 EME が独自開発した実践的なブランド・マーケティングフレームワーク「ブランドホロタイプ®・モデル」と、「パーセプションフロー®・モデル」を活用した生活者視点での価値提供を強化いたします。また、音部 EME とコンサルティング部が各事業部門と連携し、クライアントの組織間で個別最適に陥りがちなマーケティング投資の ROI 向上を支援いたします。

これにより、NTT アドは、生活者の一貫したブランド体験を実現させ、クライアントのマーケティングによる事業成長に貢献してまいります。

<音部大輔(おとべ・だいすけ)プロフィール>



株式会社クー・マーケティング・カンパニー代表取締役。

17年間の日米 P&G を経て、欧州系消費財メーカーや資生堂などで、マーケティング組織強化やビジネスの回復伸長を、マーケティング担当副社長や CMO として主導。2018 年より独立し、現職。消費財や化粧品をはじめ、輸送機器、家電、化粧品、放送局、電力、D2C、飲料、医薬品、IP、B toB など、国内外の多様なクライアントのマーケティング組織強化、ブランド戦略を支援。博士(経営学 神戸大学)。著書に『なぜ「戦略」で差がつくのか。』(宣伝会議)、『マーケティングプロフェッショナルの視点』(日経 BP)、『The Art of Marketing マーケティングの技法』(宣伝会議)が「日本マーケティング本 大賞 2022」(日本マーケティング学会)大賞受賞。

「音部氏コメント」

パーセプションフロー®・モデルは、全体最適をもたらす CX を高精度で実現するプラットフォームとして有効に使えるようです。NTT アドをはじめ、NTT グループ各社の皆さんとのさらなる協働が楽しみです。

<株式会社 NTT アドプロフィールと代表取締役 東明彦(ひがし・あきひこ)コメント>



NTT アドは「Fan を創る、Fun でつなぐ。」をミッションとして生活者のインサイト発見からプロモーション実施まで、顧客に伴走するマーケティング支援会社です。

リアルとデジタルの境界が曖昧となり、難しさを増す企業のマーケティング活動を、これまでの経験と音部氏のフレームワークやテクノロジーを使いながら支援し、顧客の先にいる生活者の利益の実現を目指しています。

「株式会社 NTT アド代表取締役社長 東明彦 コメント」

音部大輔 EME と一緒にコンサルティング事業を加速させ、全体最適の観点でマーケティングを現場の業務変革から支援することで、エンドユーザとクライアント企業において、CX/EX ともにより良い体験価値を提供し、顧客満足度やロイヤルティ向上、事業の発展に貢献していきます。

本件に関する報道機関からのお問合せ先

株式会社 NTT アド
担当: 経営企画室 福嶋・浪江
メール: press@ntt-ad.co.jp