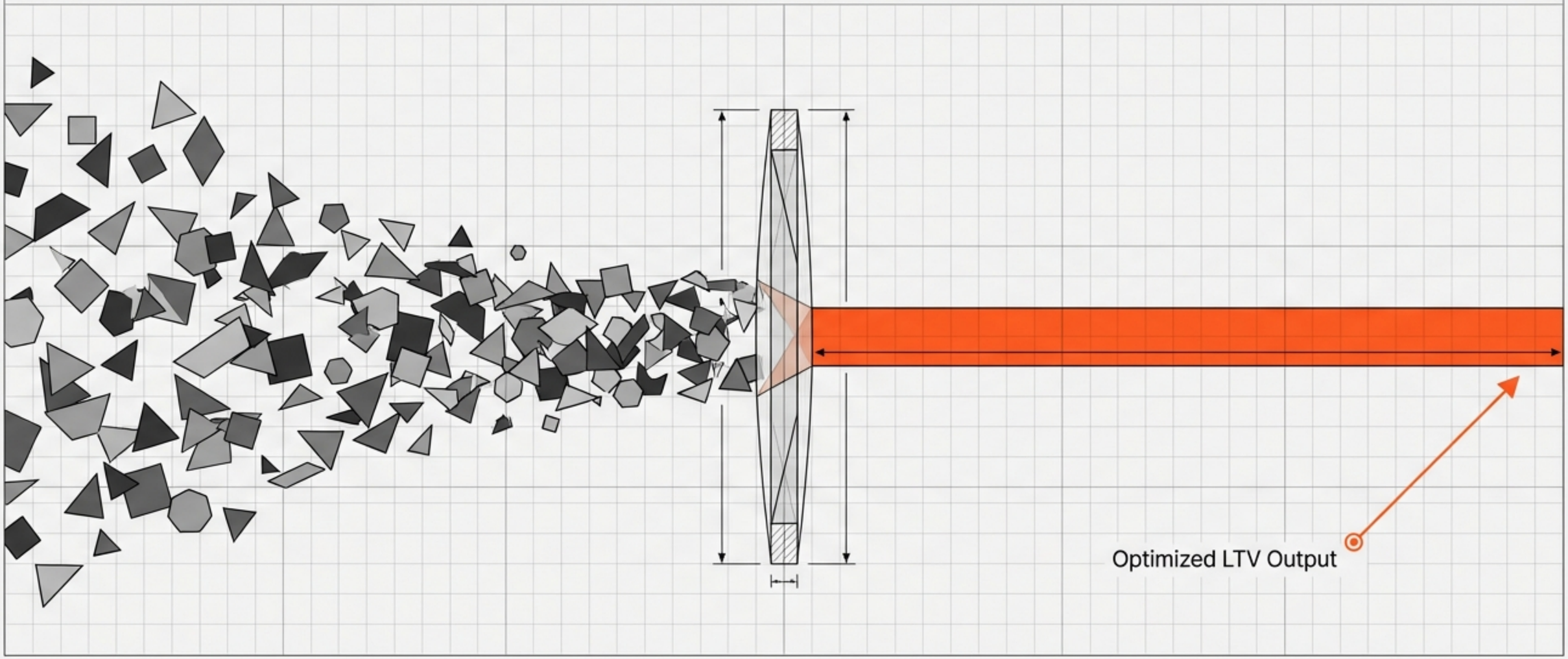
LTV最大化の成否を分ける「データ基盤」構築術

データクレンジングからCDP活用まで徹底解説

2026 STANDARD / AI-READY INFRASTRUCTURE



NotebookLM

AI時代の勝敗は「データの質」で決まる

GOAL:
LTV Maximization

AI活用とパーソナライズによる
顧客生涯価値の最大化。

REALITY:
The Dirty Data Barrier

システムごとに分断された「汚いデータ
タ」がすべての戦略を無効化する。

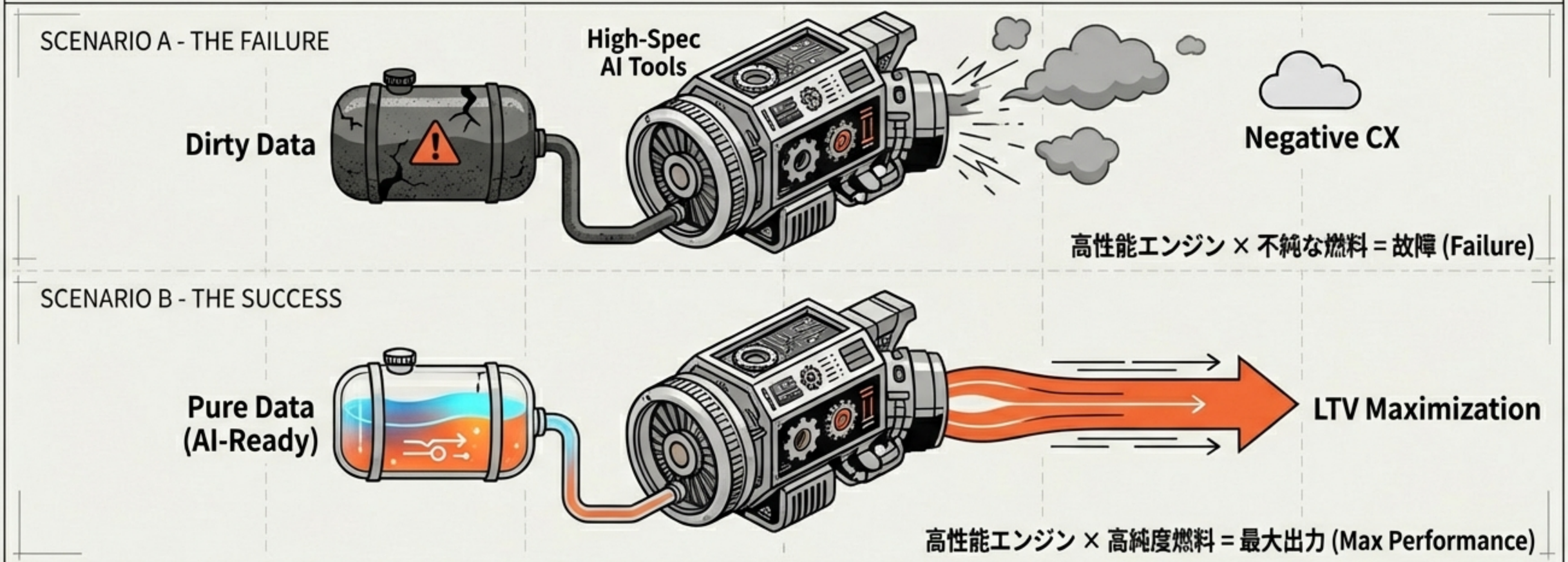
RISK:
Strategic Backfire

2026年、データの不備は単なるミスでは
なく、ブランド毀損と機会損失に直結する。

**本資料の結論：手作業のデータ修正から「AI名寄せ (Identity Resolution)」への移行と、
単なる保管庫ではない「意思決定エンジンとしてのCDP」構築が急務である。**

NotebookLM

2026年：施策の精度は「AI」ではなく「燃料（データ）」で決まる

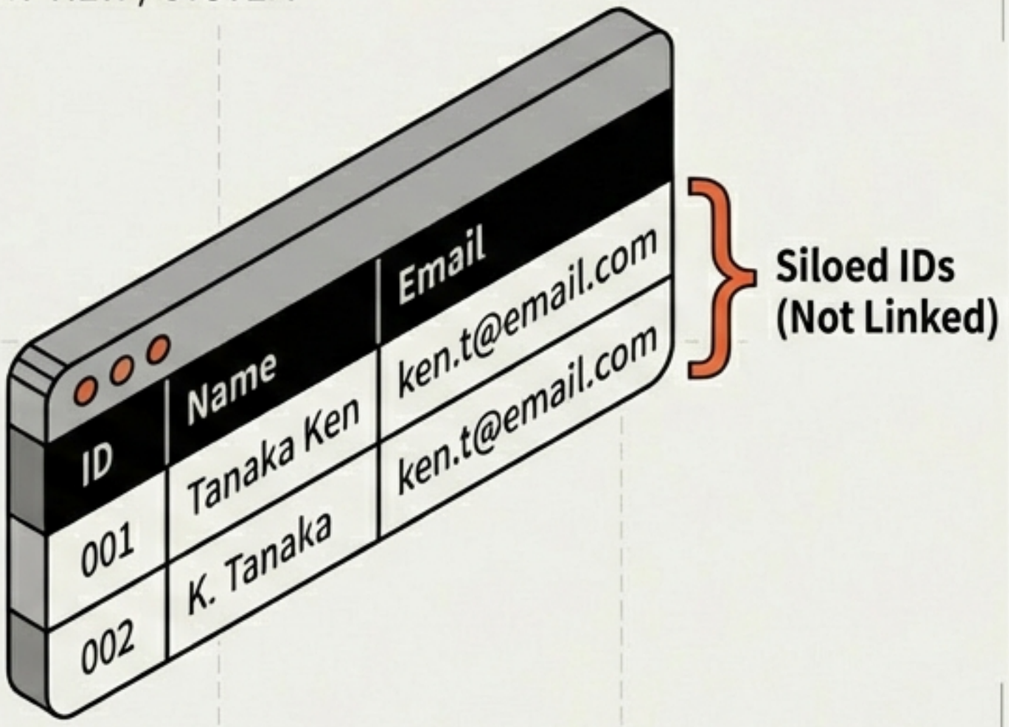


AIアルゴリズムはコモディティ化した。競争優位性は『何を学習させるか』にある。

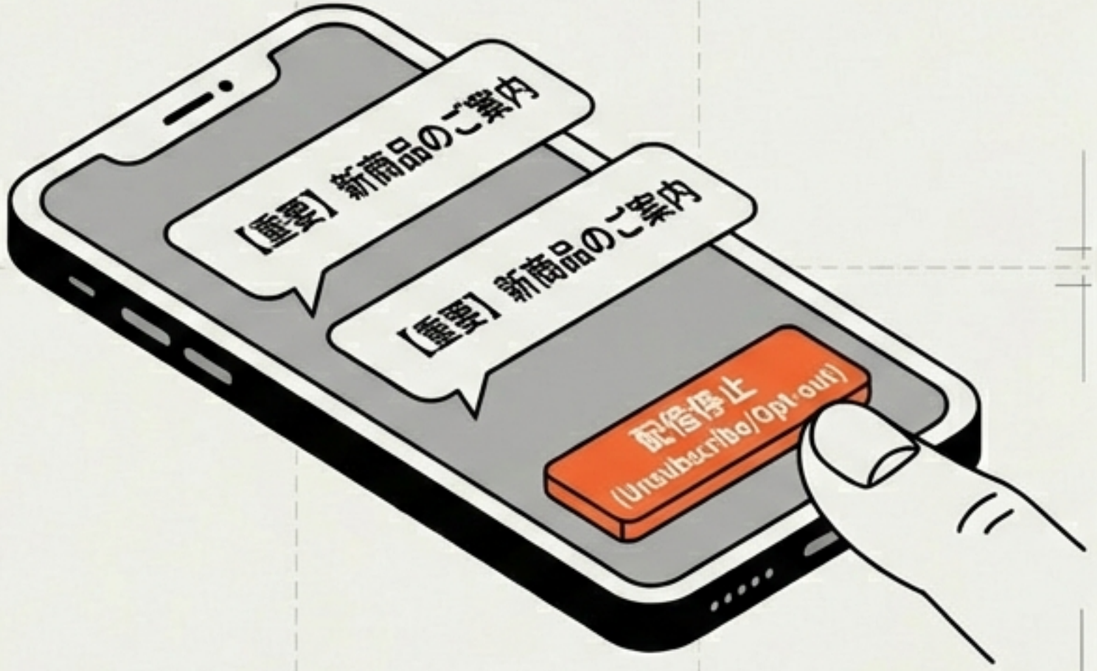
NotebookLM

汚いデータが招く悲劇①：重複配信によるブランド毀損

COMPANY VIEW / SYSTEM



CUSTOMER VIEW / REALITY

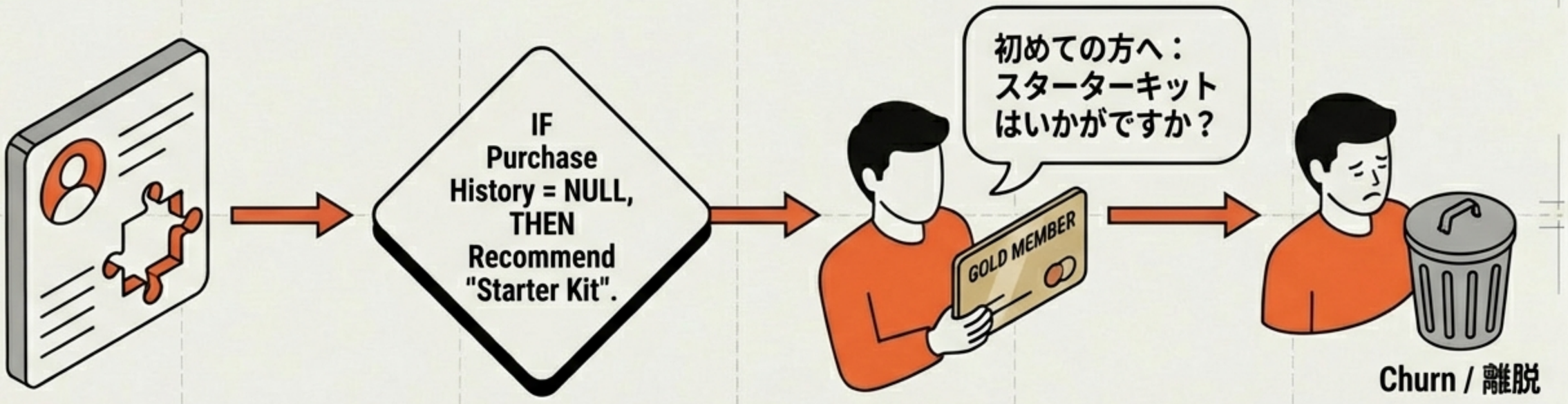


顧客にとっては『ノイズ』でしかない。結果、LTV向上の大敵である配信停止を招く。

NotebookLM

汚いデータが招く悲劇②：誤ったパーソナライズ

STEP 1: INPUT (Data Defect)



Data Defect
(Purchase History Missing)

STEP 2: AI PROCESSING
(Incorrect Logic)

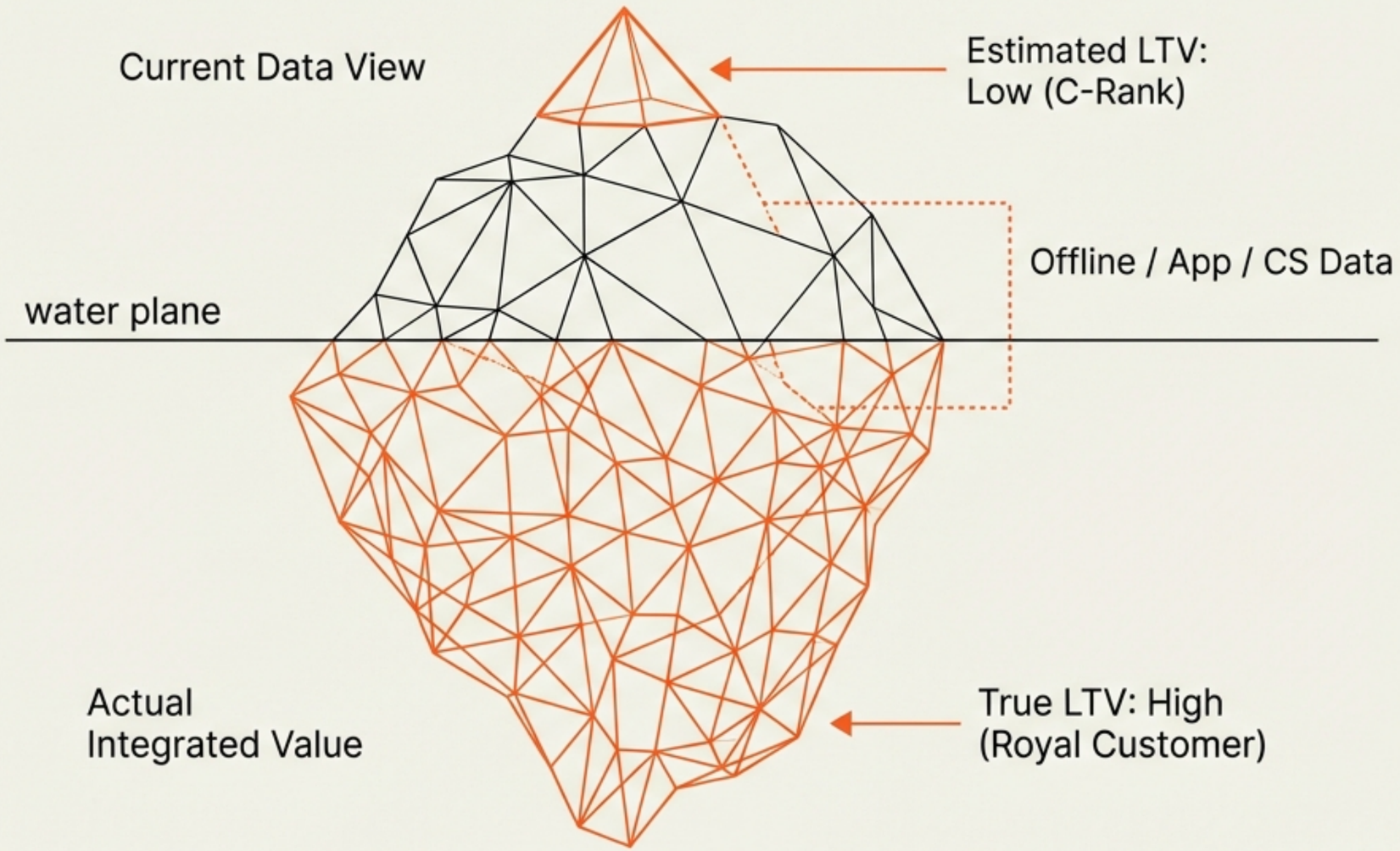
STEP 3: OUTPUT
(Irrelevant Recommendation)

STEP 4: REACTION
(Churn)

「このブランドは自分のことを分かっていない」という失望感が、ロイヤル顧客を遠ざける。

NotebookLM

汚いデータが招く悲劇③：分析精度の低下と機会損失



ID統合がなされていないため、優良顧客を過小評価してしまう。

Result: Incorrect Investment Allocation (投資判断のミス).

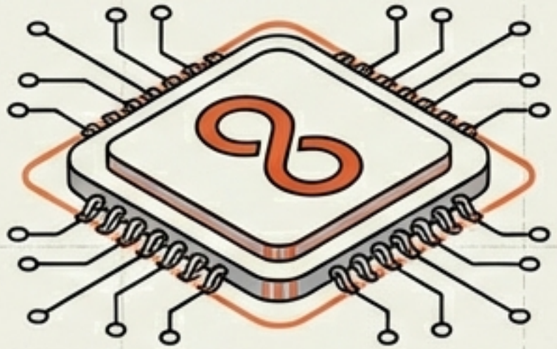
NotebookLM

解決策：手作業から「AI自動名寄せ」への完全移行

Legacy Approach

Manual Export/Import
Excel Processing
Human Error Risk
Time Lag: Days/Weeks

AI-Ready Approach

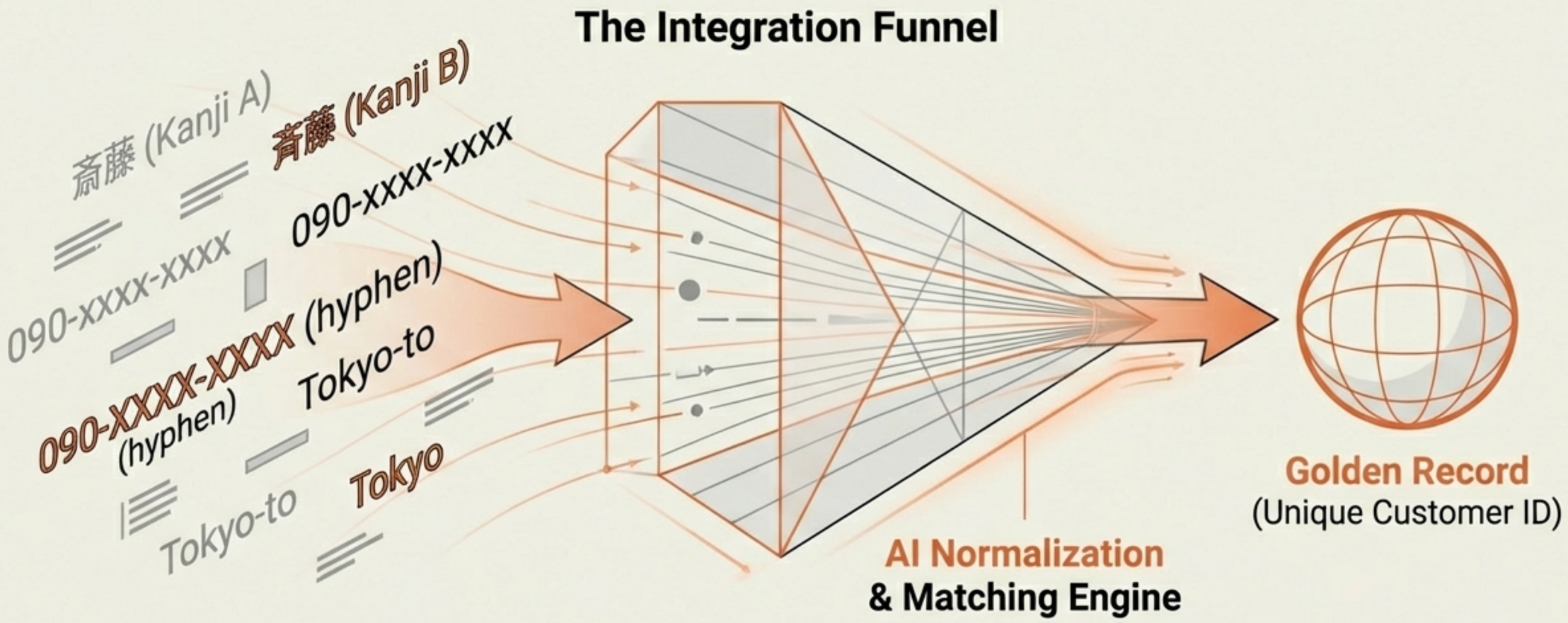


AI Identity Resolution
Real-time Processing
Automated Normalization
Time Lag: Zero

ecforce AIdp等の「AI-Ready」な基盤は、学習用データを最初から整形して蓄積する。

NotebookLM

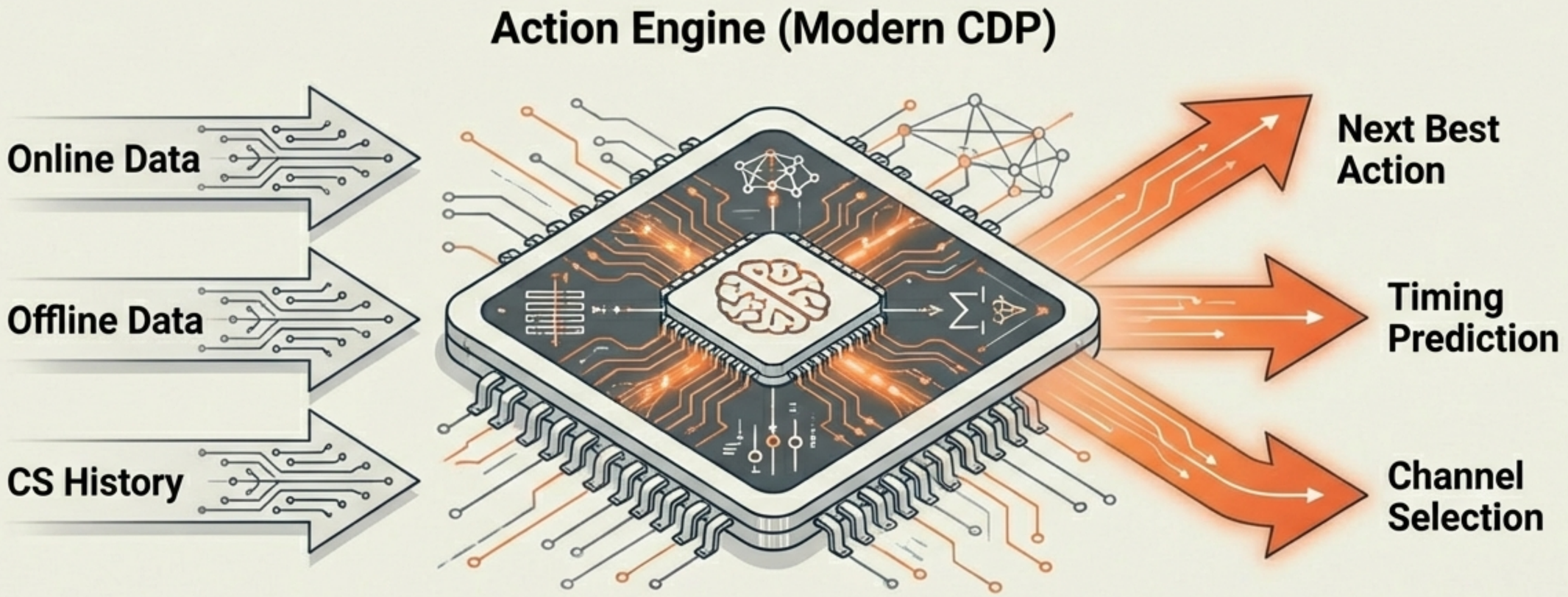
AI名寄せのメカニズム：バラバラの個客を「一人」に統合



表記揺れ、住所フォーマット、電話番号をリアルタイムで突合し、一人の人間として再定義する。

NotebookLM

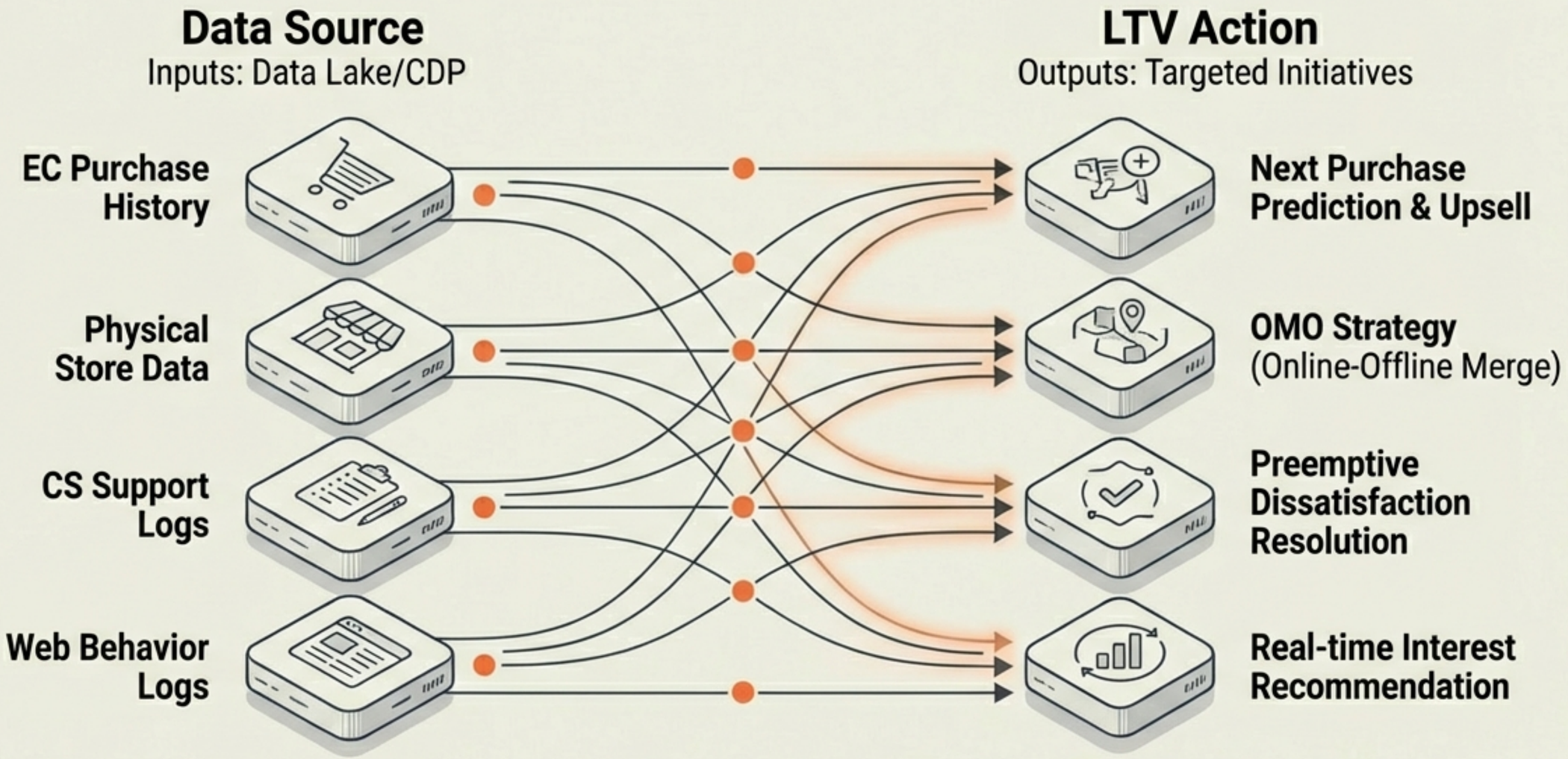
2026年のCDP：貯蔵庫ではなく「意思決定エンジン」



Past: Data Lake (Storage) → Static
Present: Decision Engine (Utilization) → Dynamic

NotebookLM

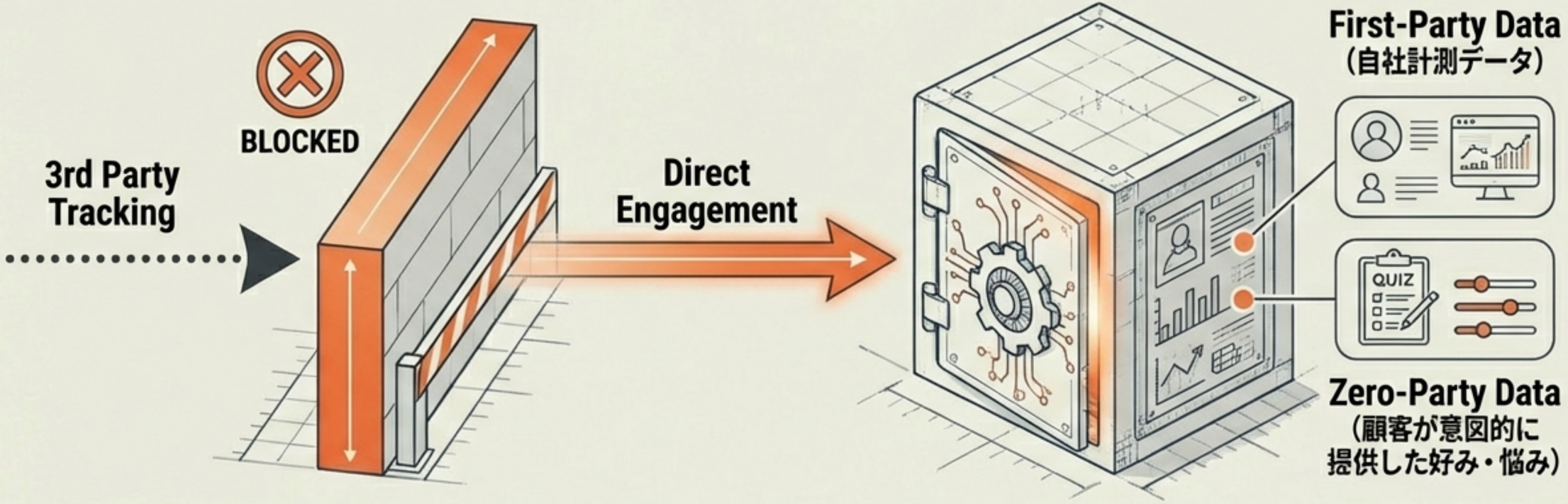
統合データがもたらす具体的LTV施策



NotebookLM

Cookieレス時代の資産：「ファーストパーティデータ」の管理

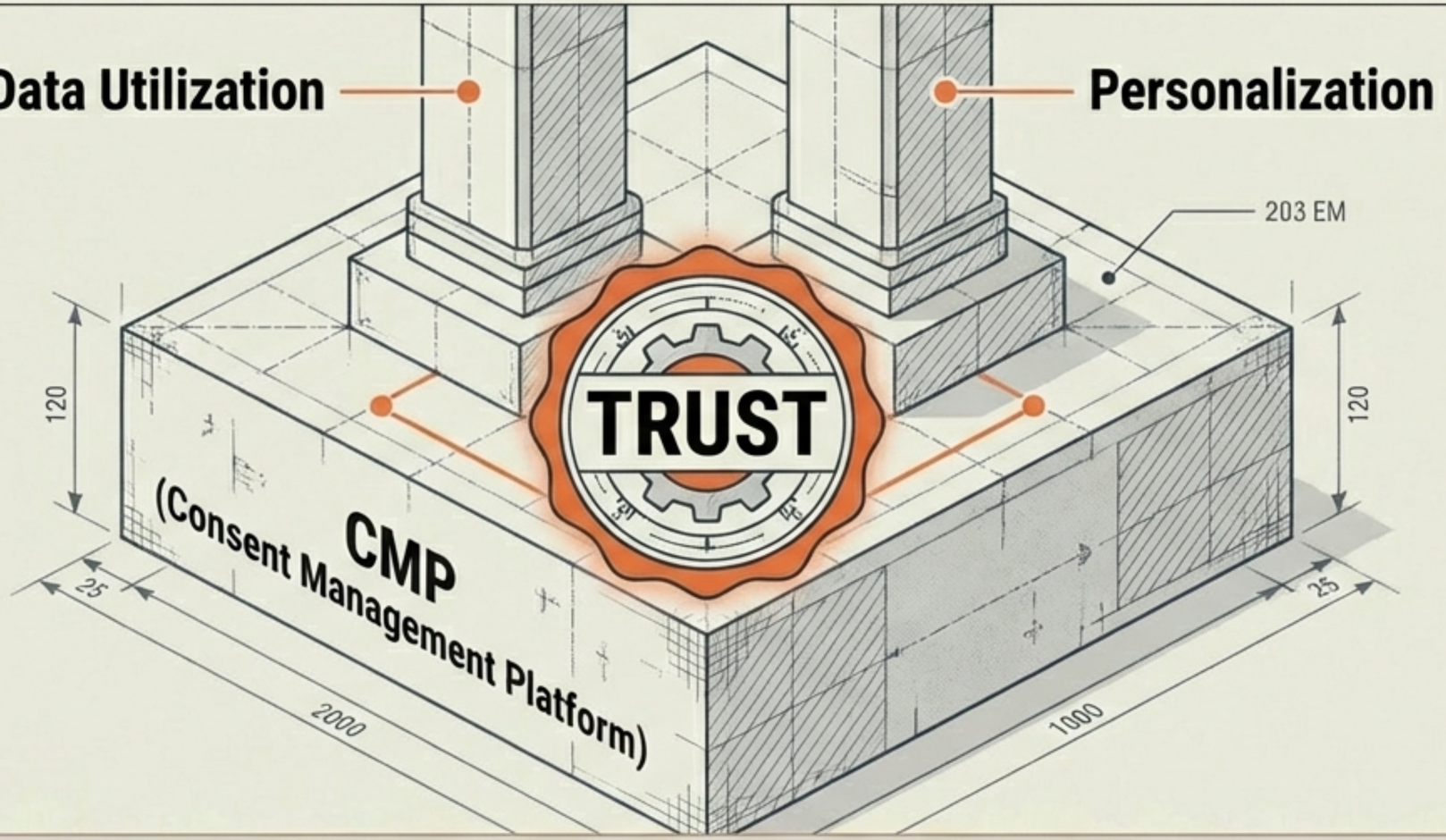
サードパーティCookieの規制（2026年）により、外部データ依存は不可能に。



アンケートや診断コンテンツ（Quiz/Diagnostics）を通じて、
顧客から『教えてもらう』仕組みが資産となる。

NotebookLM

守りこそ最大の攻め：プライバシー・ガバナンス

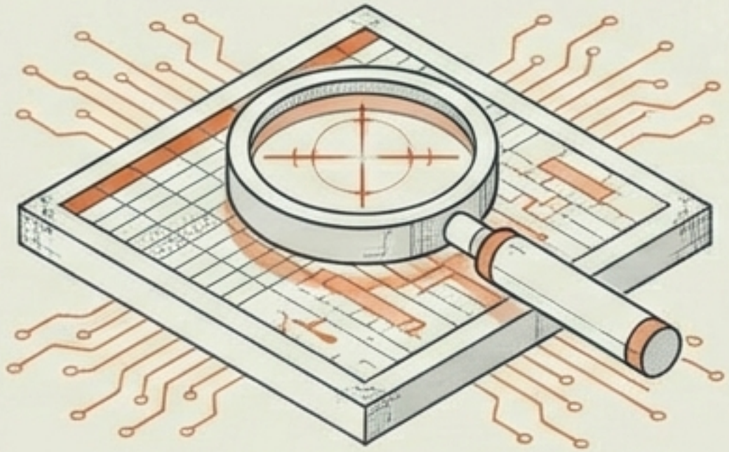


データ活用は『信頼』の上に成り立つ。
同意なきデータ利用はブランドを破壊する。

NotebookLM

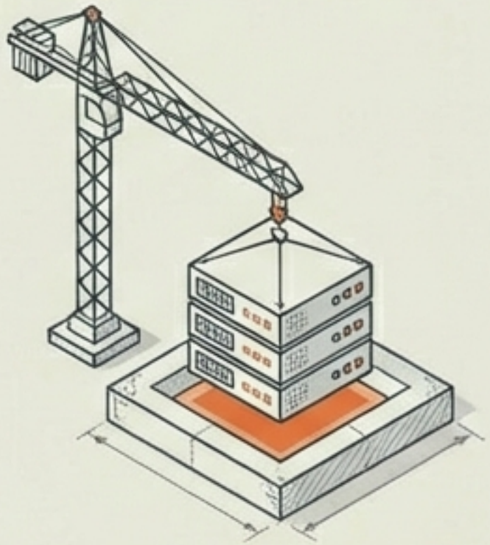
LTV最大化へのロードマップ：Phase 1 & 2

Phase 1 (Diagnosis / 現状把握)



Data Audit: Identify Silos & Dirty Data Level.

Phase 2 (Build / 基盤構築)

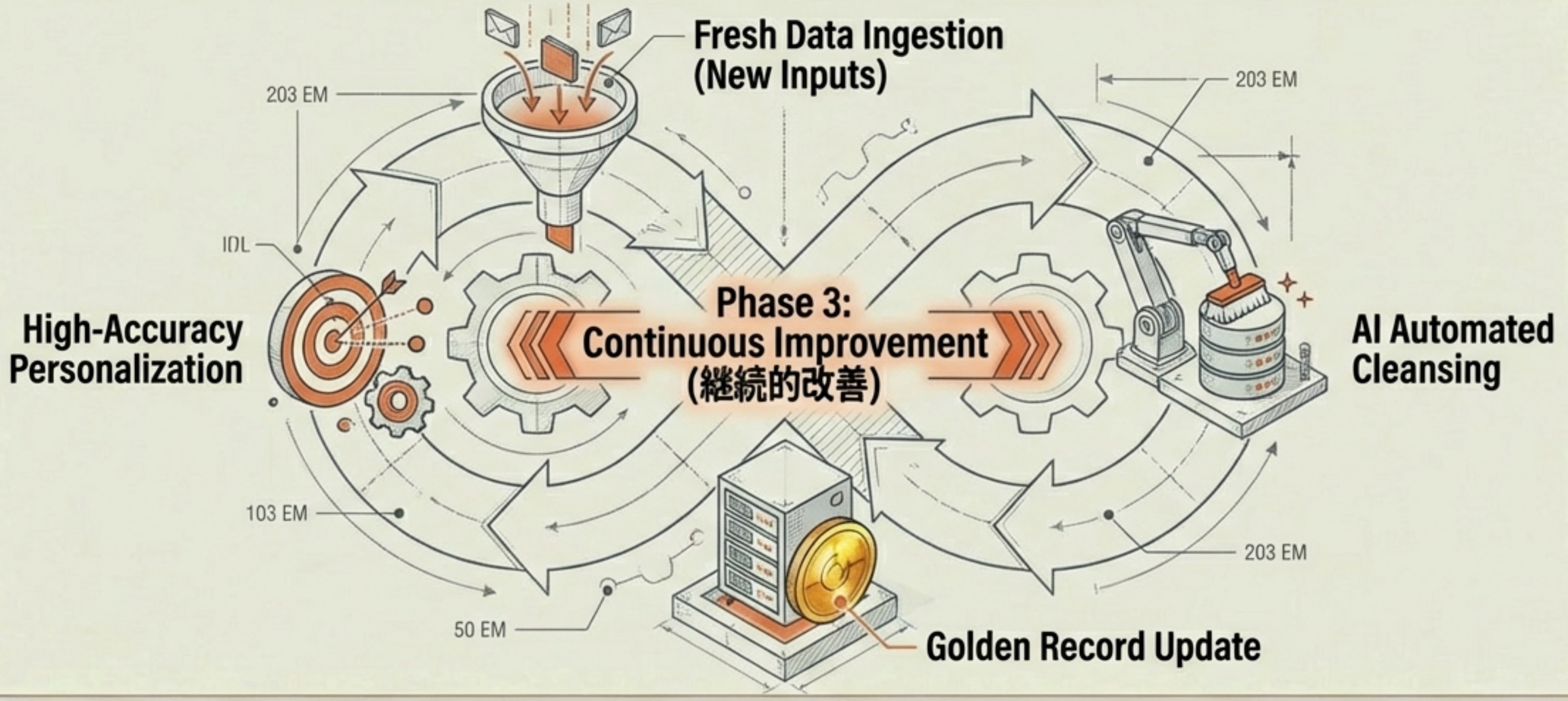


Implement AI-Ready CDP.

Establish environment for automated ID integration.

データ活用は『Helvetica Now』です、
顧客性を企画資なデータによりしている。

LTV最大化へのロードマップ：Phase 3

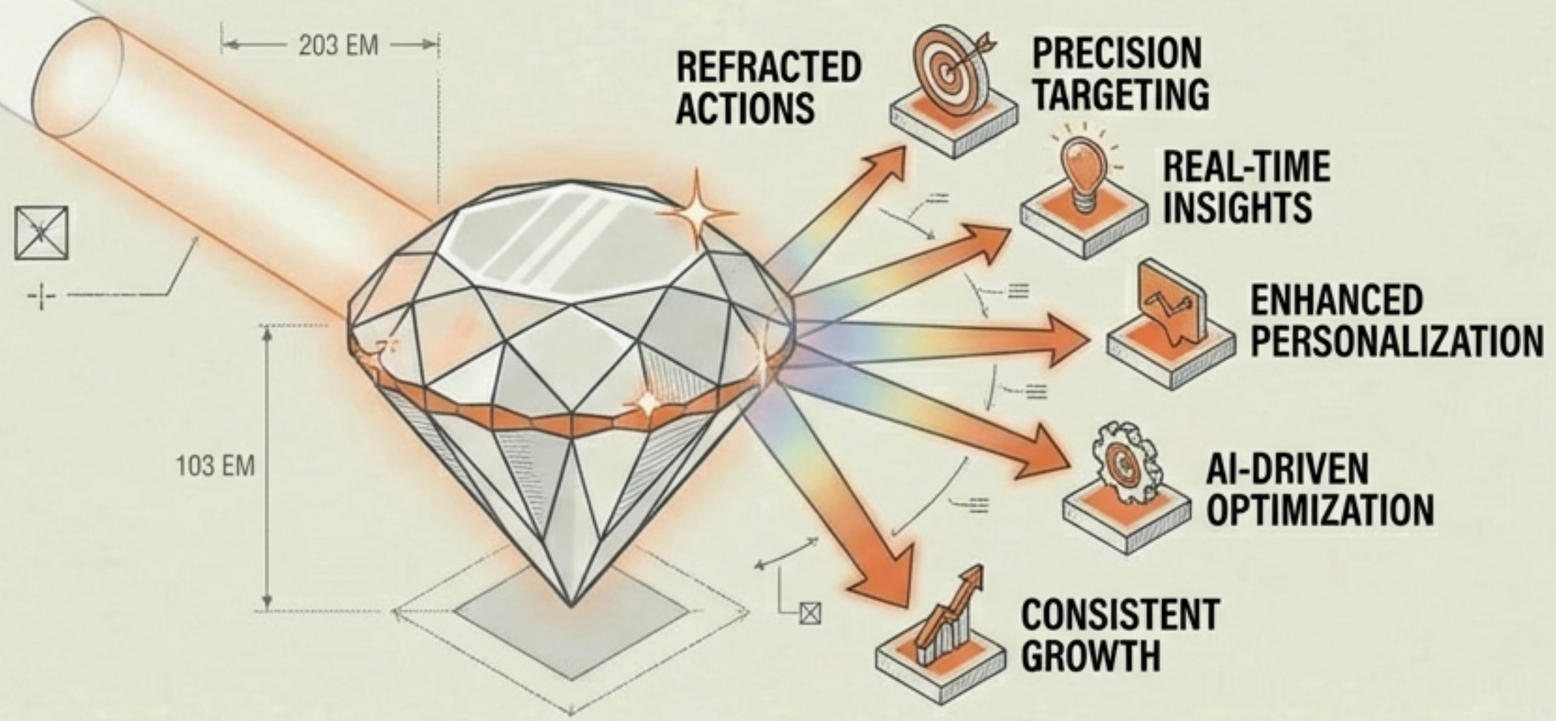


顧客データは生き物である。引越し、結婚、ライフスタイルの変化に合わせて、
常に『鮮度』を維持するサイクルを回し続ける。

NotebookLM

データは「磨いて」こそ価値が出る

LTV向上のための魔法の杖はない。顧客一人ひとりの真の姿を捉えるデータ基盤こそが、2026年の最強の競争優位となる.



Start Polishing Your Data Today.

NotebookLM