

コンシューマー360

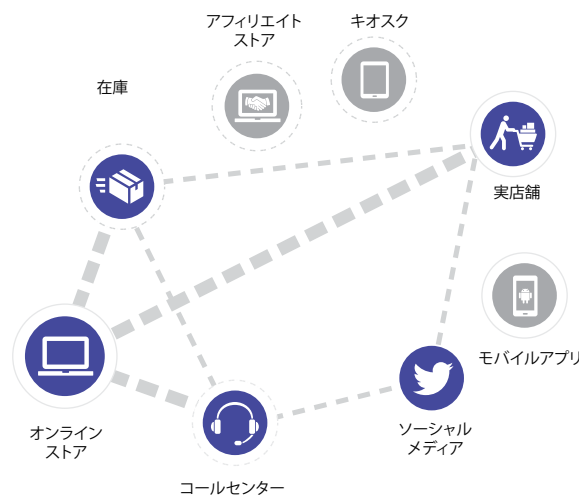
分断されたデータの包括的で総合的なビュー

背景:ソリューションの定義

現在、小売/消費財業界においては、複数のタッチポイントと購入チャネルでの顧客への対応と訴求が大きな課題となっています。

以下のような複数のチャネルで、一貫した永続的な関係を一元的に個々の顧客と実現するにはどうすればいいでしょうか。

- ・ オンライン
- ・ 実店舗
- ・ モバイルデバイス
- ・ キオスク端末
- ・ ソーシャル/デジタルメディア
- ・ 上記の一部またはすべての組み合わせ



この課題に対処するのが、MarkLogicのコンシューマー360ソリューションです。

小売/消費財企業にとって重要な理由

小売/消費財企業において、競争で優位に立つ(あるいは生き残る)ためには、お客さまの360度ビュー(全体像)を作り出し、これを維持/管理することが欠かせません。その主な利点は、以下のとおりです。

収益の増大

- ・ 顧客のライフサイクル全体にわたって、顧客とのやりとりを特定して管理する(生涯価値の向上)。たとえば、どのような製品を購入するのかは、大学生、子供を持つ若い親、子供が独立した夫婦、退職者によって異なります。顧客を正しく特定し、それに合わせたプロモーションを行うことで、売上や契約成立が増加します。
- ・ アップセルおよびクロスセルソリューション。単純な話ですが、商品を1つしか購入しない人はほとんどいません。このため、例えば夕食の買い物をしている人にレシピ本を勧めることができます。また、テレビに加えて、エンターテインメントシステムの購入を勧めます。この場合、サウンドシステムやケーブル、DVDプレーヤー、サービスパッケージ、さらには設置サービスまで販売できるでしょう。提供可能な商品全体と顧客ニーズに基づいて細かく対応することで、販売量をさらに増やすことができます。

コストの削減

- ・ 脱落率を低下させる。ウェブサイトや実店舗において、検索、お勧め、情報が適切ではないために顧客が購入まで至らないことがあります。購入の取りやめを減らすためには、顧客のニーズに合わせて有用な情報をユーザーフレンドリーに提供することが必要です。

コスト削減と顧客満足度

- ・ カスタマーサービスを改善する。販売担当にあらゆる関連情報を提供することで、顧客の要求やクレームに的確かつ速やかに対処できます。これにより、顧客の競合への流出を防ぐことができます。

コンシューマー360ソリューションの実現が困難な理由

一般的な小売業者では、顧客データが数十箇所に分散して保存されています。このため、これを統合して分析し知見を得るためには、数十人のビジネスアナリストが必要です。これは手作業で、非常に困難です。各人の知性や経験、労力に依存し、また正確ではない場合も珍しくないからです。

また今日のビッグデータ環境では、有用なデータソースの多くは外部に存在し、データも非構造化データです(デジタルデータ、ソーシャルデータ、顧客調査、パネル調査、コールセンターデータ、競合他社のデータ、人口統計データなど)。また、あるチャネルのロイヤルティデータ(ECコマースやオンラインのデータなど)が、実店舗のポイントカードやクレジットカードのデータと統合されていない場合があります。

残念ながら、現在ほとんどの小売業者の業務は、リレーショナルデータベース管理システム(RDBMS)という古くからのシステムに基づいています。また検索エンジンの技術もデータ統合の課題に十分対応できません。どちらの技術も、構造が複数存在するデータの統合には適していないのです。RDBMSでは固定的で事前定義されたデータベース設計(スキーマ)を使用するため、大量の作業が必要です。

顧客の全体像を理解するには、こういった複数のデータソースの顧客データをITアーキテクトが統合/統一する必要があります。この場合、社内慣習、ブランドおよびマーケティンググループの関係者、詳細な業務プロセスに悪影響を与えることは許されません。また統一のための技術は、多大なETL作業なしに、既存のシステムとデータソースをシームレスに統合できるものでなければなりません。

ソリューション

これを実現するのが、MarkLogic®のエンタープライズNoSQLデータベースプラットフォームです。世界的な企業は、組織内に散在する非構造化あるいは複数構造の顧客関連データを一元的に表示するアクティブな検索システムを、MarkLogicで実現しています。MarkLogicをベースとしたコンシューマー360ソリューションでは、マスター顧客インデックス、検索、発見、分析、更新、エンリッチメント、正規化、変換、配信、ロールベースのセキュリティなどのデータサービスを提供します。

組織全体に散在する顧客データを統合するには、分散するサイロから既存データアセットのメタデータを取得します。さまざまな形式のデータ(PDF、Wordドキュメント、スキャン画像およびデジタル画像、SQLテーブルなど)を、一元化された検索システムに取り込みます。しかし、構造が多様な異種混合のメタデータ形式を効率的に統一するのは困難です。

MarkLogicは、このような課題に対処できるように設計されています。優れたデータベース管理システム、アプリケーションサーバー、検索エンジン、そして柔軟なロールベースセキュリティといった機能を併せ持っています。このアーキテクチャをXML/JSONベースの規格と親和性の高いオープンデータモデルと組み合わせることで、サイロ化されたインフラストラクチャ全体を見渡せる、ロールベースセキュリティに基づく顧客の全体像を提供します。

MarkLogicでは新しいデータソースをすぐに利用できるため、アジャイル性が実現されます。RDBMSソリューションのようにコストのかかる再設計をしなくても、あらゆるデータ変更に対応できます。あらゆる構造が動的に捕捉されるため、洗練されたクエリを確実に実行できます。MarkLogicは、優れたパフォーマンス、コモディティハードウェアによるほぼリニアな拡張性、管理労力の軽減を実現します。また標準化されたAPIを使用するため、データの包括的なビューの実装や維持の総所有コストを削減します。通常、MarkLogicソリューションの開発期間はわずか数週間、迅速かつ段階的に新しい価値をもたらします。

MarkLogicはACID完全準拠のエンタープライズNoSQLデータベースであり、メタデータだけでなく、さまざまな構造のミッションクリティカルなビッグデータの読み込みや管理に使用できます。レガシーシステムの維持にコストがかかりすぎる場合は、データをMarkLogicに統合し、安全に管理および分析することもできます。



まとめ

小売業向けのMarkLogicコンシューマー360ソリューションには、以下のようにビジネス上の大きなメリットがあります。

- あらゆる消費者関連データの「360度ビュー」(全体像)を提供します。これは、収益増大や運営改善を目的としたあらゆる消費者分析の基礎となります。
- データベースならびに検索/発見機能により、消費者データの調査と分析を実現します。
- 新しいアプリケーションの迅速な構築と変更を実現します。あらゆる消費者データを活用し、ビジネスに最大のメリットをもたらします。

MarkLogicについて

MarkLogicは10年以上もの間、世界中の企業や組織の革新的な情報アプリケーションに採用されてきました。MarkLogicは、分断されたデータの統合における世界的なエキスパートです。オペレーショナルでありトランザクショナルな、基幹業務に対応したエンタープライズNoSQLデータベースのプラットフォームとして、お客様のデータを統合して360度、あらゆる視点からデータを使うことができる次世代アプリケーションの構築を支援します。MarkLogicの社は米国シリコンバレーにあり、その他のオフィスは米国、欧州、アジア、オーストラリアに展開しています。日本では東京渋谷にマークロジック株式会社を設立しています。MarkLogicに関するさらに詳しい情報は jp.marklogic.com をご覧ください。

© 2016 MARKLOGIC CORPORATION. ALL RIGHTS RESERVED. このテクノロジーは米国特許番号7,127,469B2、米国特許番号7,171,404B2、米国特許番号7,756,858 B2、および米国特許番号7,962,474 B2で保護されています。MarkLogicは米国およびその他の国におけるMarkLogic Corporationの商標または登録商標です。ここに記載されているその他すべての商標または登録商標は各社の所有物です。

マークロジック株式会社 MARKLOGIC K.K. 150-0043 東京都渋谷区道玄坂 1-12-1 渋谷マークシティウエスト 22 階
+81 3 4360 5354 | jp.marklogic.com | MarkLogic-JP@marklogic.com