

# PUMA社が一元的な商品情報管理の実現で競争優位性を獲得



「Informatica MDM – Product 360により、高品質かつ豊富な商品情報、優れたワークフロー、およびデータ管理プロセスを獲得できました。その結果、デジタルトランスフォーメーションを大幅に簡素化し推進する事が出来ています」

- Heike Zenkel氏、PUMA社 グローバルeコマース部門 コンテンツ管理チーム責任者

PUMA社は世界有数の知名度と歴史を誇るスポーツブランドです。超大物ミュージシャンのリアーナやオリンピック短距離走者のウサイン・ボルトなどとの注目度の高いコラボレーションを通じ、同社のシューズ、アパレル、アクセサリはかつてないほどの人気を集めています。

PUMA社はシーズンごとに数千点もの商品を開発し、卸売パートナー、eコマース、小売店を通じて120か国で販売しています。これだけ大規模な世界展開を行うPUMA社ですが、成長の原動力となっているのは、各地域のマネージャーやチームが現地で個別に進めるプロジェクトによるものでした。その結果商品情報は、サイロ化された多数のシステムで管理されていました。eコマースシステムに入力される商品情報は複数の異なるソースに分散していたため、商品の提示方法や販売方法に一貫性がありませんでした。

## 商品情報の統一

PUMA社は世界最速のアスリートに向けて商品を開発しています。製品開発期間の遅れは許されません。PUMA社グローバルeコマース部門コンテンツ管理

チーム責任者のHeike Zenkel氏は次のように述べています。「12週間ごとに新商品を投入する当社にとって、スピード、俊敏性、製品開発期間は極めて重要です。利益率が低下する前に迅速に行動しなければなりません」

すべてのチャネルで正確な商品情報を取得、管理、公開するための標準化された方法がなかったため、業務の生産性が低下して、データ管理コストが増加していました。その結果、必要な俊敏性を獲得することが困難になりました。「地域間の連携不足により、商品画像の作成、特徴の紹介、マーケティング文書の作成などにおいて、作業の重複が発生していました」とZenkel氏は述べます。

ブランドの一貫性を高めて、お客様の購買体験を統一するために、PUMA社は一元化されたeコマースチームを立ち上げ、マスターデータ/コンテンツ管理のための中核となる研究拠点を設立しました。そこで、豊富な商品情報をすべての販売チャネル（オンライン、モバイル、小売、カタログ、B2B購買、店舗POSシステム）に配信するためのエンドツーエンドのマスターデータ管理（MDM）システムが必要になりました。



### ビジネスニーズ：

- eコマースをグローバル展開するための、信頼できる唯一の商品情報ビューを獲得
- すべての地域、チャネル、タッチポイントで顧客体験を統一
- 12週間という短い商品ライフサイクルをサポート

### データに関する課題：

- サイロ化された複数のシステムに格納されている商品データを一元化
- 商品データ品質の一貫性を維持して、データガバナンスを実施
- 商品情報をSalesforce Commerce Cloudにエクスポート

### 解決策：

- Informatica MDM – Product 360により、一貫性のある豊富な商品情報をグローバルに配信して、適切な商品情報管理を達成。

### 導入効果：

- 俊敏性の向上と製品開発期間の短縮により、9か月で売上が10%増加
- 顧客転換率が最大20%向上
- 業務生産性の向上とデータ管理コストの削減が実現
- 2年以内でROI目標を達成

### ソリューションの内容：

- Informatica MDM – Product 360
- Informatica Data Quality
- ビジネスプロセスマネジメント（BPM）
- 認定Salesforce Commerce Cloud Accelerator

## データ主導のデジタルトランスフォーメーション

PUMA社はInformatica MDM – Product 360を導入することで、中央リポジトリと信頼できる唯一の商品情報を獲得する事ができました。このソリューションには、Informatica Data Quality およびBusiness Process Management も含まれているため、信頼できるデータを獲得して、プロセスを自動化することもできます。MDM – Product 360の認定Salesforce Commerce Cloud Acceleratorを使用することで、PUMA社はeコマースシステムに高品質の商品データを簡単に入力できるようになりました。

世界および現地の市場要件を考慮しながら、より効果的に商品情報を管理して、複雑なデータを処理し、言語の壁を克服できる環境を業務担当者に提供することで、PUMA社は売上増加のための基盤を整備しました。

「Informatica MDMにより、高品質かつ豊富な商品情報、優れたワークフロー、およびデータ管理プロセスを獲得できました。その結果、デジタルトランスフォーメーションを大幅に簡素化して推進できます」とHeike Zenkel氏は述べます。

## 業務効率の向上、コストの削減

MDM – Product 360は役割ベースのワークフローに基づいているため、業務担当者が簡単、迅速、正確に商品情報を入力および更新できます。商品のグローバルビューまたは地域ビューを選択したり、小売価格または卸売価格を表示したり、各言語で商品説明を統一したりできます。社内外のビジネスパートナー（サプライヤーや代理店など）とのコラボレーションも向上します。デジタルメディア資産を作成するための業務プロセスを自動化し業務効率を高めることで、PUMA社は、コストを削減しながら、eコマースサイトをより迅速に更新することが可能になりました。

## eコマースの成長を促進

MDM – Product 360は、PUMA社のeコマース戦略を支えています。すべての商品情報を一元管理しているため、カタログを他のeコマースプラットフォームや市場と容易に統合して、販売機会を拡大できます。

「インフォマティカのソリューションに投資してから2年以内にROI目標を達成できました。このソリューションにより、オンラインのトラフィックと売上が大幅に向上しました」とHeike Zenkel氏は述べます。

「MDM – Product 360を導入したことで、顧客転換率を10~20%高めて、今後見込まれているeコマースでの国際売上の急成長に備えることができます」

## PUMA社について

PUMA SE社（本社：ドイツ、ヘルツォーゲンアウラハ）は、運動用/カジュアル用のシューズ、アパレル、アクセサリの製造と販売を行うスポーツ用品会社です。65年以上にわたって、世界最速のアスリートに向けて商品を製造しています。全世界の従業員数は13,000人以上に及びます。



デジタルトランスフォーメーションによって世界が変化しています。エンタープライズクラウドデータ管理のリーダーであるインフォマティカは、時代をインテリジェントにリードする企業を万全の態勢でサポートすると共に、俊敏性を高め、新たな成長機会を実現するだけでなく、新たなモノを生み出すことさえ可能にする将来への洞察力を提供します。インフォマティカは、企業がこれからのインテリジェントな破壊的イノベーションを推進できるよう、当社が提供するあらゆるサービスを通じてデータの力を継続的に引き出すことを支援します。

〒105-6226 東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー26階 電話：03-6403-7600(代表) FAX：03-3433-1021  
[www.informatica.com/jp](http://www.informatica.com/jp) [linkedin.com/company/informatica](https://www.linkedin.com/company/informatica) [twitter.com/Informatica](https://twitter.com/Informatica)

© 2018 Informatica LLC. All rights reserved. Informatica®およびPut potential to work™は、米国およびその他の国におけるインフォマティカの商標または登録商標です。その他全ての企業名および製品名は、各社が所有する商号または商標です。