

# 消費者体験を差別化する プライバシー重視の パーソナライゼーション

## メリット

- ・セルフサービスのデータアクセスを通じて生産性を向上
- ・社内データの360度ビューで俊敏性を高める
- ・AIモデルの精度を高めて売上と収益性を大幅アップ
- ・ワークフローを簡素化して業務の生産性を向上
- ・データプライバシーを保護して法規制へのコンプライアンスを確保

## Informatica Intelligent Data Management Cloudでデジタルトランスフォーメーションを加速する

新型コロナウイルスのパンデミックによる環境の変化を背景に、デジタルに対する消費者の期待は劇的に高まっています。かつては実店舗での購入にこだわっていた顧客も、必要に迫られてデジタル志向の消費者に仲間入りし、あらゆる製品/サービスをオンラインで購入するようになったためです。オンライン購入に移行した消費者は、これまで実店舗で受けてきたのと同レベルのパーソナライズされた購入体験を求めています。

世界がパンデミックからの回復を図っている中、デジタル消費者の感情、行動、意欲、プライバシー嗜好を理解することが、かつてないほど重要となっています。現代の消費者は、プライバシーに対する意識が極めて高いため、プライバシーが重要な差別化要因となっています。消費者は、企業が自身のプライバシーを尊重し、企業に提供したデータを保護することを求めています。マーケティング担当者は、顧客のプライバシーを保護するための対策を講じながら、顧客との有意義なつながりを築くための戦略を立てる必要があります。なぜなら、「パーソナライゼーション」などの基本的なマーケティング活動は、適切に行わなければ評判の失墜や売上低下などのリスクにつながる危険性があるためです。

## マーテック (MarTech) ソリューション

パンデミック後のデジタルデータの爆発的な急増は、デジタル経済の中で競争優位性を維持したい企業に大きな課題をもたらしました。企業には、消費者の要求や市場環境の変化へ迅速に対応して、競争優位性を確保するためのソリューションが不可欠です。信頼できる、完全なデータにアクセスできれば、マーケティング担当者は次のような戦略的イニシアチブに対応できます。

### 顧客傾向/アップセル

- ・購入者の行動を分析することで、顧客の購入/販売傾向を把握し、製品のクロスセル/アップセルを行えます。
- ・関連する顧客プロフィール、製品情報、マーケティングキャンペーン、スクリプトを使用して、顧客との接触時にアップセルを行えます。

### マルチチャネルデータの統合とアナリティクス

- ・消費者がインタラクションに使用する全チャネルのデータを統合し、それに基づいてアナリティクスを実行できます。
- ・統一されたデータとアナリティクスをすべてのタッチポイントに提供することで、シームレスな顧客体験を実現できます。

### パーソナライズしてターゲットを絞ったマーケティング／製品のカスタマイズ

- ・マーケティングのパーソナライゼーションにおけるパターンを観察して、ターゲットセグメントを特定し、それに応じて製品の位置付けを行います。
- ・顧客の支出／取引データに加え、第三者から取得した情報に基づいて、顧客ごとにパーソナライズしたサービスを提供できます。

### 競合環境に関するインテリジェンス

- ・価格やキャンペーンをリアルタイムで調整することで、俊敏性を高めて、売上と収益性を最大化できます。
- ・競合他社の価格やキャンペーンをWeb上で追跡して、過去の価格データと比較し、さらなるインサイトを獲得できます。
- ・位置情報サービスを使用して、地域固有のビジネスインテリジェンスを獲得できます。

### マーテックの課題

デジタルマーケティングを通じて卓越した顧客体験を提供するためには、データの管理、理解、使用に関してマーケティング担当者が直面する以下の課題を解決しなければなりません。

- ・データに基づく、質の高い意思決定を行えない（唯一無二のデータソースを通じてデータのサイロ状態を解消しなければマーケティング担当者の生産性が低下して、消費者に価値を提供できません）。
- ・消費者のパターン、利用チャネル、購入行動の変化を把握できないため、顧客離れが加速。
- ・異種データをリアルタイムに分析できないため、価格とプロモーションを効果的に調整できない。
- ・非効率的なプロセスおよび自動化／最適化の欠如により、運用コストが上昇。
- ・進化する業界規制やコンプライアンスイニシアチブを遵守する必要性。
- ・データプライバシーに対する消費者の不安へ迅速に対応できないため、消費者からの信頼の獲得／管理が困難。
- ・データビューがサイロ化しているため、すべてのタッチポイントで一貫したシームレスな体験を提供できない。
- ・データの整合性と標準化が欠如しているため、データを収益につなげることができない。

### 連携性に優れたデータ戦略

マーケティング担当者が新しい機会を捉えて、迅速に行動し、卓越した顧客体験を提供するためには、包括的かつ堅牢なデータ戦略が必要です。このようなデータ戦略により、複数のデータ機能（ファーストパーティデータの収集機能やサードパーティデータの交換機能など）を連携させて、唯一無二のデータソースを通じてデータのサイロを解消し、品質、信頼性、適時性に優れたデータを活用し、プライバシーに対するニーズを満たすことができます。この戦略には、マーケティング担当者がデータを理解して、データドリブンな企業文化を促進し、データに基づく意思決定を改善するための対策も含める必要があります。また、データアプリケーションや顧客体験（CX）アプリケーションをクラウドに移行して最新化を図り、必要な俊敏性と拡張性を獲得して、応答性を向上させることも重要です。さらに、関連するデータを収集、統合、標準化して、適切なマーケティングシステム／アプリケーションに配信する作業の生産性を高める対策も含める必要があります。

Informatica® Data Management Cloud (IDMC) を使用すれば、このような統合性と連携性に優れたデータ戦略を実現できます。IDMCは、業界初のクラウドネイティブで、AIを搭載した、エンドツーエンドの包括的なデータマネジメントプラットフォームです。インテリジェントな自動データマネジメント機能を通じて、俊敏性の改善、コストの削減、業務生産性の向上を実現できます。

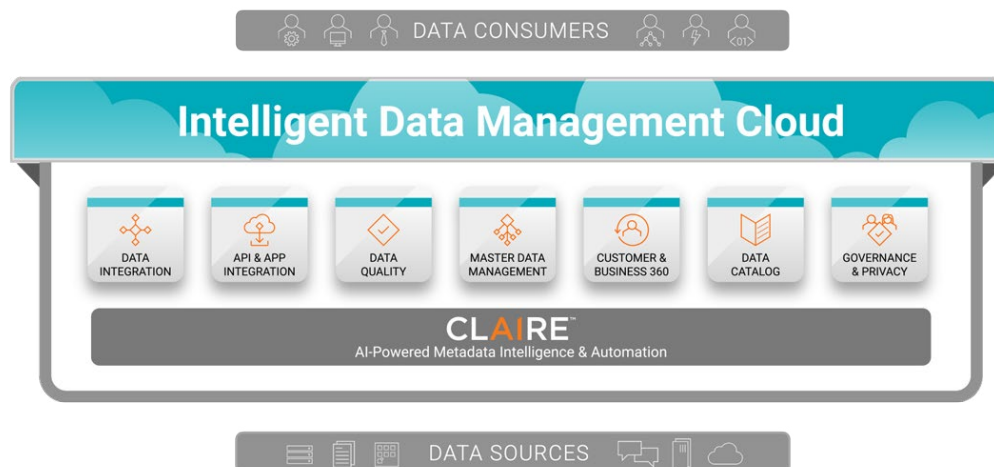


図1: データの価値を最大限に引き出すInformatica Intelligent Data Management Cloud

## マーケティング企業にとってのメリット

インフォマティカのIDMCは、マーケティング担当者にさまざまなメリットをもたらす幅広いインテリジェントなソリューションを提供します。

### Intelligent Customer 360

**エンゲージメントとインタラクションの最適化。**顧客行動データにAI（人工知能）/ML（機械学習）を適用して、属性、購入意欲、ライフイベントを推測することで、次の最適なアクション/提案を特定して、高度にパーソナライズしたインタラクションを提供し、顧客満足度を高めることが可能になります。

**顧客維持率と顧客ロイヤリティの向上。**顧客がストレスを感じている部分を特定し、データに裏打ちされたインサイトに基づいて調整することで、顧客生涯価値（CLV）および収益性（ワレットシェア）の拡大、キャンペーン成功率の向上、顧客離れの抑制を実現できます。

**顧客獲得の改善。**各顧客に対して、どのキャンペーンを実施して、どのようにパーソナライズすべきかについてガイダンスを提供することで、顧客獲得/案件生成/コンバージョン率を改善して、顧客獲得コストを削減し、市場シェアを拡大できます。

### Intelligent Data Integration

**完全なデータビューで、より高速かつ正確な意思決定を促進。**地理的、組織的、技術的に分散している異種データを統合/エンリッチ化して、CRM、顧客データプラットフォーム（CDP）、その他のマーケティングアプリケーションで総合的なデータビューを表示することで、情報に基づく正確な意思決定を促進できます。

### Intelligent Data Governance

**すべてのチャンネルで一貫した顧客体験を提供。**データをクレンジング、標準化、キュレーションすることで、正確性、適時性、品質、信頼性に優れたデータをCXアプリに提供できます。

### Intelligent Data Privacy

**プライバシーに対する消費者のニーズへ先回りの対応。**個人情報を探検、分類、保護（データ主体の権利と同意の管理を含む）することで、データリスクを管理して、規制に準拠し、消費者の信頼を獲得できます。

### Intelligent Data Marketplace

**セルフサービスのデータマーケットプレイスを実現。**アナリストは手軽な「ショッピング」体験を通じて信頼できるデータを入手できるため、セルフサービスと価値創出が促進されます。

## インフォマティカについて

デジタルトランスフォーメーションによって我々の期待値が変化しています。より良いサービスを、素早く、便利に、低コストで利用したいという期待が高まっているのです。企業も状況に応じて変化する必要があります。そしてそのヒントは「データ」にあります。

エンタープライズ向けクラウドデータマネジメントで世界をリードするインフォマティカは、俊敏性の向上、新たな成長機会の獲得、新しいソリューションの開発を実現するための洞察を通じて、あらゆる産業や分野の企業がインテリジェントにビジネスをリードできるよう支援します。インフォマティカは、あらゆるデータを徹底的に重視し、企業の成功に必要なとされる汎用性を提供します。

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。

## 導入事例

### SulAmérica社：クラウドの俊敏性を活用しながら保険契約データを統合し、各業務部門のサービスをパーソナライズ

SulAmérica社はブラジル最大の独立系保険会社で、生命保険、健康保険、歯科保険などの保険商品に加え、個人年金や資産運用なども取り扱っています。デジタルトランスフォーメーション（DX）イニシアチブに着手した同社は、インフォマティカとSalesforceのクラウドアプリを使用して成長を促進し、ITコストを削減しています。インフォマティカのソリューションにより、複数のCRMプラットフォームを連結して、全業務部門から取得した信頼できる情報に基づいて、完全かつ単一の顧客ビューを表示できるようになりました。唯一無比の顧客データを活用できるようになったことで、LGPD（ブラジルの個人情報保護法）に準拠しながら、顧客データをアナリティクスやセールスキャンペーンに使用して、マーケティングの有効性を高めたり、新しいキャンペーンを作成したり、顧客サービスを強化したりすることが可能になりました。

### HSB社：顧客体験を強化しながらコスト削減とリスクの軽減を実現

Hartford Steam Boiler Inspection and Insurance Company (HSB)社は、機器故障保険、検査サービス、損失低減、エンジニアリングベースのリスクマネジメントを企業、家庭、農場向けに提供している大手企業です。同社の顧客は保険会社、保険ブローカー、保険代理店、保険契約者です。同社はインフォマティカのソリューションにより、複数のデータドメインを接続して、データサイエンティストに信頼できる情報を提供できるようになりました。その結果、より正確な予測モデルを作成し、質の高いインサイトに基づいて、保険金請求を拒否すべきか、支払うべきか、調査すべきかを判断することが可能になりました。位置データや保険請求データの信頼性と可視性が向上したことで、顧客サービスの向上、コストの削減、リスクエクスポージャーの低減、リスクベースの価格設定の精度向上も実現しました。

### Informatica Intelligent Data Management Cloudがマーケティング担当者をサポート

インフォマティカのIntelligent Data Management Cloudにより、マーケティング担当者はインテリジェントな信頼できるデータにアクセスして、オムニチャネルを活用する現在の顧客に後れを取ることなく、プライバシー要件を遵守しながら、卓越した体験を提供できます。優れた拡張性とパフォーマンスで自動化を実現するクラウドネイティブなアーキテクチャにより、データ量の増加に対応できるだけでなく、重要なキャンペーンやコンテンツを適正なタイミングで適正なチャネルを通じて適正な顧客に提供するなど、リアルタイムの要件にも対応できます。マーケティング担当者は、より多くのデータやインサイトにアクセスして活用できるので、より関連性の高い、パーソナライズした体験を提供して、顧客離れを抑制し、顧客生涯価値を高めることができます。

## 今後のステップ

Informatica Intelligent Data Management Cloudの詳細については、[こちら](#)をご覧ください。



〒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

IN17\_0821\_04197

© Copyright Informatica LLC 2021. Informatica、Informaticaロゴ、およびCLAIREは、米国およびその他の国におけるInformatica LLCの商標または登録商標です。インフォマティカの商標の最新版は、<https://www.informatica.com/jp/trademarks.html>をご覧ください。その他すべての企業名および商品名は、各社が所有する商号または商標です。本文書に記載されている情報は、予告なく変更されることがあり、現状のまま提供され、明示または黙示を問わず一切の保証を伴いません。