

SAS® Customer Intelligence 360

的確で、価値が高く、満足いただけるカスタマー・エクスペリエンスを実現



概要

顧客が商品やサービスを検討する際、企業との最初のタッチポイントとなる可能性が最も高いのはデジタルチャネルです。しかし、高度にパーソナライズされ、一貫性が担保された、画期的なカスタマー・エクスペリエンス（顧客体験）を創出することは、ますます難しい課題となっています。これには、クッキー（cookie）に関する法規制、ポップアップ広告ブロッカー、個人情報保護に対する意識の変化、新たな広告手法、いわゆる「レスポンシブ」なWebページデザインの必要性など、多くの要因が影響しています。その複雑さに拍車をかけているのが顧客の期待です。今日の顧客が企業に期待するのは、自分を理解してくれること、どのチャネルでも一貫した対応が受けられること、自分の期待どおりの有意義でパーソナライズされたオファーを提示してもらえることなのです。こうした期待に貴社は応えられるでしょうか？

顧客が貴社のチャネルでやり取りをする際、いつでも最小限の労力で必要な情報や欲しい商品を見つけ出せるようになるとしたら、いかがでしょうか？ SAS Customer Intelligence 360なら、貴社のブランドを求める顧客が最も頻繁に利用しているデジタルチャネルから詳細な洞察を導き出し、最上のカスタマー・エクスペリエンスを実現することができます。

利点

SAS Customer Intelligence 360を活用することで、ビジネス上の意思決定課題に対して求められる情報をデジタルチャネルから獲得し、最も効果的なアクションを取ることができます。マーケターは顧客について把握した情報を余すところなく活用し、適切にターゲティングおよび個別化された的確なコミュニケーションを全てのタッチポイント横断で実現できます。

真の予測マーケティングを実行することが可能

従来の「マーケティング・クラウド」ソリューションと異なり、SAS Customer Intelligence 360はダイナミックデータ収集テクノロジーを採用しており、個々のチャネルに対し個別のデータ収集を設定する必要がありません。容易に導入し、顧客について収集したデジタルデータから速やかに洞察を導き出すことができます。自社ブランドに特化したデータを収集して洞察に変換できるため、顧客との対話の最中に、顧客に関する意思決定をリアルタイムかつ正確に行うことが可能になります。

こうした環境があれば、マーケターは適切なタイミング、適切な場所、適切なコンテキストなど、全ての要素を個人レベルに掘り下げた上で顧客一人ひとりのニーズを満たせるような施策を展開できます。ソリューションの名称に「360」を冠しているのもそれが理由です。このソリューションは、個々の顧客のカスタマー・ジャーニーを最適化するために必要な全ての情報を総合して完全な顧客像を提供することで、マーケターが一貫したカスタマー・エクスペリエンスの創出と提供に確信をもって取り組めるよう支援します。洞察の完全性と正確性に確信が持てるからこそ、顧客にとっての価値と満足度が高く、ブランドのポリシーやガイドラインにも準拠したメッセージを提供することが可能になるのです。

オンライン／オフライン・データの全チャネルを統合

SAS Customer Intelligence 360が収集するオンラインの顧客データは、オフライン（コールセンター、CRM、POSなど）のデータと簡単に組み合わせることができます。これらのデータは全て、SAS Customer Intelligence 360のデータハブ機能によって統合されます。包括的な情報にもとづき、より情報豊かで価値ある顧客理解を獲得することが可能です。

データハブからの出力は、「Customer Decision Hub（顧客対応の意思決定ハブ）」を通じてアクションに取り込むことができます。このハブは意思決定の頭脳となるSAS独自の機能であり、データとアナリティクスを原動力として、組織全体にわたり顧客中心のプロセスを強化するものです。

結局のところ、顧客のブランドイメージは、利用した全てのチャネルにおける総合的な体験にもとづいて形成されます。そのため、ただ1つのチャネルを通して把握した一面的な顧客像にもとづいてモデル化やマーケティングを行うと、マーケティングに関する意思決定に誤りが生じたり、的確性が低下したりする恐れがあります。

統一された完全な顧客プロフィール

SAS Customer Intelligence 360で収集できるデータは、ページビューやクリック数のようなサイトのデータではありません。ユーザーが何を閲覧し、どのように操作し、どこに移動したかなど、ユーザー単位のデータを全て収集することが可能です。従来のWebアナリティクス製品では、ページクリック・データを集計レベルでのみ維持するため、その状態のデータから個別の顧客像を把握するのは困難でした。

それとは対照的にSAS Customer Intelligence 360では、顧客のオン

ライン行動を詳細かつ総合的に収集し、顧客に関する既存のオフライン・データソース（プロモーション、デモグラフィック／人口動態、購入履歴などにもとづく情報）と関連付けて、総合的な顧客像を提供することができます。ばらばらに管理されていることが多いこうしたデータソースを統合し、一元的に把握することで、顧客の真のニーズについて貴重な洞察が得られます。その後、得られた知見や洞察を適切な方法で活用することにより、より適切なオファー、よりの確なアクティビティ（顧客対応活動）、より効率的なマーケティング・リソースの活用を実現できます。

パーソナライズされたカスタマー・エクスペリエンスをオムニチャネルで一貫して提供

SAS Customer Intelligence 360は、カスタマー・エクスペリエンスに関する洞察にもとづきマーケティング・プログラムを成功に導くために必要となる幅広い機能を包括的に提供します。顧客が企業のWebサイトに残していく豊かな情報（興味関心や、場合によっては人生の大きな転機となる選択まで）を収集し、適切なタイミングで、的確にパーソナライズされたオファーとコンテンツを提供し、カスタマー・エクスペリエンスを飛躍的に改善します。また、顧客の好みに応じたプライバシー取り扱いのポリシーやコンタクトポリシーにも適切に対応することができます。

また、ビジネスルール、予測モデル、多変量テストによる最適化など、あらゆる意思決定支援手法を活用できるため、極めて幅広いオファーの選択肢の中から、リアルタイムで「ひとり」に最適化されたオファーを確実に顧客に提供できるようになります。

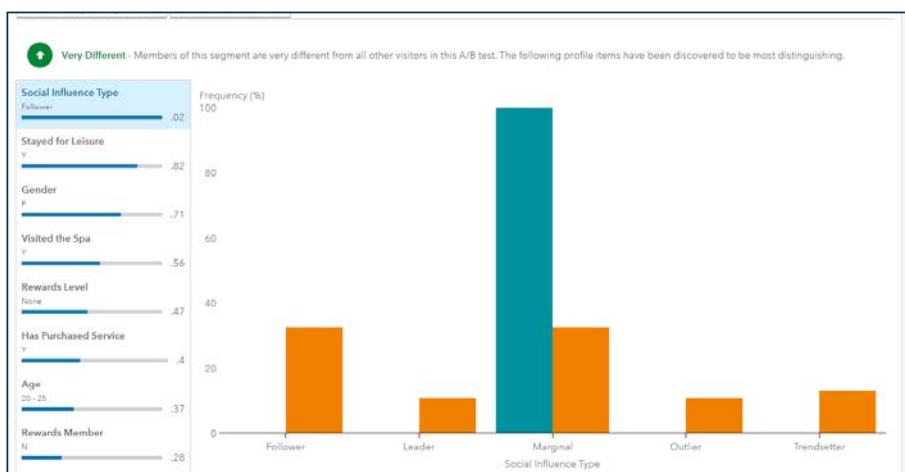
優れた知見・洞察によってマーケティング・パフォーマンスが向上
マーケティング活動のために最新の予測手法を開発できる専門家を社内に抱える余裕のある企業は多くありません。SAS Customer Intelligence 360には、カスタマー・ジャーニーに関する予測を簡単に行えるアナリティクス機能も搭載されています。統計専門家の手を借りなくても、ビジネスに大きな影響を与える要因を探り出し、そうした要因や施策の実施がもたらす結果を予測できます。標準で提供されるゴールシーク分析により、各要因に求められる最適な水準を見極めることも可能です。

マーケティングROIが向上

他のオンライン・アナリティクス製品の多くではフォームやフィールド毎にタギングを行う必要がありますが、SASのソリューションではタギングに大きな手間やコストをかける必要がありません。一行のタグを各Webページに挿入するだけで、リアルタイムのデータ収集が可能になります。Webページのデザインを変更しても、変更箇所はデータ収集の際に自動

的に識別されるので、変更のたびにページを修正する必要はありません。デジタルコンテンツ管理機能も統合されているため、機能間の連携が容易で、マーケティングの実施にかかる期間を短縮できます。

セグメント・プロファイリング（左図）をはじめとするガイド付きのアナリティクス機能により、マーケターはセグメンテーションやアクティビティの実施について、より賢明な選択を行うことができます。



課題

- **オンラインでの顧客との対話に関する理解が不足している**：オンライン・チャンネルにおける顧客とのインタラクションの過程で何が起るかを正確に把握できなければ、真に顧客中心型のデジタル・マーケティング戦略を実現することは不可能です。
- **パーソナライズ機能が欠如している**：従来のソリューションはWeb上でパーソナライズができて、それをオムニチャンネル横断で実行していくことまではできませんでした。このため、顧客の離脱、獲得、離反に関する問題が生じる可能性があります。
- **顧客に関する分析・洞察を活用できない**：従来のWebアナリティクス・ソリューションのレポート機能は複雑でテクノロジー

小規模で開始し、ニーズに応じて徐々に拡大

SAS Customer Intelligence 360では、最初は小規模に導入し、必要に応じて無理のない形で徐々に機能や規模を追加していくことができます。例えば、最初はデータ収集と分析を導入します。次の段階では、オファー、メッセージング、コンテンツをモバイル、Web、電子メールなどのチャンネルに送り出すための機能を追加し、それと並行して、パフォーマンスのテスト、追跡、測定も実施します。また、SAS Customer Intelligenceスイートの他のコンポーネントを統合していくことができ、オンラインとオフラインの統合や、高度なアナリティクスを軸とする全体最適までを幅広くサポートします。

機能

ガイド付きのアナリティクス機能

統計の専門家である必要はありません。各種の使いやすい分析プロセスを標準装備しているため、幅広いユーザーがSASのアナリティクスおよびデータ管理機能を活用できます。こうした統合アナリティクス・ガイド機能（例：セグメンテーションの実行と最適化の適用を自動化する機能）は、真の予測マーケティングの実現を強力に支援します。これらの機能は、マーケティングが顧客に関する洞察を深化させていくために容易に活用することができ、マーケティングの業務のスマート化と効率化に役立つものです。

アクティビティ・マップ

このソリューションを導入することで、アウトバウンドからインバウンドまでのオムニチャンネル横断のキャンペーンを別々に扱う必要がなくなります。カスタマー・エクスペリエンスの進化に伴い、顧客はさまざまなチャンネルやデバイスにまたがって適切なタイミングで状況に即したエンゲージメントが提供されることを期待しています。企業側では、オムニチャンネルを移動する神出鬼没な顧客の行動をリアルタイムで理解し、活用していくことが重要となります。デジタルデータと従来のデータを組み合わせて完全な顧客プロファイルを作成し、クロスチャンネル横断で最適化されたエンゲージメントを実行し、結果のアトリビューション分析を行うことによって、今日の複雑で細分化されたデジタル環境を明晰に理解し、顧客対応を最適化できるようになります。

オープンなデータモデル

全てのオンライン・データを顧客中心のオープンなデータモデルに保持し、より自由度の高いデータ探索や分析が可能となります。また、顧客に関するあらゆるデータをマーケティング業務で活用できるようになります。オンライン・データはビジネス・コンテキストに沿って論理的に構造化さ

志向が強く、主にIT部門のユーザーやWebアナリストを対象としているため、顧客に関する洞察を最も必要としているマーケティングの手に届けることは困難または不可能です。

- **統一された顧客像が存在しない**：チャンネルや部門を横断して顧客情報にアクセスしたり必要な情報を組み合わせたりすることが難しい場合は、顧客像を不完全な形でしか把握できないため、顧客行動を完全に理解および予測することができません。
- **分析・洞察をアクションに生かせない**：デジタルデータを収集・正規化してマーケティング活動に利用する取り組みは、何週間もかかることが珍しくありません。SAS Customer Intelligence 360なら、最初から各機能が統合されているため、この期間を大幅に短縮できます。

れるため、既存の顧客データとの統合が容易で、ITの専門知識を持たない一般ユーザーでもアドホック（非定型）な分析やレポートを素早く作成できます。

データ収集後のコンテキスト分析

このソリューションでは、収集したデータを分析やレポートに適した形式に自動で変換できるため、システム管理者はページデザインが変わるたびに新たなデータ加工ロジックを開発する必要がなくなります。また、構築済みの各種データモデルを用いてその場でデータ分析やレポート作成を容易に実行できるため、複雑なデータ加工処理やレポートの開発のためにIT部門に過度な負担をかけることもありません。

動的なデータ収集

一行のタグを全てのWebページに挿入するだけで、顧客の行動や閲覧履歴、ページの構成要素をロードした順序やタイミング、オブジェクト選択時のマウスの動き、フォームでのキー入力など、そのページに関する情報を自動的に取得できます。この点は、タグgingなどの手法を通じてWebサイトを大幅に修正しなければデータを収集できない従来のWebアナリティクス・ソリューションとは一線を画する明確な利点です。

サードパーティがらみの問題が生じる余地がないため、データの精度が損なわれる心配はありません。また、セキュリティに関する懸念を払拭するため、プライバシー、セキュリティ、データ保護に関しても厳正に管理し、機密データについては業界標準の技術を使って暗号化します。

予測モデル、予測分析、ゴールシーク分析

マーケティングが簡易に実行できる予測分析機能では、デジタル・キャンペーンのKPI（主要業績評価指標）の実態から、将来のKGI（重要目標達成指標）の目標達成確率を予測することができます。また、KGIに影響を及ぼす最も顕著な要因を見つけ出し、結果を分かりやすいレポートで提示することもできます。

ゴールシーク機能は、KGIに影響を及ぼすさまざまな要因について最適な水準を見極めるために役立ちます。そして、こうした高度な統計機能や最適化機能は、プリセットの状態で開催されるため、統計の専門知識がなくても実行でき、カスタマイズも容易です。

匿名ユーザーの行動キャプチャ

個人を特定できない場合も含め、全てのユーザーについて、閲覧中の行動をセキュアな方法で継続的に記録します。ログインなどを経てユーザー

The SAS® Customer Intelligence 360の優位性

- **動的データ収集によって実現する迅速な開発**：Web解析用に膨大なタグgingが必要となる従来のソリューションと異なり、一行のタグを全てのWebページに挿入するだけで動的なデータ収集を行えるため、時間を節約でき、迅速な開発やメンテナンス作業の軽減が実現します。
- **顧客の行動データに関する真のマルチチャネル統合を実現**：オンラインの詳細な顧客行動データを他のオフライン・チャネルの顧客データと組み合わせることができるため、総合的な顧客像を把握し、顧客の行動をより的確に理解し、オファーやキャンペーンの成功率を向上させることができます。
- **真のリアルタイム性を備えたリアルタイム・マーケティング**：顧客についてリアルタイムで収集したデータから得られる洞察と高度な

アナリティクスおよびビジネスロジックを組み合わせることにより、最適なオファーを適切なタイミングで顧客に提供するという、真のリアルタイム性を実現します。

- **ページビューにとどまらない、顧客に関する有意義な洞察**：SAS Customer Intelligence 360では、ページビュー (PV) やコンバージョン (CV) などの基礎集計をはるかに超えたレベルの洞察を提供します。Webサイト上のあらゆる活動を個々の顧客に結び付けて記録し、それをオフラインの既存データと組み合わせることにより、完全な顧客像を把握できます。
- **規模や機能を段階的に広げることが可能**：SAS Customer Intelligence 360では、最初は小規模に始めて自由なペースで機能や規模を拡大し、ソリューションを無理なく成長させることができます。

個人を特定できた場合は、それ以前に匿名で収集した行動情報を自動的にその訪問者に紐付けます。それにより、この機能がない場合に比べ、はるかに情報豊かで的確な顧客プロフィールを構築することができます。

SAS® Customer Intelligence スイートの構成要素として機能
SAS Customer Intelligence 360は、SAS Customer Intelligence スイートの他のソリューションと完全に統合されています。シームレスに構築され、導入後すぐに使える統合環境で、個々の顧客レベルにまで踏み込んだ詳細さで、マーケティング・プログラムを分析および実行することができます。SAS Customer Intelligence 360は、適切にターゲットを絞り込んだマーケティング活動をマルチチャネルで展開するために必要となるツールを完備した統合環境です。どのツールも数回のクリックで容易に利用できます。

コンポーネント

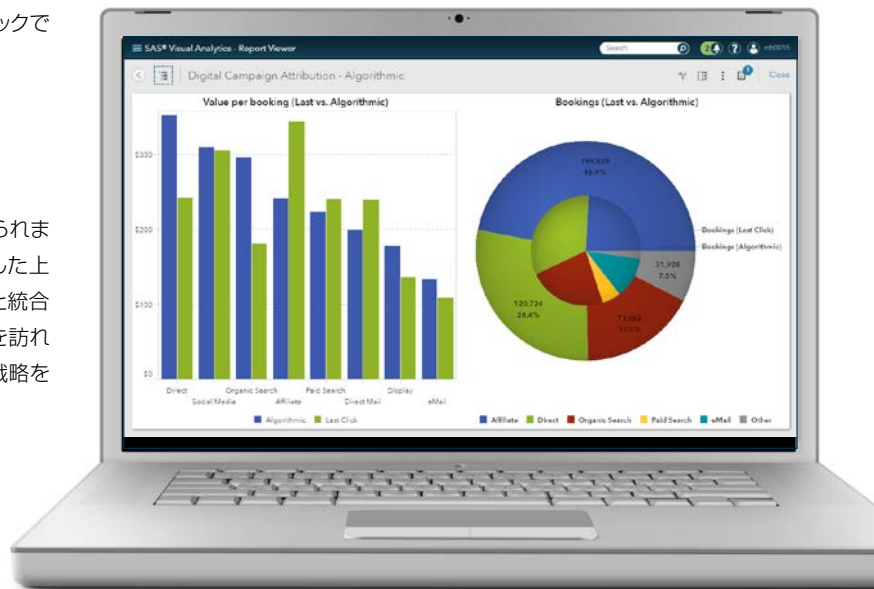
SAS® 360 Discover

SAS 360 Discoverを活用することで、より包括的な顧客像が得られます。顧客の活動を動的に収集して顧客単位の情報・洞察へと変換した上で、その結果を他のチャネルから得られた顧客に関する情報・洞察と統合することができます。SAS 360 Discoverは、自社のWebサイトを訪れる顧客をより的確に理解してモデル化し、効果的なマーケティング戦略を立てるための機能を提供します。

SAS® 360 Engage

電子メール、モバイルアプリ、Webなどのデジタルチャネルで対話や交流をもった顧客に対するターゲティングとオファー提示を効果的に行うことができます。

SAS 360 Engageは、SAS 360 Discoverが収集した洞察や他の分析から得られた洞察を取り込んだ上で、さまざまなデジタルチャネルで顧客対応を実行するための機能を提供します。SAS Customer Intelligenceを既に導入している企業や組織は、SAS 360 Engageを統合済みのアドオンのように利用し、既存の投資を強化することができます。さまざまなベンダーのデジタル・マーケティング製品をつなぎ合わせる必要はありません。SAS 360 Engageを活用すると、マーケターは適切なチャネル/デバイス/タイミングを動的に特定する手段を駆使し、真の顧客エンゲージメントを実現できます。



SAS Institute Japan 株式会社 www.sas.com/jp

jpnsasinfo@sas.com

本社 〒106-6111 東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー 11F
大阪支店 〒530-0004 大阪市北区堂島浜1-4-16 アクア堂島西館 12F

Tel: 03 6434 3000 Fax: 03 6434 3001
Tel: 06 6345 5700 Fax: 06 6345 5655

