

マスターデータ管理を活用して商品情報を効率的に活用するための5つのステップ

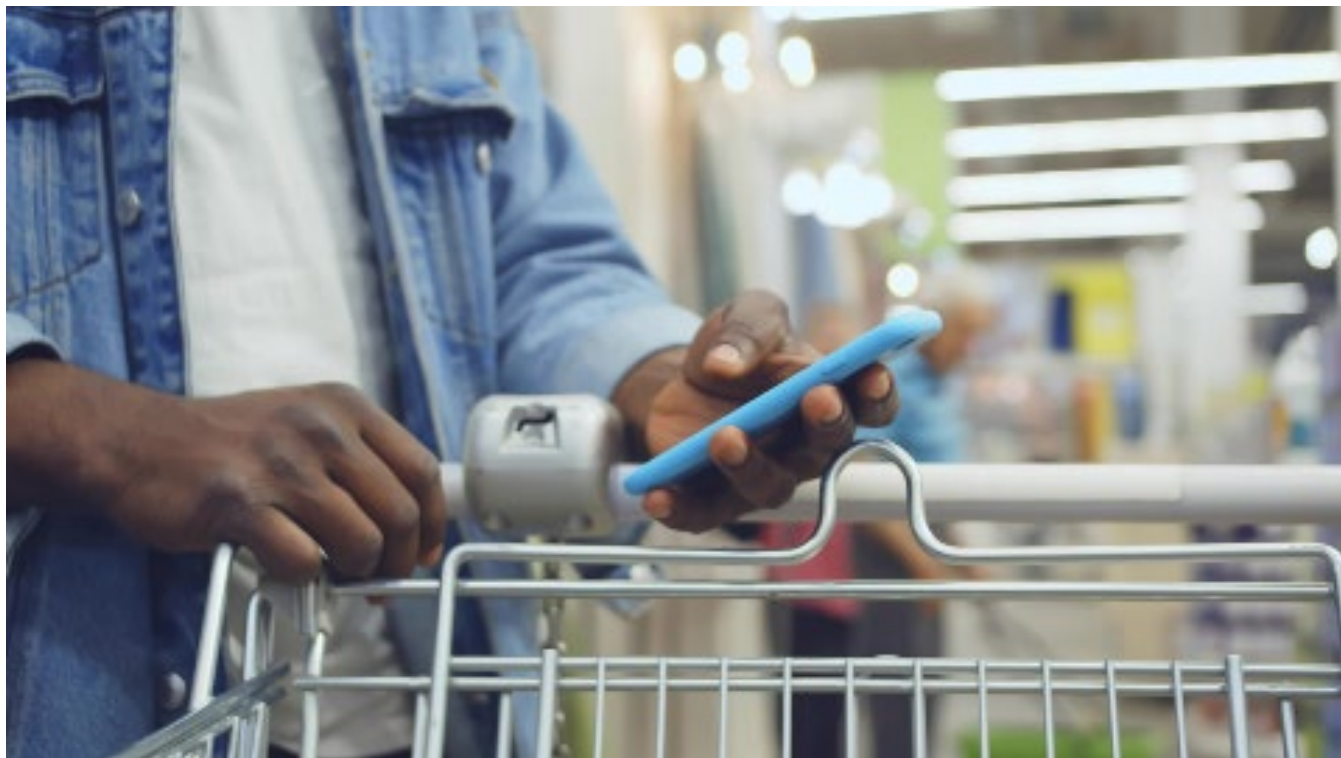
データ主導、顧客中心の時代が到来し、企業はかつてない大規模なデータを抱えながら、ますます増えていく顧客の期待に応えることに苦戦しています。「シーズンレス」なショッピング、オムニチャネル化、規制や優れたエクスペリエンスへの需要の増加などから、プロダクトマネージャーが効率よく商品を管理するにはデータが不可欠になりました。情報を戦略的な資産として活用する企業は、デジタルトランスフォーメーションの時代にも成功を収めることができるでしょう。

マスターデータ管理 (MDM) は、高品質なデータを通して差別化を実現するためのエンタープライズソリューションです。プロダクトマネージャー達は、信頼できる単一の商品情報を構築、管理、共有することで効率よく商品計画を立て、発売までの期間や商品登録プロセスを短縮し、コンプライアンスの強化などができるようになります。また、一貫性のある正確なデータをタ

イミングよく取得することで、顧客の好みに応じてコンテンツをカスタマイズしたり、オンラインショップや店舗でのエクスペリエンスを向上できます。

MDMは拡張性に優れたソリューションであり、手動でデータを入力するコストやサイロ化されたシステムを削減して、非効率的な業務プロセスやレガシーシステム、社内で開発したアプリケーションの効率化を実現します。最適な商品を、最適なタイミングと場所で販売できるため、収益増加とコスト削減を実現し、顧客満足度を向上することができます。

プロダクトマネージャーは、以下の5つのMDMベストプラクティスを実践することで、商品情報を最新の方法で管理し、企業のビジネス価値を高めることができます。



 システムの 連結	1. 一元化されたMDMプラットフォームを活用すると、商品情報の管理に止まらず、将来的に他のデータメインにも拡張することができます。また、MDMを通して商品情報の品質を向上するだけでなく、ERPやCRM、マーケティング自動化システム、Eコマース、POS、倉庫管理システムなどのエンタープライズシステムとも統合できます。すべての情報を統合することで、全システムが単一の情報源を使用できるようになり、エラーが削減され、様々な意思決定をスムーズに行うことができるようになります。一元化されたMDMソリューションを活用すれば、部署間の壁を解消し、業務効率を改善できるのです。
 スムーズな 強力体制の確立	2. MDMは、様々なビジネスユーザーや部署を繋ぎ、データの透明性を実現します。MDMを活用して設計や開発に必要なリソース管理を効率化し、社内外でのスムーズな連携や、職場でのクリエイティビティを促進できます。また、自動化されたタスク割り当て/再割り当て機能などの高度な協働ツールを通して、商品開発関係者の協働をスムーズに効率化できます。その結果、部署横断的な協働体制ができ、様々な並行作業や、リアルタイムで商品情報を取得することが可能になるのです。商品、マーケティング、営業、パートナー、カスタマーサポートなどの各部門が単一の情報源を通して連携を重ねながら作業を進行すれば、生産性が向上し、Time to Value (成果が出るまでの時間)を短縮できます。
 ガバナンスの 強化	3. 単一の情報源(ゴールデンレコード)を構築し、顧客とのすべての接点で大きなビジネス成果を上げるためには、適切なデータガバナンスが必要です。MDMなら、組織全体のデータ活用や共有の方針を規定する高度なデータモデリング、役割、ワークフロー・ルーチン、ビジネスルール、業務管理を通して、効率的に商品情報を取得、管理することができます。MDMは、標準的な商品属性、分類、レファレンスに加え、ルールベースの商品分類機能、サプライチェーン・パッケージング機能、階層管理機能など、信頼性の高いデータの生成を実現するための様々なモデリング&ガバナンス機能を備えています。データ、事業、顧客に重大な影響を与えるポリシーや様々な相関関係を管理し、ガバナンスを強化できるのです。
 データ シンジケーションの 向上	4. デジタルシェルフの更新には終わりがありません。タイミングを含め、データ品質を維持するのは至難の業です。商品情報の管理だけでなく、商品情報の流通にも配慮する必要があります。商品データ・シンジケーションを活用すれば、新規チャネルを実装する手間や時間を削減できるだけでなく、データ品質に関するニーズの変化にそつなく対応し、商品を市場に投入するまでの期間を短縮できます。商品情報の限定された項目を単一ビューにまとめてステークホルダーに表示したり、ERP、Eコマースシステム、CRM、小売業者、データプールなどの外部システムに合わせてデータをマッピングすることも可能になるのです。データ要件やルールに変更が生じた場合は、ステークホルダーに通知が送信されます。
 グローバルな 思考	5. デジタルシェルフは海外市場における存在感を強化します。オンライン化やマルチチャネル化は、新規市場に参入したり、新しい顧客層を開拓するチャンスにもなります。ほとんどのローカル企業や地域に根ざした企業は、商品情報を多言語に翻訳したり、それぞれの文化に最適なパッケージを作成したり、プロモーションを実施するのに苦戦しています。様々なチャネルで一貫性のある商品情報を提供する方法を模索しているのです。MDMの統合翻訳管理機能を活用すれば、大手翻訳サービスプロバイダーが提供する機能やコンテンツ制作ツールを使用して、地域毎にコンテンツを最適化できます。多言語による商品情報を用意できれば、グローバルに考えつつ、地元に根ざしたコミュニケーションが可能になります。その結果、新規市場での収益増加を実現し、その過程でブランド認知度を確立、向上できるのです。

Stibo Systemsは、世界中の様々な業種のクライアント様の成功を後押ししてきた実績を持つ、マルチドメインMDMにおけるイノベーターです。商品情報とコンテンツを通じて競争力を高める方法についての詳細は、[stibosystems.com/ja/](https://www.stibosystems.com/ja/)をご覧ください。

Stibo Systemsについて

Stibo Systemsは信頼できるMDMを提供する、マスターデータマネジメント会社です。世界中の先進的な企業がマスターデータの戦略的価値を最大限に活用し、顧客体験の向上・イノベーションと成長の促進・デジタルトランスフォーメーションの推進を行うための基盤構築に不可欠な原動力となっています。当社は、企業が必要とする「透明性」、すなわち一元化された正確なマスターデータを提供することで、十分な情報に基づいた意思決定と、あらゆるビジネス上の目標達成をお手伝いします。Stibo Systemsは、1794年に設立されたStibo A/Sグループの非公開会社で、デンマークのオフィスを本社を置いています。詳細については <https://www.stibosystems.com/ja/> をご覧ください。