

コンテンツの競争力を高める5つのステップ

Amazonなどの大手を中心とするデジタルコマースの時代が到来し、顧客は商品やサービスを購入する前に、店舗、ウェブサイト、モバイルアプリなどを通して優れたコンテンツを得られることを期待しています。企業は商品・サービスに関する情報を提供すると同時に、消費者とサプライヤーを直接結ぶ販売チャネルを構築し、貴社やパートナーの商品・サービスを消費者が直販で購入できる体制を確立する必要があります。

現代の競争を制することができるかは、コンテンツがコマースを左右することに気付けるかどうかにかかっています。ブランドは、顧客が最も信頼を寄せる情報源となることを目指し、優れた商品情報を提供しなくてはなりません。顧客がそれを求めているからです。自社の保有データか、サプライヤーからの情報かに関わらず、新商品 (SKU) に関する

正確で詳細な情報を提供する必要があります。貴社は顧客に対し、競合との差別化を明確に打ち出すための優れたオンラインコンテンツを提供していますか？新規サプライヤーの登録プロセスにおいて、商品情報のデータ・シンジケーションを上手に活用しているでしょうか？

マスターデータ管理 (MDM) は、厳しいオンライン消費者にいかにより高品質のコンテンツを提供するかを模索している小売企業、製造メーカー、サプライヤーに最適な拡張性に優れたソリューションです。

以下の5つのステップを繰り返せば、優れた商品情報を提供し、優れたシームレスなエクスペリエンスを実現できるようになります。



1 オーディエンス

を把握する確かな商品情報を提供するには、対象オーディエンスについての理解を深め、最適なデータセット、チャネル、フォーマット形式を確立する必要があります。例えば、海外の顧客に対するローカリゼーション戦略の策定などです。MDMを活用すれば、顧客情報を集約し、タイミングよく正確な顧客の全体像 (360°顧客ビュー) を取得することができます。また、オーディエンスを把握する際には、消費者 (顧客) だけでなく、製造メーカー、サプライヤー、流通業者も含めます。各ステークホルダーが所有/入力するデータ、他から必要なデータを把握すれば、データの生成/クレンジング/エンリッチメント/補充をどのように行えばいいかを特定することができます。



2 データエンリッチメントの実行

オーディエンス (顧客/ステークホルダー) を把握したあとは、様々なデータ活用の可能性が見えてくるでしょう。MDMを活用して、複数のシステムに様々なフォーマットで格納されているデータを集約、標準化した後に、データクレンジングとデータ認証を行えば、データエンリッチメントの基盤となる単一の情報源を構築できます。単一のリポジトリにデータを集約してから、データエンリッチメント (属性・説明、文書などのデータ関連項目を追加していくこと) を実行し、マーケティングや営業、在庫、リソース計画、カスタマーサービスなどの様々な業務目的に使用できる完全なデータレコードを作成するのです。



3 シームレスなデータ・シンジケーション

多くの企業は、複数チャネルでいかに製品データを継続的に共有するかに頭を悩ませています。Stibo Systemsの製品データ・シンジケーション (PDS) ソリューションは、双方向データの収集、フォーマット変換、流通のプロセスを効率化し、事前に定義されたチャネルを通してスムーズな協働を促進します。PDSを活用すれば、データ要件の対応に費やす時間を削減し、新商品の市場投入までの時間を短縮します。製造メーカーや流通業者がデータを簡単に受信、共有できるようになるため、ステークホルダーから消費者まで商品情報を素早く伝えることができます。データサプライチェーンを効率化して、詳細でシームレスな最新情報をもとに、楽しく簡単に商品を選択、購入できるよう、顧客エクスペリエンスを最適化します。



4 アナリティクスの活用

データの集約、クレンジング、入力のためのMDMツールに加え、多くのアナリティクスツールもビジネスに役立ちます。例えば、**Acrolinx**は、SEO、キーワードのタグ付け、画像のランク付けなど、様々なサービスを提供しています。AIベースの言語分析エンジンを使用し、コンテンツのレビューや評価、改善アドバイスを行います。他のコンテンツサービスプロバイダーも、ターゲット層に最適なコンテンツを提供するためのフィードバックを提供する、似たようなサービスを提供しています。第三者の洞察・知見をもとに、マスターデータレコードを修正し、データエンリッチメントを行うことができます。信頼性の高い商品データと、業務プロセスの効率化により、新商品やサービスを迅速に市場に投入できます。



5 評価/レビューの表示

現代のオーディエンスは、貴社が提供する商品情報を鵜呑みにすることはありません。購入を決める前に、他の消費者の感想や体験を確かめます。幸運なことに、サイト訪問者にそうしたコンテンツを簡単に表示できる機能を提供するプロバイダーがいます。**Bizaarvoice**などの企業は、小売業者や製造メーカー向けに、消費者が生成した商品情報（評価/レビュー、消費者の質問&回答、ソーシャルメディアのコメントなど）を活用するための機能を提供しています。カスタマージャーニーの過程で、商品やサービスに関する信頼性の高い第三者レビューを提供するだけでなく、有益な商品おすすめ情報を掲載することで検索トラフィックを増加することもできます。

顧客が求める情報の提供

データ経済の時代における企業の成功は、顧客が求める詳しい情報を提供できるかどうかにかかっています。その期待に応えるためには、オーディエンスを把握し、信頼性の高いマスターデータを構築して、エンリッチメントを実行し、データ・シンジケーションを活用しながら、アナリティクスを応用し、第三者の評価やレビューを活用する必要があります。上記のステップに沿ってコンテンツ制作の基盤を構築すれば、オンラインショップに商品を並べるだけでなく、消費者がリピートしたくなるような優れたエクスペリエンスを実現できるようになるのです。

Stibo Systemsはビジネスファーストのアプローチにより、競争力を高める優れたコンテンツを実現しています。詳しくは、**stibosystems.com**をご覧ください。またEメール (**info@stibosystems.com**) でのお問い合わせも承ります。

About Stibo Systems

Stibo Systems, the master data management company, is the trusted source of MDM solutions based on a unique business-first, people-centric approach. Our solutions are the driving force behind forward-thinking companies around the world that have unlocked the strategic value of their master data; empowering them to improve the customer experience, drive innovation and growth, and create an essential foundation for digital transformation. Stibo Systems is a privately held subsidiary of the Stibo A/S group, founded in 1794, and is headquartered in Aarhus, Denmark. For more information, visit stibosystems.com.