

商品の返品、会員登録の解除など

データ品質に問題あり？ 顧客体験を向上させるデータマネジメント

小売ビジネスにおいて以下のような問題が生じていませんか？

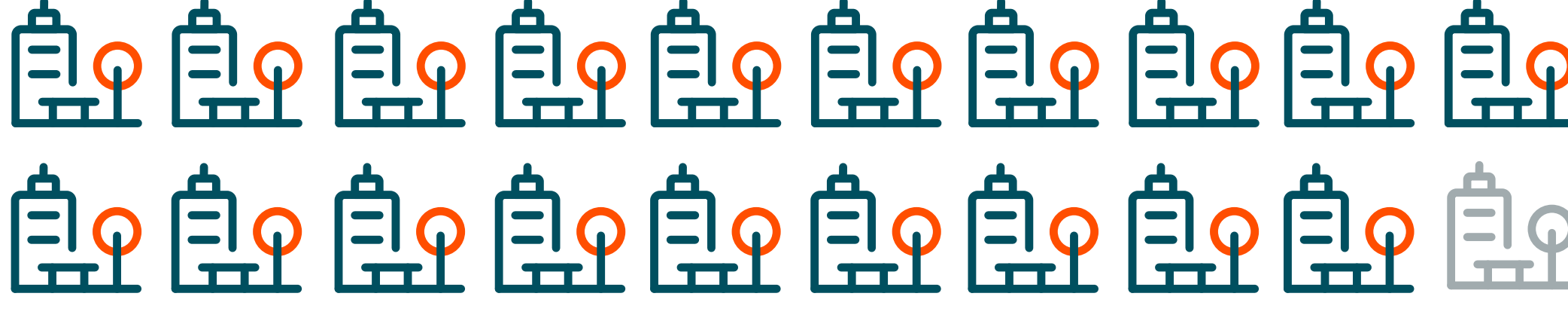


これらに共通する特徴：
貧弱な顧客体験

質の悪い顧客体験の根本原因は、多くの場合、以下に挙げる問題に
起因するデータ品質の低下です。



多くの企業が同じ課題に直面しています



95%の企業が
データ品質の低下が顧客体験 (CX) に影響を及ぼしていると考えています。¹

小売業者にとって、顧客体験は他社との差別化の要因になります。



優れた小売CXに不可欠な強固なデータ基盤は
検索やトランザクションを容易にし、従業員が迅速に顧客中心の
サービスを提供できるようにします。

1 正確で豊富な商品データで返品を回避

推定5,500億ドル
米国で返品のコストに費やされる
コスト²

43%

の消費者が、不十分
な商品説明による不
快な思いを経験³

48%

の購入後に寄せられ
る苦情が、期待を満
たしていない商品に
関連⁴

商品データのオンボーディングを利用して、デジタルチャネルおよび従来の
チャネル全体にわたるデータの正確性と一貫性を実現。

デジタル資産やユースケースを含む詳細な説明の提供が可能で、信頼で
きる唯一の情報源を作成。

検証を含む商品のオンボーディングプロセスを自動化して、
エラーを回避。

サプライチェーン全体にデータの透明性を提供して顧客への情報提
供を改善し、消費者の信頼を確立。

2 360度の顧客ビューに基づく行動で顧客を維持

25%から95%
顧客定着率を5%増加させるこ
とで期待される利益の改善率⁵

5倍

1人の既存顧客の維
持と比較して新規顧
客1人の獲得にかかる
コスト⁶

73%

の顧客が、購入を決定
するうえで顧客体験が
重要であると回答⁷

システム全体や外部ソースからデータを収集し、統合した最も信頼できるデ
ータソースのゴールデンレコードを使用し、包括的な360度の顧客ビューを
作成。

組織全体で顧客データを共有し、タッチポイントにかかわらず統一された
オムニチャネル体験を実現。

顧客が歓迎され、認識されていると感じられるように、カスタマーサポート
やマーケティングメッセージをパーソナライズ。正確な名前やメールアドレス
を挿入するだけでは不十分であり、メッセージもパーソナルであること。

3 データ品質を改善してビジネス を健全化

高品質なデータを利用する小
売業者は、データ検索に費やす
時間が33%減少、データに基づ
いて行動する時間が33%増加⁸

2%

1か月あたりの
データの平均
陳腐化率⁹

25%

多くの重要なシス
テムに含まれる不
正確、もしくは未
更新のデータが占
める率¹⁰

出発点として、データをマッピングし、ビジネス目標を反映した戦略を策定。

規制コンプライアンスに不可欠な責任追跡性やアクセシビリティを含むデ
ータガバナンスポリシーを策定。

データの重複排除およびクレンジングを行い、あらゆる将来的なイニシア
チブに向けて信頼できる基盤を作成。

マルチドメインマスターデータ管理 (MDM) は、これらすべてのニーズや
その他のニーズに応える優れた選択肢です。より高品質のデータを利用
して小売における顧客体験を改善する方法の詳細については、
stibosystems.com/ja/industries/retail をご覧ください。