

■ マルチドメインMDMによりRituals Cosmeticsのグローバル成長と商品の迅速な市場投入を実現

企業名:

Rituals

業種:

小売、消費財

地域:

欧州

ソリューション:

マルチドメインMDM



概要

Rituals Cosmeticsは2000年にRaymond Cloosterman氏によって創設され、アムステルダムに拠点を置いています。

リテール、美容、ライフスタイルを扱うこのブランドは現在、33か国に840店舗以上を展開し、幅広い商品を取り扱っています。しかし、急速なグローバル成長により、一貫性を維持しつつ個々の顧客のニーズを満たすことが困難になっていました。

同社はStibo Systemsのマルチドメインマスターデータ管理(MDM)ソリューションを採用。単一のデータソースを確保し、商品ライフサイクル、品揃え、Eコマース、店頭マーケティングの管理に活用しています。

マルチドメインMDMをあらゆるアセットのデジタルハブとして活用することで、同社は商品、顧客、サプライヤー、パートナー、従業員の間に重要なリンクを構築し、すべてのチャネルで一貫性のある体験を提供できるようになりました。

事業における効果

Ritualsは顧客体験を支える、顧客の360°ビューを得ることができました。

別々のソースシステムからの顧客データを1か所に集約し一元管理することで、信頼できるデータを取得し、商品、プロモーション、サービス体験が、顧客の実際のニーズに基づいて提供されるようになりました。

信頼性の高いデータがもたらすもうひとつの効果として、市場投入への時間の短縮があげられます。Ritualsのビジネス・インフォメーション・マネージャーのMarco Seijdel氏は、「以前は、正しい形式の商品情報を作成するのに数日かかっていましたが、今はわずか数分でできます」と述べています。

課題

以前は、スプレッドシートに加え、統合基幹業務(ERP)システムを幅広く使用することでうまく機能していましたが、事業の拡大が進むにつれて、この二重管理によって顧客データが複数のバージョンで作成されました。これは、顧客体験をよりパーソナライズし続け、一人一人に合った商品やサービスを提供することで価値を高めたいと考える同社にとって課題となっていました。



「各個人のデータを統一することで、情報を分析して顧客のニーズや購入推進要素を包括的に理解したいと考えていました」と、RitualsのMarco Seijdel氏は語っています。

- データが複数の、一貫性のないフォーマットで保存されていた
- 店舗展開目標の達成が持続可能でなくなっていた
- 急成長が、質の高い顧客体験を維持する能力に影響を与えていた

そのため、Ritualsはこの情報のギャップを埋めるべく、Stibo SystemsのマルチドメインMDMソリューションの導入を選択しました。

小規模の企業に適したツールでは、毎月10店舗のペースで新店舗をオープンしている同社には深刻な限界が訪れていました。「私たちの成長を管理することが課題でした。このように大胆な成長目標を達成しようとする推進力は、時に基礎的なプロセスを置き去りにしてしまうことがあります。私たちが成功し続けるためには、顧客データの管理こそが早急に取り組まなくてはならないものでした」と、RitualsのMarco Seijdel氏は述べました。

素晴らしい顧客体験を継続して生み出すには、正確な商品データ、サプライヤーデータ、顧客データが不可欠でした。Ritualsは、すべてのチャンネルでシームレスな体験を提供するには、ビジネスユーザーと社外パートナー、サプライヤー、リセラーが共有できる、一貫性のある最新の情報が必要であることも認識していました。

ソリューション

そのためのソリューションは、商品、顧客、サプライヤー、流通業者、パートナーの間に必要なリンクを構築することでした。

これらの核となるデータ要素をまとめて結び付け、1か所に表示できるようになったことで、Ritualsは、顧客のニーズに関連商品とマッチングしてアップセルとクロスセルを行うことが可能になりました。

サプライヤーデータと商品データを1か所に表示することで、原材料に関する情報の透明性を高めることができ、製品についてこれまでよりも幅広く、包括的な視点を顧客に提供しています。「多くのソフトウェアベンダーが、ERPシステムと併用する似たようなソリューションを提供していますが、それでは私たちに必要な柔軟性は得られなかったでしょう」と、RitualsのMarco Seijdel氏は述べています。

成果

Ritualsは顧客の購買行動やエンゲージメント行動に関する情報をより多く得ることで、販売機会を決して逃すことのないように在庫と納入を計画するための購買パターンを予測できるようになりました。

顧客とその購入との間の相関関係を把握できることで、関連性の高い代替提案や追加提案を行うことができ、商品の平均購入数が増加しています。

「複数のに分断された縦割りのロケーションに保存されたデータに頼っているうちは、効率や効果が限られてしまいます」と、RitualsのMarco Seijdel氏は述べています。

今では顧客データと商品データを包括的に関連付けて把握できているため、Ritualsは現在の成長率を維持できる良好な状態にあります。Seijdel氏は次のようにまとめました。「今日、居場所や使用しているデバイスの種類は問題ではありません。大切なのは正しい情報を1つの形で、リアルタイムに手に入れることです。関連性を保ち、次に何が起こるかを予測するという点において、これはかけがえのない資産であり、私たちの成長目標を今後も高めてくれるでしょう。」

“「ビジネスケースはシンプルでした。顧客により高い価値を提供できれば、顧客はより多くを購入し、ビジネスはさらに成長します。そして、私たちのデータを1つの形でビジネス全体に共有できることが、これを実現させる基盤なのです。」

— Rituals Cosmetics ビジネス・インフォメーション・マネージャー
Marco Seijdel氏



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、デンマークのオーフスに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。