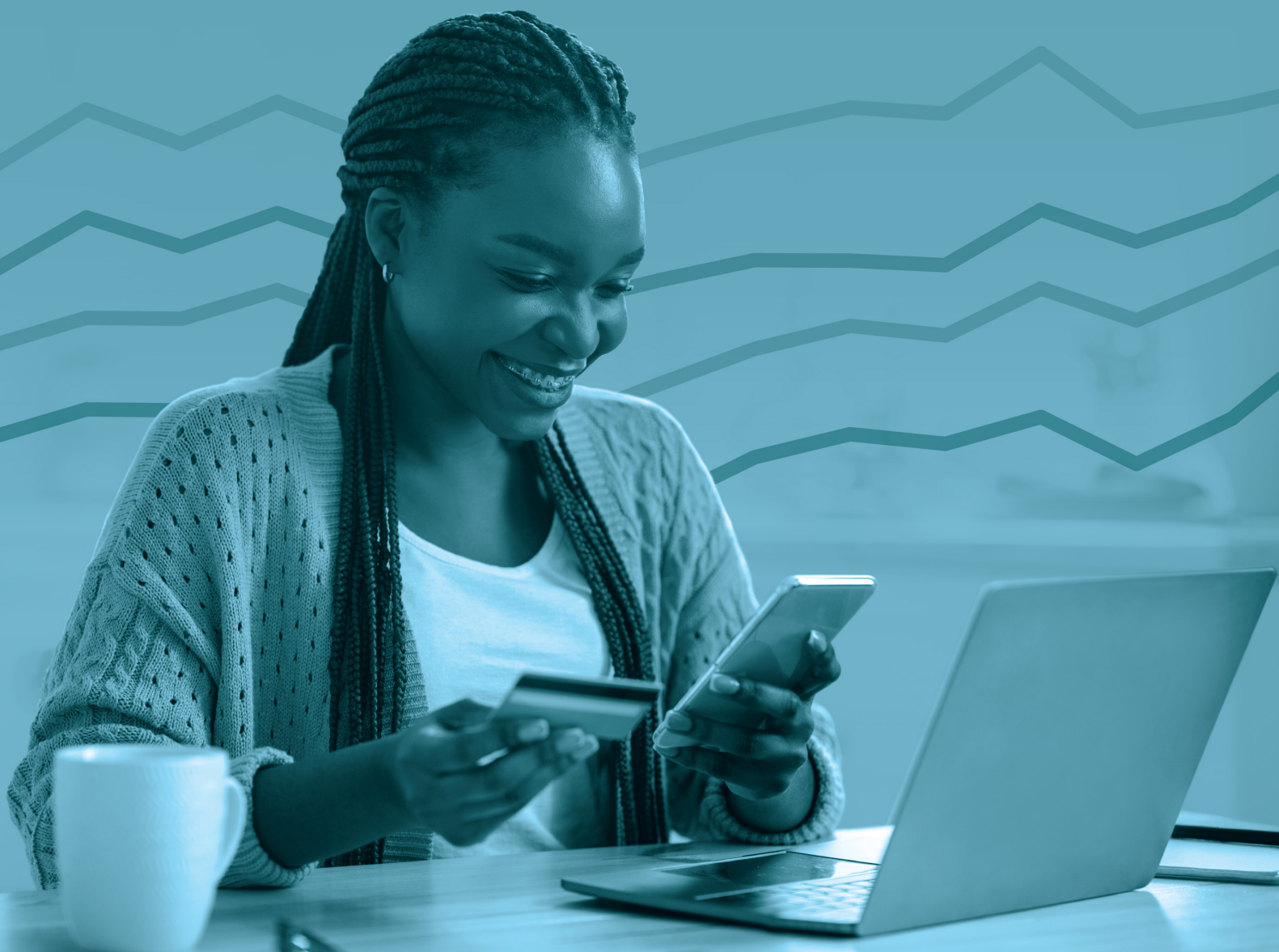




リアルタイムの店舗分析による成功の実現

急速に進化する小売業の世界で需要と供給を管理するには、統合されたクロスチャネルデータをリアルタイムで共有することが不可欠



今日の小売業が抱えている難問

小売企業にとって最優先の考え方である顧客満足度の維持は、決して簡単なことではありません。パンデミックとそれに伴う不況は非常に大きな困難をもたらし、多くのブランドが生き残りに失敗しましたが、こうした混乱は、小売業に新しい時代の到来を告げるものでもありました。消費者がオンラインショッピングと店舗でのショッピングを融合させたハイブリッドスタイルを受け入れたため、機敏な企業はいち早く適応してデジタルチャネルを強化しました。E コマースへの支出は急増しました。

その結果、膨大なデータが生じることになったのです。この新しいオムニチャネルの世界では、従来はオンラインと店舗で分かれていたチャネルが1つのショッピング体験に集約されるため、毎日何十億行ものデータが生み出されます。また、消費者の行動がより複雑になるにつれて、その過程のすべてのタッチポイントで、より多くのデータ、データ型、データソースが生成されています。

しかし、膨大なデータがあり、店舗は日常的にこのデータをサイロで収集しているため、タイムリーな方法や効果的な方法、あるいは連携した方法でデータを活用することができないでいます。小売業者が情報に基づく意思決定を行い、行動を起こすために必要なデータドリブンなインサイトを得るには、手作業による退屈なプロセスが多く、差し迫った質問に対する答えを店舗に提供するのに数時間から数日かかる場合もあります。急速なペースで進む現在の超競争市場において、小売店は豊富なデータを持ちながら、インサイトは貧弱であるというわけにはいきません。

そして、このような混乱にもかかわらず、今日の顧客の間では、シームレスなコネクテッドエクスペリエンスに対する期待が依然として高いのです。革新的な新サービス、充実した品揃え、パーソナライズされたコネクテッドエクスペリエンス、巧みに実行される安全プロトコル、もしくはそのすべてにおいて、こうした期待に応え、あるいはそれを上回ることができる小売企業は、強力な競争優位性を実現することができます。

あらゆる方面からのマージン圧力、供給コストの上昇、ロイヤルティの放棄の広がり、デジタル販売および消費者への直接販売の急増に伴い、小売店は今日の市場の変化と不確実性の荒波を乗り切るためのテクノロジーに注目しています。



出典: 「消費財分野の情勢および進化の求められる B2B と B2C の関係」、Salesforce、2019 年

適切なデータ、適切な人、適切なタイミング

この不安定な新しい小売業界において、重大な疑問が生じています。店舗が適切な運営を行うために必要な情報は、どのように入手すればよいのでしょうか。どのような在庫が必要なのでしょうか。ベンダーは納品できるのでしょうか。各店舗の需要はどの程度なのでしょうか。今日、どの店舗を見ても、小売業者はその答えを見つけるのに苦労していることがわかります。

在庫が大幅に削減されるため、店舗で売上原価を負担せざるを得ないかもしれません。オンラインで期待したことが店舗では実現されない場合、買い物客の体験からつながりが失われます。経営陣は、店舗間の可視性や透明性が低く、地域の需要に対する理解も不足しています。スタッフの配置が十分ではないこともよく見られます。

大多数の小売企業は、店舗レベルでのリアルタイムの詳細なデータや分析機能を利用できず、その影響が数字にも表れています。

つながりが失われ、パーソナライズされていない顧客体験

25% の小売業者が、SKU プロモーションのパフォーマンスの共有は週単位でしか行われていないと報告

非効率的な在庫計画と在庫管理

36% の小売パートナーが、POS トランザクションデータを週単位で共有

サプライチェーンで頻繁に発生する混乱と高いコスト

70% の消費財メーカーが、複数のソースからのデータを統合できないことが最大の課題と回答

変化に迅速に対応できない

47% のブランドは、分析戦略を明確に打ち出していない

出典: <https://risnews.com/ris-cgt-analytics-study-2020>



70%

シームレスな受け渡しや
状況に応じた対応など、
連携されたプロセスがビ
ジネスの成功にとって重
要と回答した顧客

出典: 「データで逆境を乗り越える」(英語)、Tim Denman, Alarice Rajagopal, 2020 年の小売、消費財の分析調査

鍵となるのは、店舗レベルでのリアルタイムインテリジェンス

今日、小売企業は非常に大きな課題に直面しており、革新的な新しいソリューションが求められています。実店舗では、店舗運営のあらゆる側面で信頼できる単一の情報源をリアルタイムに提供できるデータドリブンなインテリジェンスが必要となります。需要予測やサプライチェーン/在庫管理から、すべてのチャンネルでシームレスにつながる顧客体験に対応できるインテリジェンスです。

さらに、このインテリジェンスは、わかりやすいフォーマットで提供される必要があります。全体像を把握するためにデータの大まかな全体像を求める経営者から、月曜日の正午に冷蔵庫にソーダを何本ストックすればよいか知る必要のある店員まで、店舗内の各役割の要件を満たす必要があるためです。役割に応じた最新の情報を手にすることで、誰もがその場で正確な判断を下すことができます。

Tableau の小売インテリジェンスソリューションは、小売業者が今日直面している複雑な課題を解決するために、カスタマイズされた処方的かつ実用的なロードマップを提供します。これはゼロから設計され、リアルタイムの詳細なデータを提供します。そのデータ活用により、店舗は顧客の期待に応え、小売市場を揺さぶる激しい変化の中で成功することができます。

どこからでも規模に応じたアクセスと分析を実現

従来、データは各店舗に保管され、静的なスプレッドシートや PDF の形で、多くの場合は電子メールを通じて共有されてきました。これは時間のかかるプロセスであり、分析に利用する前にデータをまとめる必要があるため、さらに時間がかかります。ようやく使える形式になり、必要な人が利用できるようになったときには、そのデータはもう古くなっています。

マルチクラウドベースの Tableau ソリューションでは、データと分析は、それを必要とする誰もがどこからでも安全かつ即座に利用できるようになってきているため、このプロセスを回避します。ユーザーはデータが届くのを待つのではなく、自ら取りに行くのです。膨大な量のデータを数秒で探索し、数十億行を数分で分析することができるため、パフォーマンスとのトレードオフはありません。

また、アクティビティのピーク時に合わせて、必要に応じて迅速にスケールアップやスケールダウンを行うことができます。このソリューションのモバイル機能により、店舗のスタッフでも、インサイトを確認して即座に対応することができます。リアルタイムのトランザクションと POS レベルのデータをオンデマンドで利用できるため、店舗はよりスマートな意思決定を迅速に行うことができます。



出典: 「コネクテッドカスタマーの最新事情」、Salesforce、第 4 版

詳細なビューにより目標の行動を促進

データを分析して報告することと、データを理解することは別のことです。小売インテリジェンスソリューションは、Tableau と Salesforce および Snowflake との強力なパートナーシップにより、この点で唯一無二のものとなっています。Tableau の データビジュアライゼーション機能、Salesforce のクラウドベースの機能、Snowflake 社のサードパーティデータウェアハウスを活用することで、小売業が現在直面している課題に広範囲に対応することができます。

事例： 全国に店舗を持つ大手小売業者は、適切な商品を適切な店舗にストックすることに苦慮していました。ある地域の店舗では商品が完全に売り切れたのに、別の地域の店舗では同じ商品が余っていることがあります。



出典：「揺るがない優位性：データと分析のリーダーたちはどのように先を歩んできたのか」(英語)、McKinsey 社、2019 年 9 月の調査

この問題は、意思決定者に各地域特有の動向を示すことができるような形で、全地域の店舗の在庫データを集計および分析することができないことに起因していました。

この小売業者は、小売インテリジェンスソリューションのオープンプラットフォームやきめ細かい機能を活用することで、在庫データと各店舗の周辺地域の購買層情報を組み合わせて、地域の購買傾向に関する視覚的に理解しやすい実用的なインサイトに変換することができました。

また、過去の在庫データを分析し、顧客の行動パターンを追跡することで、今後個々の店舗にどのようにサービスを提供するのがベストなのか、予測分析を用いて方向性を示すことができました。こうして新たに明確な情報を得られたことで、すべての顧客をよりよく理解し、それに応じた計画を立てることができるようになりました。



出典:「データで逆境を乗り越える」(英語)、Tim Denman, Alarice Rajagopal, 2020年の小売、消費財の分析調査

バリューチェーン全体の透明性

今日のニューノーマルでは、あらゆる戦略的優位性が重要となります。Tableauの小売インテリジェンスソリューションは、ベンダーから小売企業の役員、マネージャー、現場の店員に至るまで、データを必要とするすべての人が、視覚的に理解可能な最新のデータをすぐに利用できるようにすることで、店舗バリューチェーン全体でリアルタイムの透明性を実現します。

全員が同じ最新データに基づいて業務を行うことで、連携の取れた合理的なオペレーションが可能になります。すべての意思決定にインテリジェンスが反映されれば、利益は増加します。また、あらゆるレベルで顧客を深く理解することで、卓越したカスタマーエクスペリエンスを提供することができます。

現在の難問は、小売業に携わるすべての人に影響を与えていますが、リアルタイムの店舗分析で店舗を支援する小売企業は、店舗のパフォーマンスをエンドツーエンドで向上させるチャンスをつかむことができます。

小売業のための データドリブンなソ リューションに関する 詳細な情報

その他のリソース

[小売インテリジェンスソリューションの詳細](#)

[小売業のための Snowflake](#)

[Salesforce の小売企業向けソリューション](#)

[お問い合わせ](#)

Tableau について



Fortune 500 に含まれる金融サービス企業の 90% 以上がビジネスインテリジェンスプラットフォームとして採用している Tableau は、データ主導でビジネスを進めていくことに注力している組織にとって実証済みのソリューションです。Tableau は、包括的な統合分析プラットフォームを提供し、チームの協同作業を可能にするばかりでなく、機械学習、統計、自然言語、スマートなデータ準備を使用してデータから掘り下げたインサイトを取得することを可能にします。Tableau を選択した保険会社は、トレーニングや認定試験、Tableau Blueprint、熱意溢れる Tableau コミュニティからのインスピレーションやサポートなどの支援リソースを活用できるため、自信を持ってその導入を成功させ、データドリブンなカルチャーを築いていくことができます。



Snowflake 社はデータクラウドを提供しています。このグローバルネットワークでは、何千もの組織がほとんど無制限の規模、並行処理、パフォーマンスでデータを動かしています。データクラウドの内部では、企業はサイロ化したデータを統合し、管理されたデータを容易に発見して安全に共有し、さまざまな分析ワークロードを実行することができます。データの所在地やユーザーの居住地を問わず、同社は複数のパブリッククラウドにまたがる単一かつシームレスなエクスペリエンスを提供します。同社のプラットフォームは、データクラウドを支え、その利用を促進するエンジンであり、データウェアハウス、データレイク、データエンジニアリング、データサイエンス、データアプリケーション開発、データ共有のためのソリューションを構築しています。同社のお客様、パートナー、データプロバイダーは、すでにデータクラウドでビジネスを新たな領域へと広げています。

[Snowflake.com/?lang=ja](https://snowflake.com/?lang=ja)



Salesforce は世界 No.1 の CRM プラットフォームです。マーケティング、営業、サービス、コマース、HR など、企業と顧客のインタラクションすべてを統合します。Salesforce ファミリーの Tableau は、Customer 360 プラットフォーム全体の製品とシームレスに接続するように設計されています。そのため、Tableau を使用して、どのクラウドにある Salesforce データでも他のビジネスデータとブレンドし、顧客の包括的なビューを得ることができます。業務のすべての中心に顧客を据え、顧客が期待するシームレスなエクスペリエンスを実現できます。