

リテールメディアの
ためにつくられた
カスタマーファースト
プラットフォーム



はじめに

リテールメディアの収益化は、グロサリー小売企業のポートフォリオ内でも特に価値が高まっている不可欠な要素になったと言えるでしょう。買物客の行動が変化し、普段のグロサリー買物がECで爆発的に普及した結果、企業の収益性が脅かされています。リテールメディアは、消費財メーカーと広告パートナーになることで収益と売上を拡大し、つながりを強める効果的な方法なのです。データ主導で個別化されたマーケティングキャンペーンは、お客様体験の向上だけではなく、業績の成長を小売企業にもたらします。

ここ数年、ブランド提案として独自の「リテールメディアプラットフォーム」を立ち上げる小売企業が増えているその理由は誰の目にも明らかでしょう。

メディアプラットフォームの内製化により、目の届く管理、より大きな経済的機会、そして企業が掲げるブランドと足並みのそろった施策がもたらすメリットが非常に大きいからです。

一方、高い技術を駆使したリテールメディア提案をゼロから構築するためには多くの費用と時間を必要とし、時に困難をも伴います。また、適切なデータの取扱いと管理がなければ、プラットフォームが生み出すはずの多くの価値が失われてしまうことさえもあります。

この資料では、リテールメディアプラットフォーム構築の成功を阻む課題を取り上げ、小売企業のメディアプラットフォーム提案がその課題に対応するためには、また、死角なき収益性の高い未来のために今すべきことは何かをみなさんと一緒に考えていきます。

小売企業が所有する メディアプラットフォームが 期待する効果を 生み出せない理由

リテールメディアプラットフォームとはそもそも、リテールメディアネットワークの立ち上げと高度化を加速させる比類なき機会を小売企業に提供するものでなくてはなりません。プラットフォームがもたらす抜本的な業務改善により、ブランドパートナーにはよりコラボレーション性の高いクライアント体験を、お客様にはよりつながりのある買物体験を提供するのです。

メディアプラットフォームの導入により、ベースとなるメディア計画ツールが一貫したワークフロー内に統合されます。そして、その統合されたワークフローの背景では、最先端のカスタマーデータサイエンスが精度の高い、個別化されたエンゲージメントを創出するのです。この技術により、すべてのチャンネルをまたいで尚、オーディエンスターゲティング、メディア施策の実施、効果測定が自動的に統一化され、より優れた一貫性のある体験の提供が、売上の成長および収益化機会の拡大を可能にします。

しかしながら、小売企業所有のプラットフォームが必ずしも大きなビジョンを達成し、約束されていた運用効率の向上、優れたパフォーマンスおよび収益の拡大をもたらしているわけではありません。これは、今までのプラットフォーム構築アプローチでは価値を最大に引き出すことが困難になっているからです - **その理由を3つあげていきましょう。**

1

断片化した複雑なメディア環境

リテール技術のエコシステムは、特定のチャンネルとユースケースをサポートする多数のテクノロジーパートナーで構成されており、そのパートナー数は増える一方です。数が増え断片化が進むほど、そもそも相互コミュニケーションが可能な設計になっていない様々なソリューションやツールを統合し運用する必要性が発生します。小売企業は常に統合と運用作業を余儀なくされるため、オンラインや店舗の媒介を使ったマルチチャネルプログラムの実施からどんどん遠のいてしまいます。多くの場合、企業はリテールメディアを効果的に実装するために必要なスキルと人材を自前で持ち合わせていません。スキルと人材不足が運用の最適化への道りを困難にしている要因の一つでもあります。また、サービスとしてのソフトウェアを使用する場合でも、詳細な計画を立てて提案を作成し、将来の変更を折り込むには巨額の先行投資と膨大な開発時間が必要です。



2

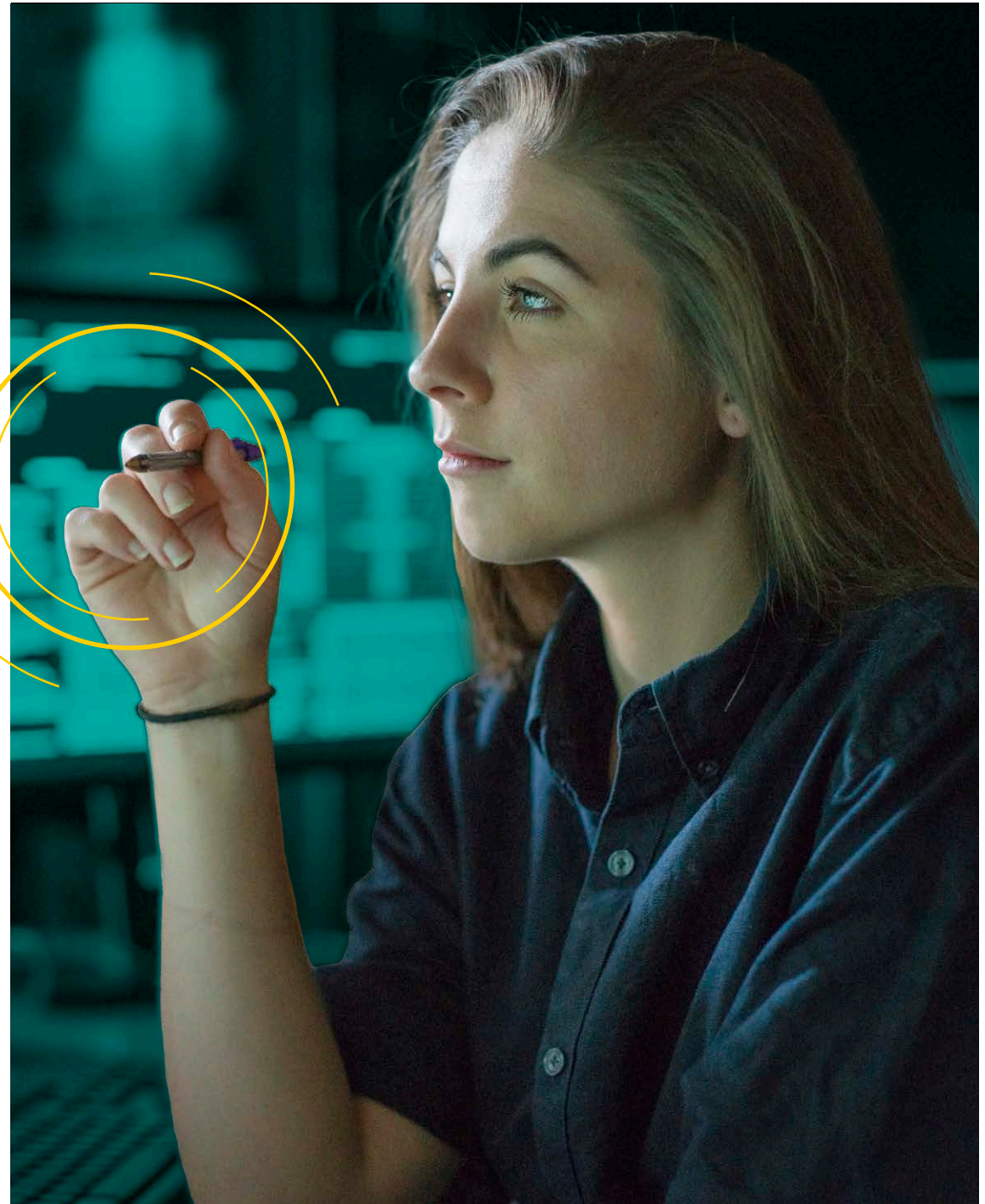
行き場所を失ったデータ価値

サプライヤーと広告代理店にとって、お客様情報を徹底的に分析しキャンペーンの適切なオーディエンスを選出する際、小売企業が持つデータは大変に貴重です。商品ぴったりの買物客をデータから見つけることが出来るためです。既成品のインサイトプラットフォームにももちろんそのような機能は搭載されていますが、必須であるはずの小売企業とサプライヤーのセグメンテーションモデルを備えた製品が希であるため、特定のニーズを満たすオーディエンス選出が困難になっています。さらに、カスタムでオーディエンス選出を行うための支援ツールの多くは非常に複雑でオープンエンドであるため、さらに技術なひと手間を要します。これらの要因がプラットフォームの効率を大幅に低下させ、小売企業が得るはずの価値低減につながっているのです。

3

真の効果測定を困難にしている メディアチャネル間の断絶

オムニチャネルでの広告出稿効果をお客様のライフサイクルセグメント別に設定された目標と結び付けて測定するのは容易ではありません。これは、効果測定がチャネルごとに行われているからです。また、お客様のインタラクションと買物行動を評価するために使われるべき手法と指標はチャネルによって異なります。標準化されておらずバラバラな状態では、業績の比較やリテールメディアがお客様体験に与える長期的な影響の検証に必要なデータのみを選択するのは非常に困難です。



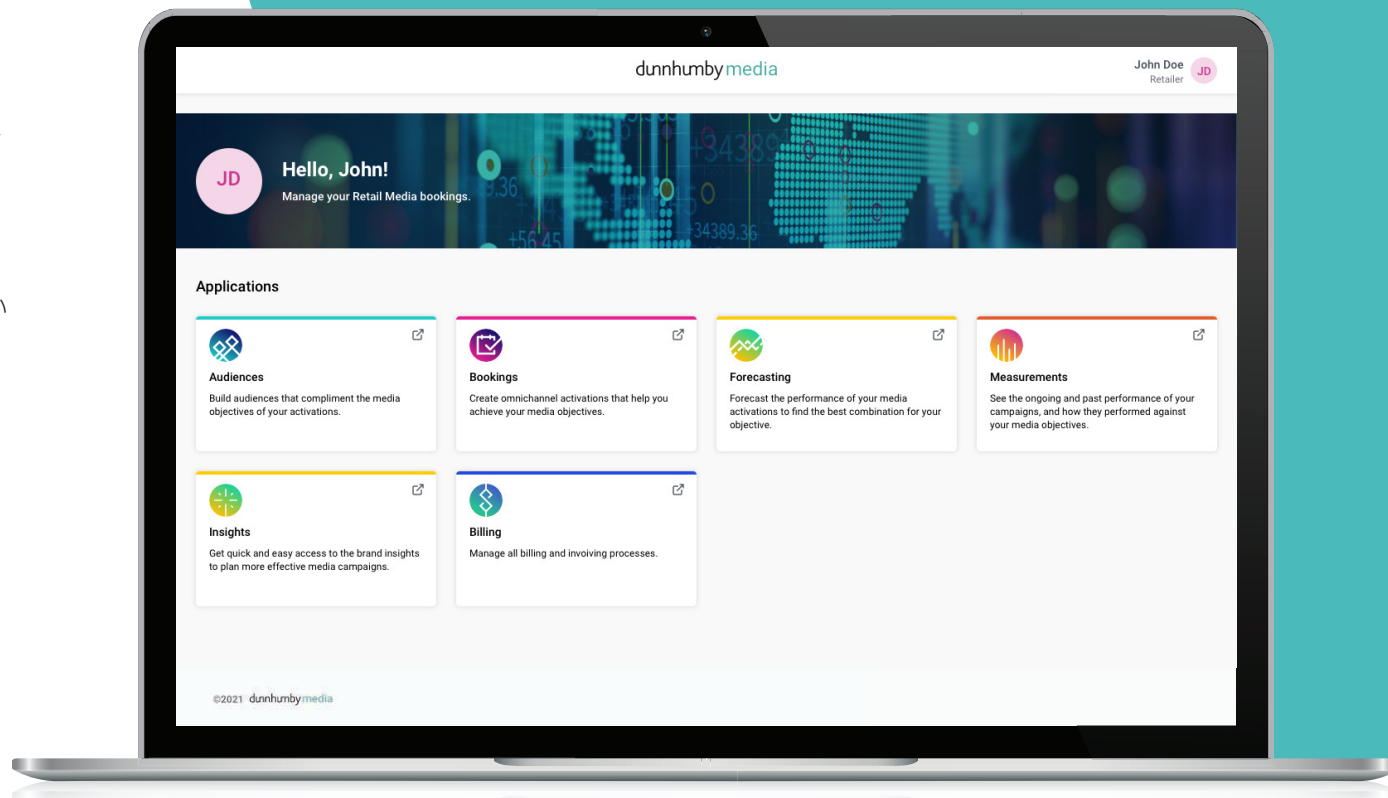
dunnhumby Sphere

「ダンハンビー・スフィア」とは

ここにあげてきたような複雑さを一切伴わず、自分達だけのリテールメディアプラットフォームを所有できる環境を想像してみてください。最先端のオムニチャネル広告プラットフォームを広告主に提供し、同時にお客様にとって買物をもっとしやすく、便利にできる世界があったら素晴らしいと思いませんか？

それこそが、dunnhumby Sphereを通じて私たちが提供したいと考える世界です。

dunnhumby Sphereは、ビッグデータという言葉すら存在しなかった時代からデータサイエンスの荒野を突き進み、まだ誰も見たことがないような小売広告技術の構築にdunnhumbyが費やしてきた数十年間にわたる努力と叡智の集大成と言えるでしょう。最高の製品とサービスを組み合わせ、必要なものを全てを柔軟性のあるパッケージにおさめることで完成したのが、小売企業とブランドが同じデータに基づいてキャンペーンを計画、実施し、オムニチャネルのリテールメディア効果検証を可能にしたオールインワンプラットフォーム、Sphereなのです。



小売企業にとってのメリット:

- 複数のタッチポイントでお客様に関連性の高いコンテンツ配信
- 広告主から広告の出稿による収益化推進
- リテールメディアがお客様体験にもたらす長期的な効果のトラッキング

消費財メーカー・ブランドにとってのメリット:

- セルフサービス方式でオムニチャネルキャンペーンの計画、出稿予約、効果測定および料金支払に対応
- 設定した目標を達成するための予測オーディエンスを特定してターゲティング
- 広告の計画や広告枠購入プロセスすべてのステップに組み込まれた高度なデータサイエンス

リテールメディアが直面する 最新の課題解決に 着目した設計

リテールメディアはこれからもお客様の買物行動の変化に伴い迅速に変わっていかなくてはなりません。dunhumbySphereはその変化を前提に、小売企業がスムーズに対応できるよう、ひとつひとつの要素を基礎から丁寧に積み上げて構築されました。オールインワンプラットフォームの導入は、リテールメディア業務の劇的な高度化と強化をもたらします。すべてのシステムとアプリケーションは完全な相互運用が可能であり、絶え間なくプラットフォーム内を流れるデータが強力にインサイトを収集し、メディアの自動化を行います。



dunhumby Sphereだけで全てがそろいます。今すぐに最先端のリテールメディアプラットフォームをはじめてみませんか？

シンプルワンストップ

dunhumby Sphereは、出稿予約から請求書発行まですべてを網羅するエンドツーエンドのプラットフォームです。必要なのはこれひとつだけ。必要な機能がバラバラに分散したシステムの複雑さから解放されましょう。

コスト軽減

サービスとしての「プラットフォームであるdunhumby Sphereは、ゼロから自前でプラットフォームを構築するよりもはるかに少ない費用で高度なテクノロジーの導入を実現します。

内製化支援

リテールメディア技術の統合が手間をかけずにプラットフォーム上で行えるため、社外ベンダーへの依存度を軽減し、運用の内製化をサポートします。

より優れた体験を すべての人に

dunnhumby Sphereは小売企業とブランド広告主間の対話で共通言語となる同じインサイトと広告ソリューションへのアクセスを提供します。共通言語を使って計画された施策、下された意思決定はお客様を含むすべての関係者にとってより優れたリテールメディアプログラムを生み出します。

dunnhumby Sphereが優れたプラットフォームである理由をご覧ください。

効率的なワークフロー

必要タスクを全て網羅したオールインワン

dunnhumby Sphereでは、出稿予約から請求書発行までの流れすべてが1つの直感的なインターフェイスを介して管理されます。これにより、小売企業の担当者とブランドパートナーが違うソリューションで別々の作業に費やす時間を削減し、全体のプロセスから重複する一部のシステムを削除することができます。さらに、すべてのチャンネルを網羅する統合キャンペーンが実施可能となれば、広告主であるブランド側が広告予算拡大を検討する理由にもなるでしょう。さらに、すべてのチャンネルを網羅する統合されたキャンペーンが実施可能となれば、広告主であるブランド側が広告予算拡大を検討する理由にもなるでしょう。

オーディエンスをAIで予測

シンプルなのにパワフル

dunnhumby Sphere内では多数の複雑なデータセットをまとめ、ひとつになったデータに世界最高レベルのデータサイエンスが適用されます。AIによるオーディエンス情報が簡単に入手できること、そしてお客様の行動と購入傾向の予測が誰でも出来るのが Sphere の大きなメリットでしょう。購入する可能性が最も高いお客様が、最も購入する可能性が高い場所やタイミングで、的確な訴求を行うことが可能になるのです。Sphereだけで業績予測だけではなく、新規お客様の獲得、離脱したお客様を呼び戻す等、特定の目的を成するためのキャンペーンも簡単に実施出来るようになります。この様に、一人ひとりのお客様に対し形成された唯一無二の全体像と、それに関連するアクティベーションの詳細を手に入れることが出来るようになるのです。

お客様を中心に据え置いた効果測定

影響要因を明確化

一貫性があり、複数チャンネルをまたいだお客様のプロファイリングにより、リテールメディアが買物体験に与える影響のトラッキングを可能にしました。また、店舗やオンラインどのチャンネルでもdunnhumby Sphereだけで全てのキャンペーンの自動評価が叶います。一貫した評価手法と指標の導入により、複数チャンネルの結果を比較したり、全店ベースやカテゴリーベースでのベンチマークと比較できるだけではなく、効果的にPDCAを回すためには深掘り分析から得られるアクション直結のインサイトが非常に有効です。小売企業にとってはチャンネル別、またはチャンネルの組み合わせ別に収益化の取組みがお客様満足度と与える長期的な影響のトラッキングが大きな気づきをもたらします。

dunnhumby Sphereを特別 な存在にする モジュールの数々

dunnhumby Sphereには、商品やブランドに関するインサイトからキャンペーンの出稿予約と効果測定に至るまで、必要な機能が全て統合されています。

搭載されているモジュールをご覧ください。

インサイト

「インサイト」モジュール*では、あらゆる切り口から次々にブランドの業績を分析し、カテゴリーにおける業績、その業績の影響要因となっている買物行動や、お客様へ効果的に訴求するためにはどのチャンネルが適しているか等の情報が一目瞭然になります。インサイトモジュールは分析結果からの気づきを使い、より効果の高いメディアキャンペーンの計画を支援するモジュールです。

オーディエンス

「オーディエンス」モジュールでは、事前定義されたカタログ(予測オーディエンスを含む)からオーディエンスセグメントを選択します。先のインサイトとこのオーディエンスモジュールは使いやすさを重要視して設計されました。シンプルな操作でターゲティングするオーディエンスのタイプ(「条件がよりぴったりの購入者」等)と、ブランドや商品を簡単に組み合わせることができます。フィルタ機能では「オンラインのみ」などのフィルタを使い、粒度の細かい条件が指定可能です。

効果予測

オーディエンスセグメントの選択が完了したら次は「効果予測」モジュールでオーディエンス規模の算出と効果のシミュレーションを行います。選択したチャンネルと広告プラットフォーム全体にわたる訴求力と費用(および予測されるROAS**)のシミュレーションを基にオーディエンスセグメントごとの重み付けを最適化すれば、広告費を最も効率的に分配することが可能です。



出稿予約

オーディエンス選出が完了した後は、「出稿予約」モジュールで出稿の予約を行います。このモジュールではオフサイト、オンサイト、店舗をロケーションとしたオムニチャネルキャンペーンの作成が可能です*（2023年に予定されている次期バージョンでは、ワンツーワンロイヤリティチャネルを使用したキャンペーン出稿機能も利用可能になります）。チャンネルとプレースメントタイプを選択すると、その選択に関連した情報が自動的に更新されます。出稿予約完了時には、すべてのキャンペーン詳細情報が最終セットアップのために関連する他のプラットフォーム（Facebookなど）にプッシュされます。



効果検証

「効果検証」モジュールには、キャンペーンの効果をほぼリアルタイムで表示するレポートダッシュボードが表示されます。選択したチャンネルとキャンペーンの目標設定に基づいてデフォルト指標は自動更新されますが、グラフと表は希望の日付やKPIなどのフィルタを使い表示を変更することが出来ます。データはCSV形式でのダウンロードに、ダッシュボードはPDFとしてエクスポートに対応しています。

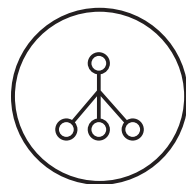


請求書発行

財務システムと統合することでSphereの「請求書発行」モジュールから全ての請求書管理を行うことが可能です。

パフォーマンスを追求した 妥協を許さない プラットフォーム

お客様のデータやECソリューションに接続しているシステムでは、安全性と信頼性が何よりも重要です。dunnhumby Sphereでは、みなさまに比類なき技術的パフォーマンスを確実にお届けできるよう、安全性の実現に大きな投資が行われました。



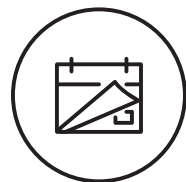
規模拡大にも対応した高い柔軟性

クラウドベースのソリューションであるdunnhumbySphereは、安定したアーキテクチャに支えられたレベルの高い可用性と膨大な処理能力を提供します。自動化されたワークフローとビルトインの承認手続きにより作業負荷が軽減され、時短になるだけでなく、キャンペーン開始までの道のりからミスが入り込む余地を排除することが可能です。また、API統合により、マーケティング技術、ERM、および経財システムをプラットフォーム上で統合することも可能です*。



優れたセキュリティ

dunnhumby Sphere上のデータは、クラス最高の安全防護策、標準化、およびセキュリティプロトコルによって保護されています。プラットフォームに採用されているプロセスでは、識別可能なお客様情報が広告主へ共有されることは一切ありません。自社での制御能力と可視性が保持されるため、すべてのオーディエンスのアクティベーションのモニタリングが可能である点は大きなメリットといえるでしょう。



業界の未来にそなえる

アップグレード、拡張機能、および新製品が全て自動的に追加・更新されるため、リテールマーケティングにおける最新のイノベーションが常にお手元の端末でご利用頂けます。

* dunnhumby Sphere上で現在運用中のアドテックエコシステム活用をご希望な場合は相談窓口までお問い合わせください。

飛躍にむけて 第一歩は まずここから

高度なリテールメディアを使いこなし、高いリスクを伴わず優れた費用対効果をもたらす施策の実施に必要なものは全てdunnhumby Sphereの中にあります。お客様そしてブランドパートナーと共に成長し収益を強化するために導入可能な数々の手法をもっともっと知ってください。

皆様からのお問合せをお待ちしております。

dunnhumby.com



FROM
dunnhumbymedia