

Teradata Real-Time Interaction Manager

あらゆるタッチポイントで個々の顧客に適したメッセージを案内



顧客毎の洞察にリアルタイムで対応

顧客との関係を深めて維持することは、企業の成長を促進する上で極めて重要です。長続きする関係を築くためには、マーケターは自社の顧客一人ひとりを個別に把握していることを示さなければなりません。顧客毎の洞察を利用して、収益拡大につながるような関連性と適時性の高いコミュニケーションをする必要があるのです。

パーソナライズされたマーケティング戦略の策定は、コミュニケーションがあらゆるデジタル・タッチポイントにわたってリアルタイムに、適切な顧客に向けて行なわれたときのみ達成可能になります。顧客は、自分にとって関連性の高いメッセージやオファーに反応します。関連性が低いオファーや迷惑なオファー、押し付けがましいオファーであると、顧客の注意が払われず、ブランド価値の低下につながります。

世界をリードするブランドでは、履歴、ライフスタイル、顧客行動イベント、類似性、およびトランザクション等の企業規模のデータを利用しており、それらのデータをマーケティングの源泉にしています。これを実現するためには、動的なデジタル・チャンネルを活用する新たな能力が必要であり、リアルタイムのトリガーや、離反の危険性に基づいて「次の最適なオファー」を予測的に判定できなければなりません。

顧客の好みのコミュニケーション・チャンネルを特定し、顧客が購入に到る経路に影響を与えるポイントを認識し、顧客が自社ブランドとつながるたびに顧客を引き込めるようなインタラクションを設計することで、顧客への理解度がより完全に近づく様子を想像してみてください。

Real-Time Interaction Managerで顧客との関係を強化

ますます優勢となるデジタル・ランドスケープが顧客の間で一層受け入れられるようになっている昨今、マーケターは、関連性の高いタイムリーなオファーを提示することを強いられています。オファーの提示は、コール・センター、Webサイト、SMS、POS 端末を通じて行なわれるだけでなく、モバイル・アプリ、ATM、ガソリンスタンド、店頭キオスク端末などのユニークなチャンネルも利用されます。

Teradata Real-Time Interaction Managerにより、関連性の高いメッセージをあらゆるタッチポイントにおいてオンデマンドで顧客に届けられることができ、顧客の好む時間と場所で、顧客の好む方法で顧客とつながることが可能になります。

Teradata Real-Time Interaction Managerがリアルタイムのマーケティングを簡略化

Teradata Real-Time Interaction Managerは、パーソナライズされた洞察を活用してオンラインとオフラインのすべての顧客エンゲージメントを向上させることにより、マーケターが顧客とのインタラクション戦略を策定できるように支援します。

マーケター向けに特別に設計された Real-Time Interaction Managerは、オムニチャンネル・マーケターが顧客とのコミュニケーションに対して抱えているニーズを支援する意思決定エンジンです。顧客とのリアルタイムのインタラクションを活用することにより、マーケターは、文脈上最も関連性の高い体験を顧客の好みのタッチポイントを通じて提供できます。

企業が競争相手に先を越されず競争力を保てるよう支援するために、Real-Time Interaction Managerには自己学習モデルが組み込まれています。これらのモデルは、各顧客に対してどのメッセージやオファーが最良かを判断するのに役立ちます。リアルタイム・マーケティングと顧客エンゲージメントは刻々と賢明さを増していき、新たな構想が浮かび上がるたびに以前よりも一層戦略的かつインテリジェントになっていきます。

Forrester Researchは、リアルタイム・インタラクション管理を「文脈上関連性の高い体験、価値、有用性を、顧客の好むタッチポイントを介して、顧客のライフサイクル内の適切な時点で提供する、エンタープライズ・マーケティング・テクノロジー」と定義しています。¹

¹引用文献: Demystifying Real-Time Interaction Management, Rusty Warner, Forrester, 2015:
<https://www.forrester.com/Brief+Demystifying+RealTime+Interaction+Management/fulltext/-/E-res116803>

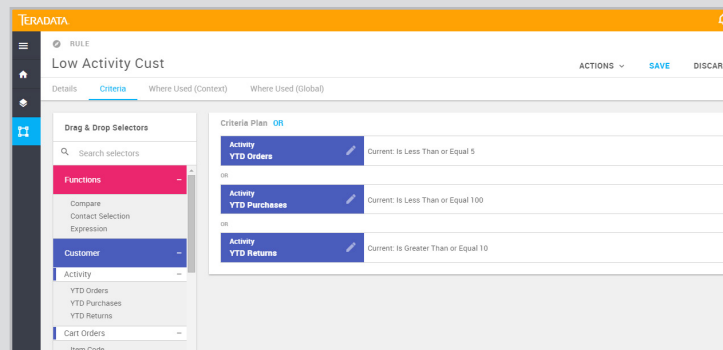
Real-Time Interaction Manager の利点

- より迅速な実装を実現するクラウド・ベースの導入オプション
- 自己学習エンジンが、継続的なフィードバック・ループを提供し、今後のキャンペーンがインテリジェンスを増加
- クロスセルやアップセルのオファー、顧客維持戦略、特典メッセージなど、インタラクションの発生に応じて個々の顧客に最良のオファーを提示
- 柔軟性の高いユーザー・インターフェースが、複数のビジネス環境を容易に統合
- 1時間で何十万件ものインテリジェントなインタラクションを実現する能力

顧客とのつながりを単一のソリューションで

Real-Time Interaction Manager は、顧客中心型のソリューションです。リアルタイムのターゲティングにより、クロスセルやアップセルの機会、特典プログラム、その他の顧客維持戦略の対象となる個々の顧客向けにオファーを発信することが可能になります。

Teradata Real-Time Interaction Manager は他の Teradata ソリューションなどの複数のビジネス環境と統合できるため、企業を横断してデータを全面的かつ包括的に把握する視点が確保されます。



Real-Time Interaction Managerにより、マーケターは、顧客とのコミュニケーションの指針となる高度なルールを策定できるようになります。

69%の顧客が、あらゆるコミュニケーションを全チャネルにわたってリアルタイムでリンクさせることを企業に期待しています。²

顧客毎の洞察をリアルタイムで利用することが最も重要 — 86%の顧客が、自分にとって関連性の高いオファーは購入の決定に影響を及ぼすと述べています。³

Real-Time Interaction Manager を使用すれば、リアルタイムでマーケティングの判断を下すことができるようになり、マーケティング戦略を改善し、顧客体験を個別に調整して徐々に改善できるよう管理し、購買サイクル全体において顧客のロイヤルティと満足度を向上させ、インバウンドおよびアウトバウンド・マーケティング構想を企業戦略と連携させ、すべての顧客とのそれぞれのインタラクションを最適化することが可能になります。

このソリューションは、顧客とのインタラクションで成果を挙げ、関連性の高いオファーを創出して売上を伸ばし、顧客の獲得率/維持率/利益率を同時に促進するための支援をすることで、パーソナライズされた洞察の獲得を約束します。Real-Time Interaction Manager の詳細については、Teradata.jp をご覧ください。

² "Global Report: Missing Customer Expectations?" Avaya, November 2014, <https://www.avaya.com/usa/documents/media-summary-for-avayacem-global-november-2014.pdf>

³ Infosys, 2014

 **日本テラデータ株式会社** 〒107-0052 東京都港区赤坂2-23-1 アークヒルズフロントタワー www.teradata.jp

"We power marketing." は商標であり、Teradata および Teradata のロゴは登録商標です。Teradata は、新しいテクノロジーやコンポーネントが利用可能になるのに伴い、常に製品を改良しています。そのため、テラデータは事前の通知なく仕様を変更する権利を留保します。詳しくは、日本テラデータ担当営業または Teradata.jp にお問い合わせください。

Copyright © 2016 by Teradata Corporation All Rights Reserved.

3.16 EB-9049J

We power marketing.™

TERADATA.