

# BIQQ 概要資料

オーリック・システムズ・ジャパン株式会社

#### マーケティングでもたらされる"変革"

#### 世の中の変化

金融・経済のグローバル化

社会・顧客価値の多様化

収益性へのプレッシャー

デバイスの進歩(Degital化促進)

#### マーケティング施策の変容

顧客をセグメントで対応

アウトバウンド中心

単一チャネル

企業の情報力優位

個客への対応

双方向・リアルタイム

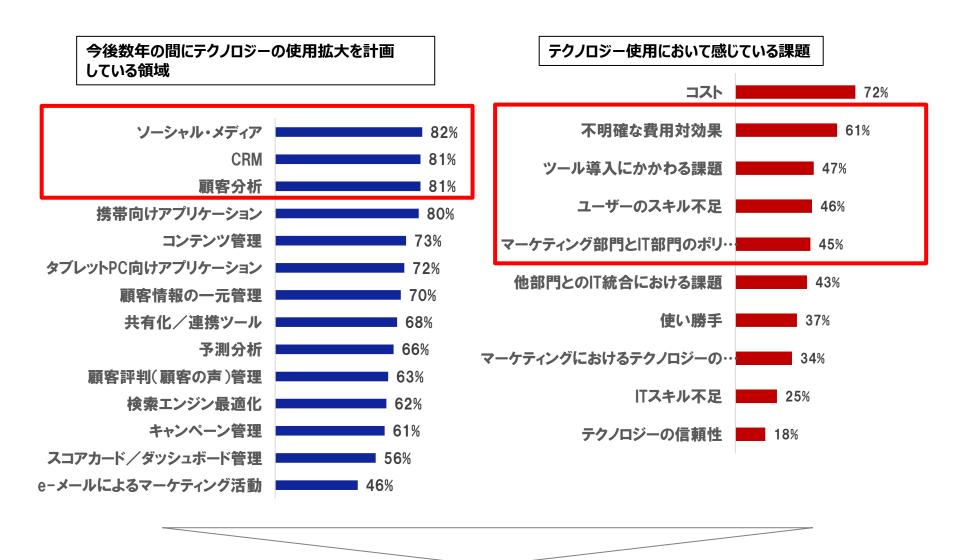
オムニ(どこでも)チャネル

ユーザの情報力優位

+ビジネス価値の定量化(ROI)要請

個客を基点としたあらゆるデータを統合的に管理して、 リアルタイムに最適化(ROI最大化)できるマーケティング基盤を希求

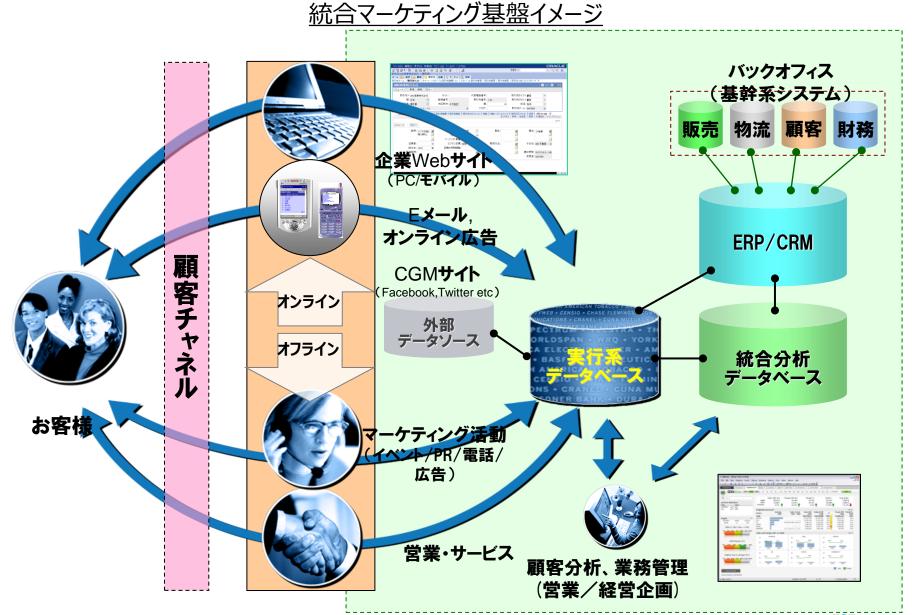
#### マーケティング統括者(CMO)の関心と課題



顧客情報を技術で有効に管理したいニーズは強いが、ROIとユーザスキル面での不安を感じているCMOが多い



# 目指すマーケティング基盤(イメージ)



### 実際お客様からよく伺う声:Webとリアルの融合

# W E B

(ログ→アクセス解析)

PV数 流入元 導線 広告効果

> 結果に至る行動 (但し人と結果が分からない ため改善策立案が困難)

# リアル

(CRM/ERP→BI)

顧客属性 (年齢、性別など) 購買データ (商品、購買額など) 資料請求データ

行動した人と結果 (但し行動過程が不明のため 改善策立案が困難)

両方を合わせることでより精緻な顧客像の把握 及び正確なROIの可視化が可能



#### 実現時における課題と弊社の解決方針

#### 業務担当者の悩み

#### IT担当者の悩み

直面している 課題

マーケターがほしい情報をタイムリーかつ容易に取得出来ない

Web□グと基幹のデータを紐付けるの にコストを要する

#### 本質的な 原因

レポート作成をIT部門(か詳しい 人)に依存して回答の質・スピードに 難。自身で分析ツールを使う際には習 熟で壁がある ASPでのストア方式による限界(出力に難)とWebログの整形処理(分析用に整理)が困難

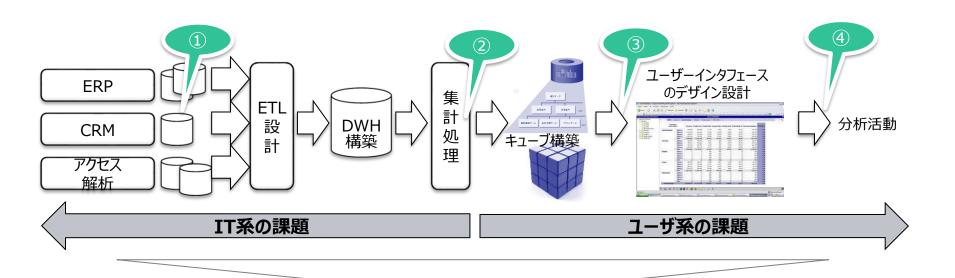
弊社の 解決策 分析に詳しくない人でも使える画面 構造・操作性を提供 画面だけでなく、Webとのデータ紐付けの仕組みまで設計済みで提供



#### よく伺う課題と我々が解決できる領域

#### Webデータと基幹データの統合分析でよくある課題

- ① WebログとCRMを紐付けて可視化するまで時間とコストがかかる
- ② DWHまたはBIのパフォーマンスが悪い
- ③ 既存の解析ツール、BIが難しすぎてうまく使いこなせない
- ④ どのような分析をしたらよいかわからない・結果をどう施策に生かせばいいかわからない



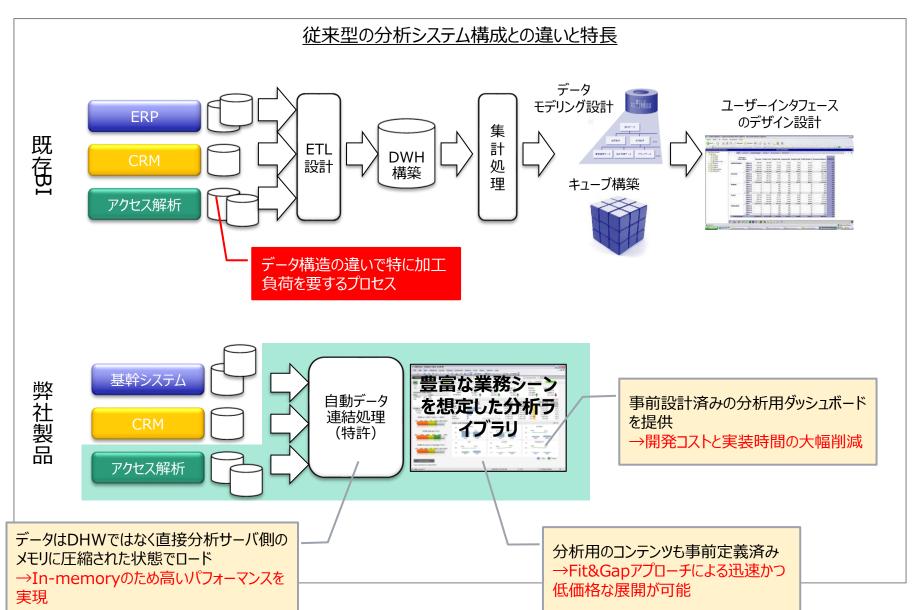
# BIQQは上記全ての課題を解決します



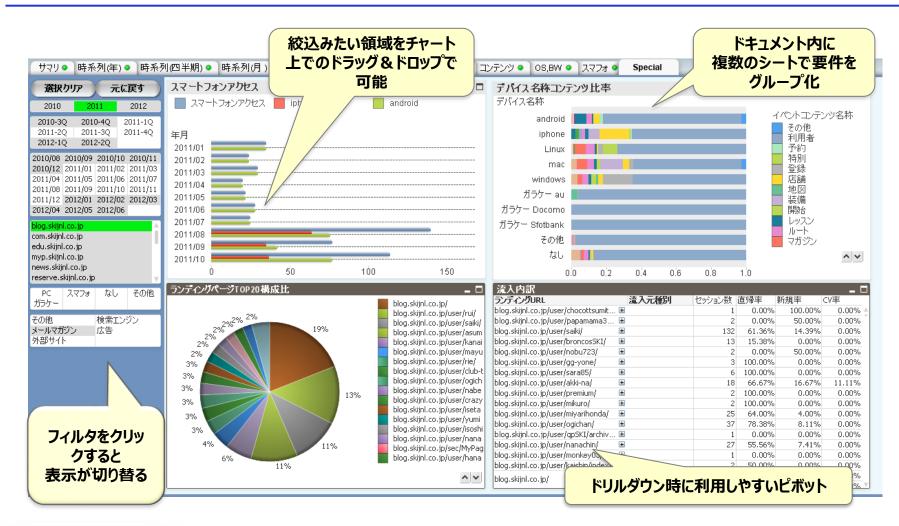


# BIQQ概要

# 解決策①②: 事前定義体の提供



#### 解決策③: 直感的な操作性





OEM元となる製品(QlikView)は、世界で29,000社以上の企業で使用され、96%という顧客満足度



# 解決策④: 豊富な業務ライブラリ

標準で100種類以上の分析コンテンツを提供。Fit & GAPもしくはカスタム設計によって、貴社の業務に即した状態でスピーディに提供

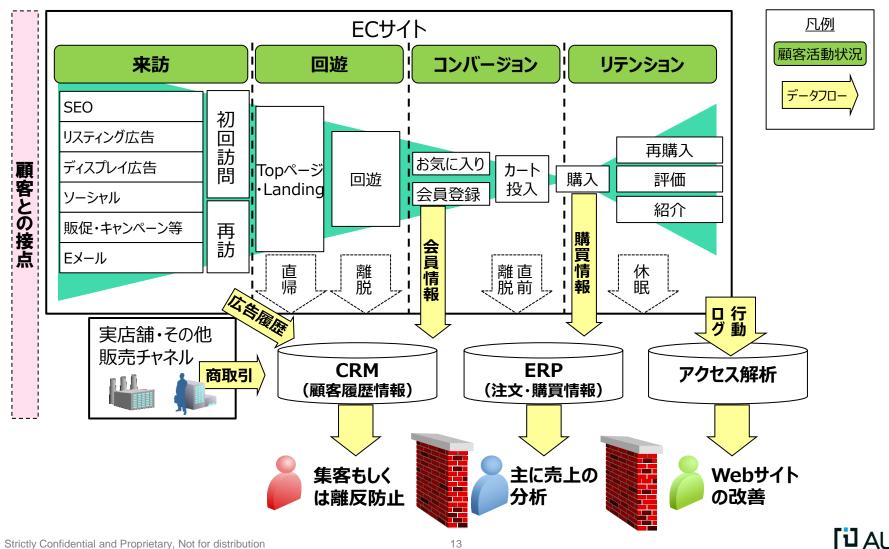




# Dashboards EC KPI Monitor 概要

#### ECサイトでよく伺う課題

ECサイトを中心に、顧客が購買に至るまでの静的(購買・属性)・動的(行動ログ)なデータが散在化し ているため、全体を俯瞰した質の高い意思決定が困難という課題をよく伺います。



#### EC KPI Monitor概要

Webサイトにおける事業目標の達成状況や成果を俯瞰的に可視化・分析できるECサイト運営者のための画期的な分析ソリューション



#### 主な特長

- ・売上/商品/顧客の3軸を中心に、 ECで見るべきKPIを一元的に可視化
- マウス操作だけで欲しい情報にたどり 着ける直感的な操作感
- 仮説/セグメンテーションの結果をそのまま顧客リストへ抽出が可能 →仮説とその現実的な対象数を探りながら施策実行へ

マーケティング分析



売上分析

#### EC KPI Monitor画面紹介:全体構造



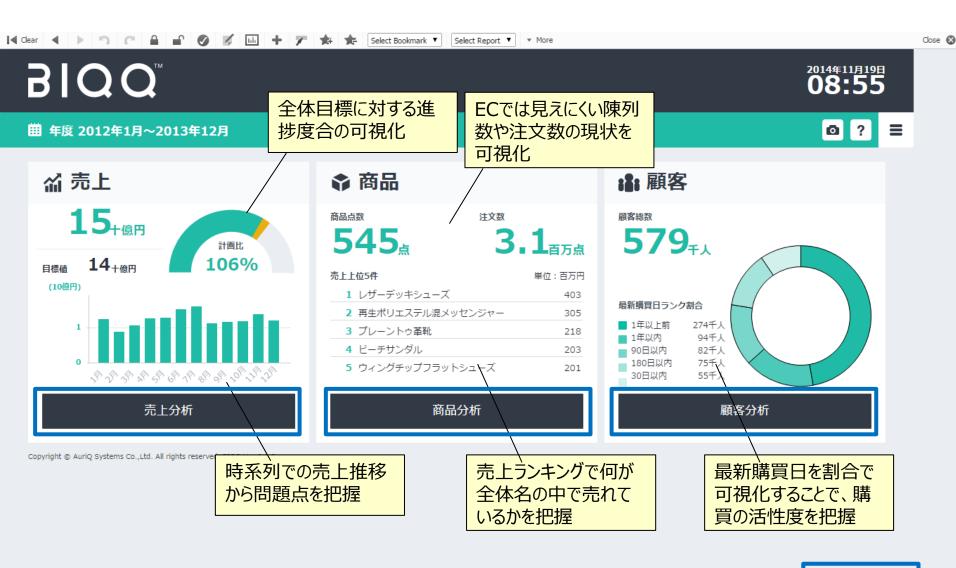
時系列・売上計画進捗などが 部門単位で可視化 商品の売れ筋や併売情報など、商品 軸での問題点を可視化

購買顧客の属性や行動履歴などを可 視化してキャンペーンに活用

# 売上に繋がる3軸でEC事業の問題点を俯瞰的に把握



### Top画面



詳細画面へ **ご** AUR**i**Q

#### 売上分析:サマリ



左の絞り込みエリアからの選択、 またはメイン画面を直接選択することでデータを細かく追跡できます



### 売上分析:目標達成率



# 売上分析:構成



# 売上分析:推移



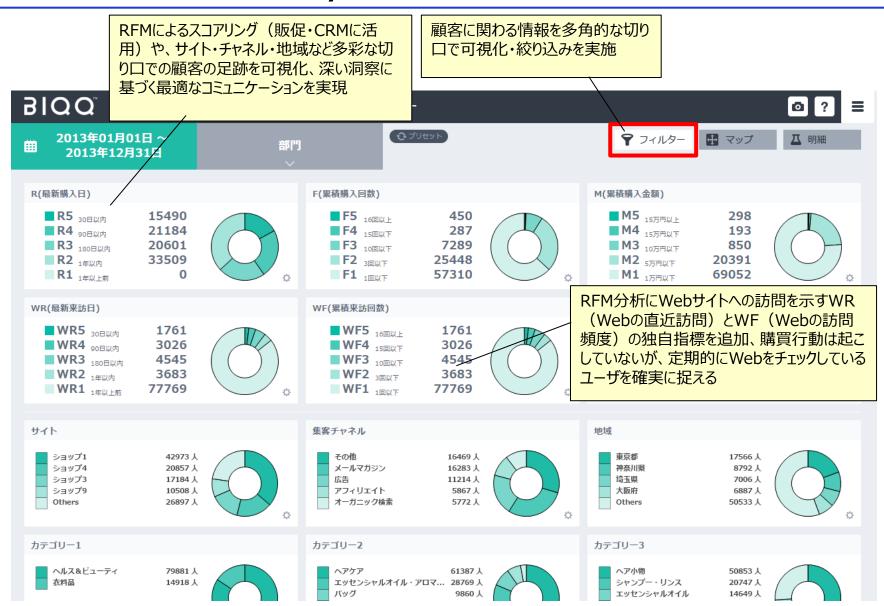
#### 商品分析



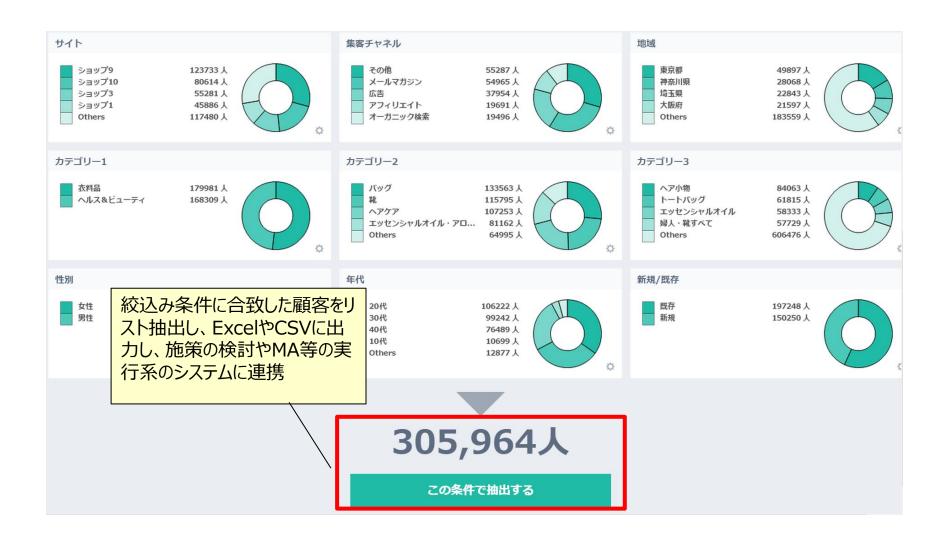
各商品を購入する顧客属性や、 その顧客の訪問履歴数を可視化 し、サイト改善案やターゲット顧客 にリーチできているかを把握

売上上位の商品やカテゴリ内

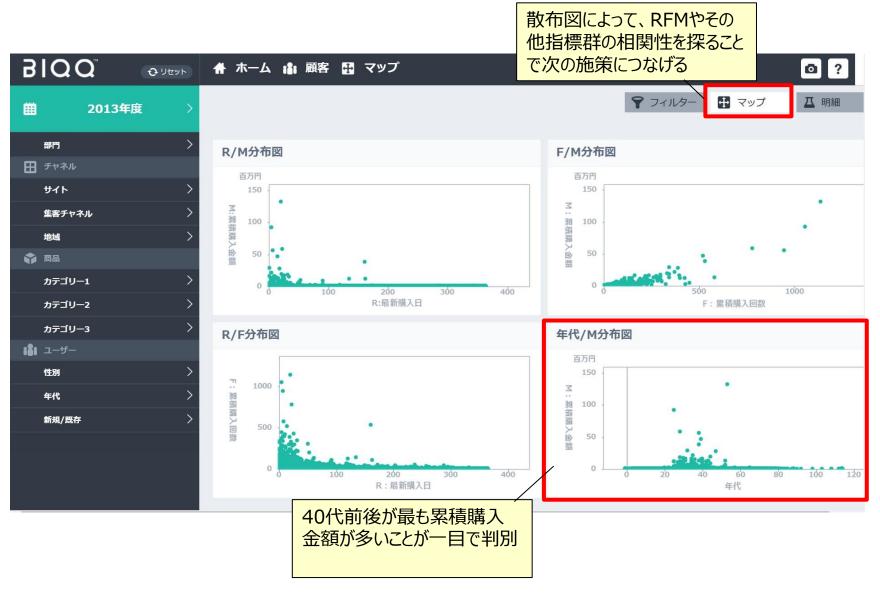
### 顧客分析:フィルタ画面1/2



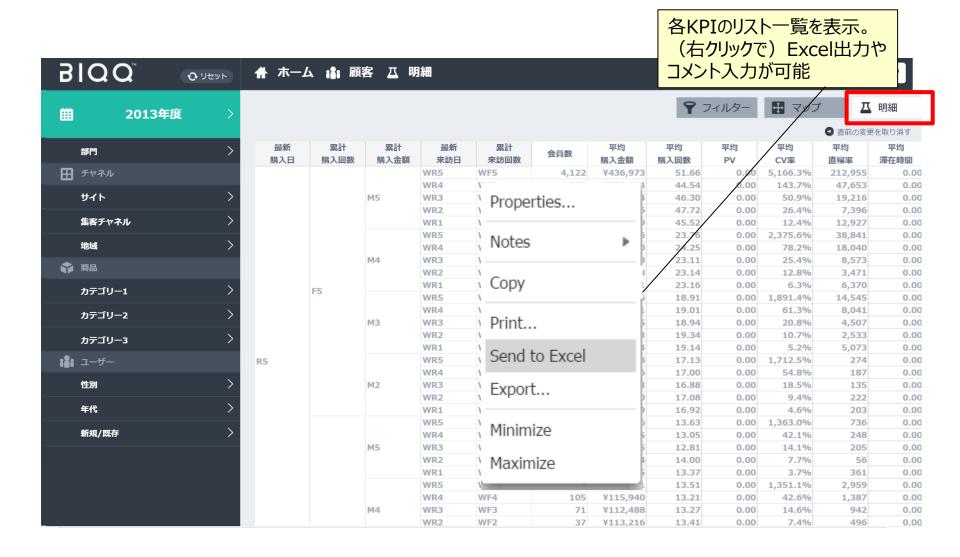
# 顧客分析:フィルタ画面2/2



# 顧客分析:マップ画面



#### 顧客分析:明細画面



#### 操作イメージ:直感的でトレーニング不要





# Dashboards AURIQ Campaign 概要

# AuriQ 主要製品ラインナップ

#### データをビジネスに有効活用して収益へつなげたい

Webサイトでの行動を把握して 改善につなげたい

#### **RTmetrics**

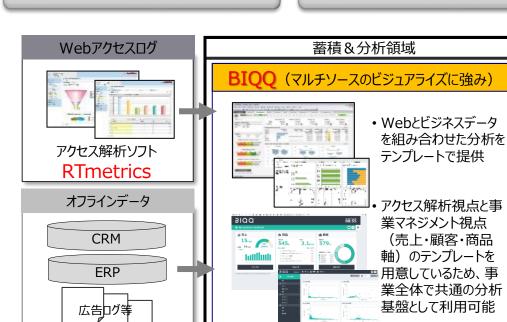
業界唯一のハイブリッド型 アクセス解析ソフトウェア WebとビジネスDataを紐付けて 顧客分析を強化したい

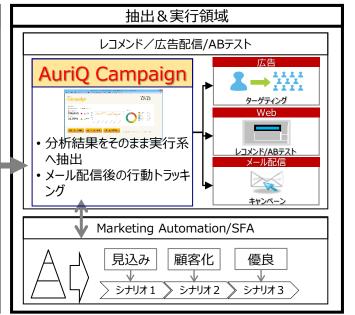
#### **BIQQ**

Webとビジネスデータを結合する 分析アプリケーション Eメールなど実行側と分析の 相互連携を強化したい

#### **AuriQ Campaign**

Eメール配信連携と分析機能が 融合したデータ抽出システム







### より高度なEメールマーケティングへ

#### 高度なEメールマーケティングを目指すための想定課題と解決方針

#### 1. 企業都合のキャンペーン

企業の売りたい商材だけを顧客の嗜好を踏まえずに一 斉配信することで、受け手に反発を与えてしまう

#### 2. 経済的な効果が曖昧

• Eメール開封/クリック後の行動が捕捉出来ないため、最終的にキャンペーンに反応して購買したかどうかが不明

#### 3. 分析システム構築が重荷

・ビジネスの変化が激しいため、分析システムをゼロから構築・維持してもコスト面・スピード面で重荷になってしまう

#### 1. 顧客ニーズに応じた対話型へ

• 従来の基本属性(性別・年齢等)だけでなく、過去の 行動から嗜好を読み取ってセグメント配信することで、受 け手の購買喚起および満足度向上へ

#### 2. 誘導後の動きまで捕捉

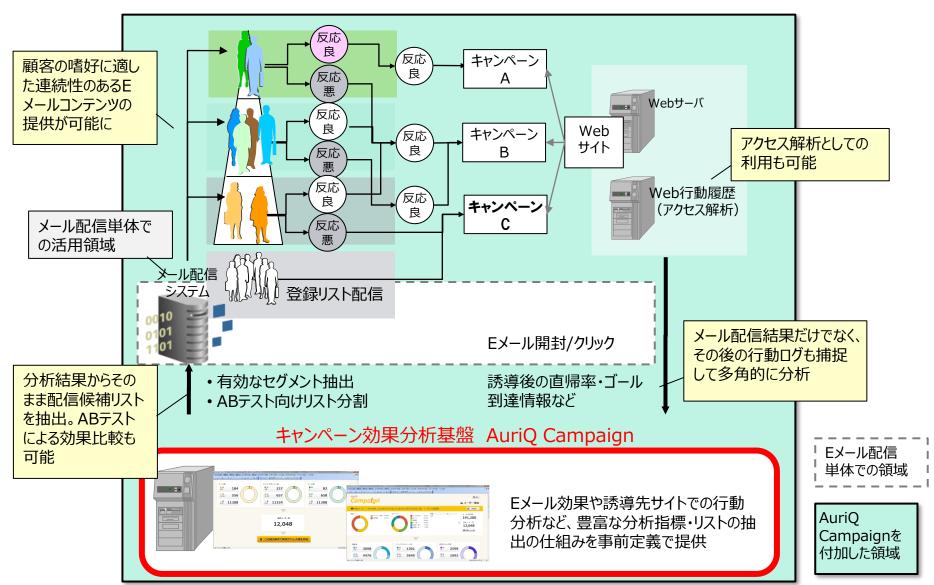
• 従来アクセス解析が独立して担っていた、Eメール誘導後の行動も合わせて分析することで、Eメール経由での最終的な購買効果まで把握

#### 3. 事前定義型でのスピード展開

「作る」のではなく、プリセットされたKPIやUIから必要なものを「使う」システムで迅速な展開・改修

Eメール配信とアクセス解析が融合した、 早期利用・改修が可能な事前定義型分析基盤が理想

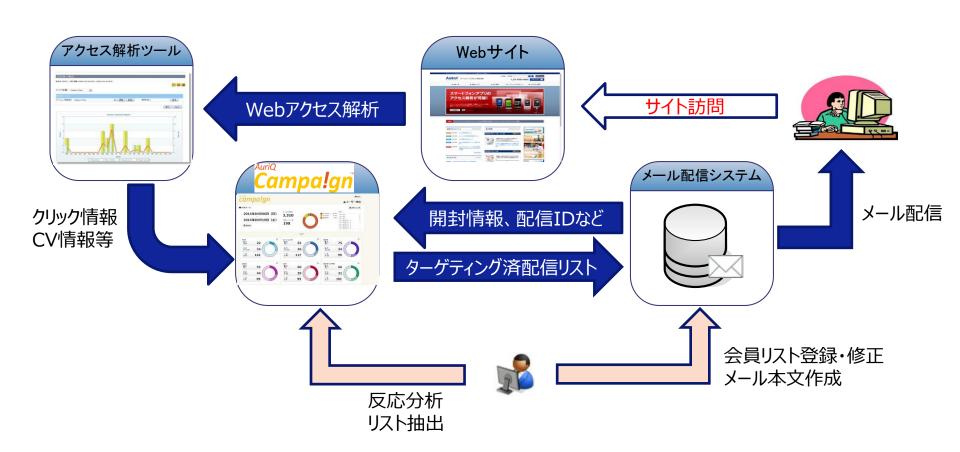
# AuriQ Campaignによる高度なEメールマーケティング



### AURIQ Campaign×メール配信システムの利用フロー

AURIQ Campaignはメール配信システムとの連携ソリューションです。Eメール配信へのシームレスな抽出機能と、配信後のWeb誘導先までトラッキングできる分析機能を通じて、Eメール配信によるROI最大化に貢献します。

※ご利用にあたり、メール配信システムをご用意頂く必要があります。システム間の連携部分はカスタマイズによる開発対応が必要になります。



#### AC主要機能紹介

# ・メール効果分析

- ✓ Eメール配信による効果を多彩なKPIで分析
- ✓ メール間の効果比較も可能
- →単なる開封率・コンテンツクリック評価だけでなく、誘導先のWebサイトで の行動まで評価

# ・ユーザ分析/抽出

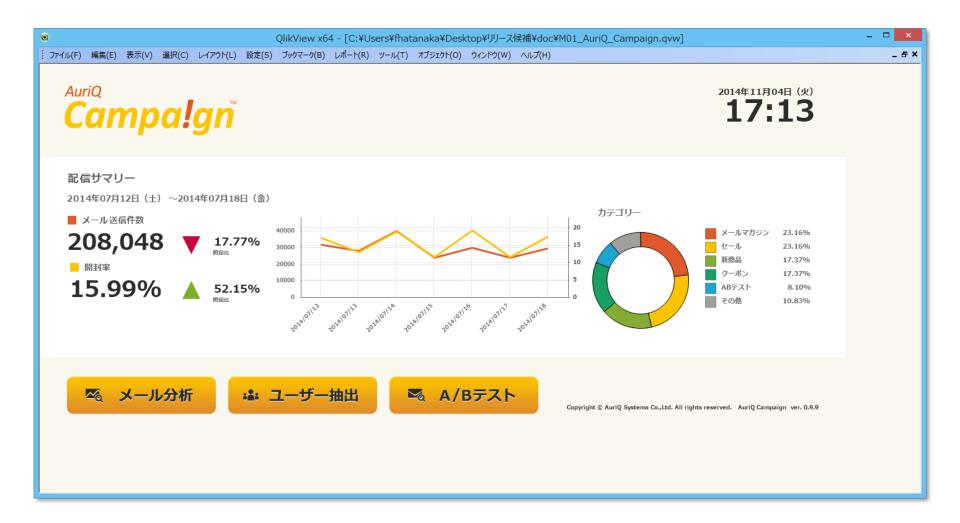
- ✓ 顧客リストのセグメンテーション/抽出機能
- →仮説とそれに基づくセグメントのユーザ数を確かめながら抽出作業を実行

# ・ ABテスト

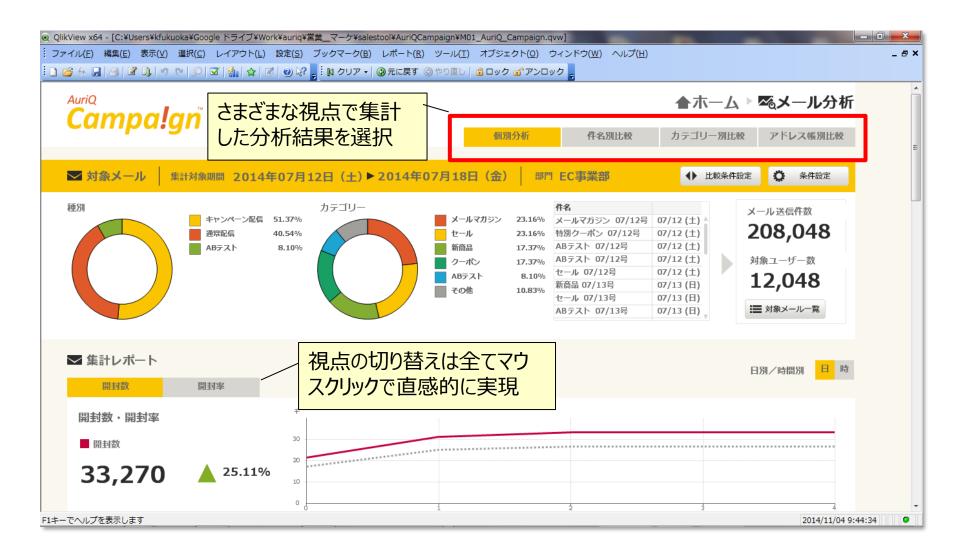
- ✓ 複数候補のEメールテスト用に配信候補の任意分割
- →客観的な効果分析によって、最適なコンテンツの把握



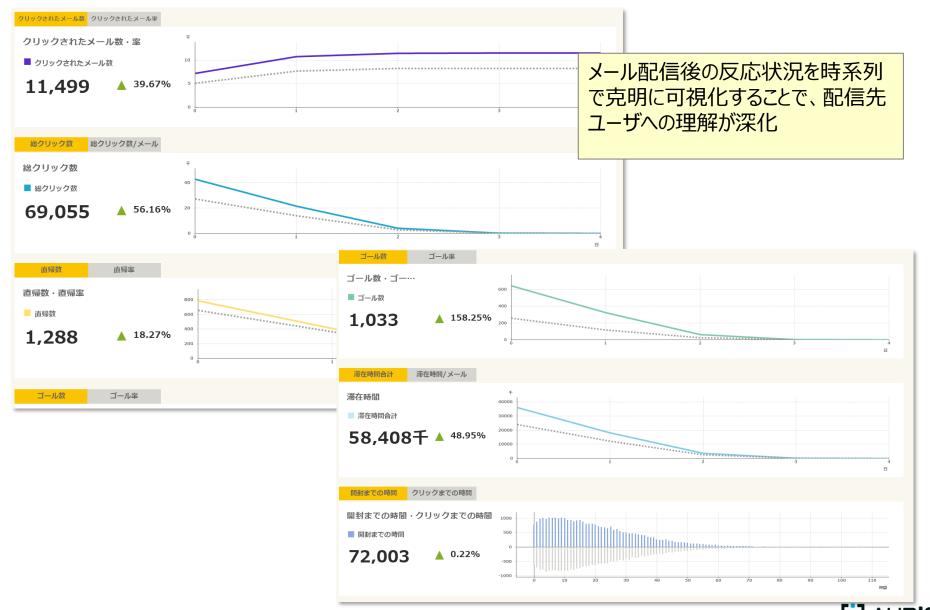
# Top画面イメージ



#### メール分析画面1



### メール分析画面2



#### メール比較

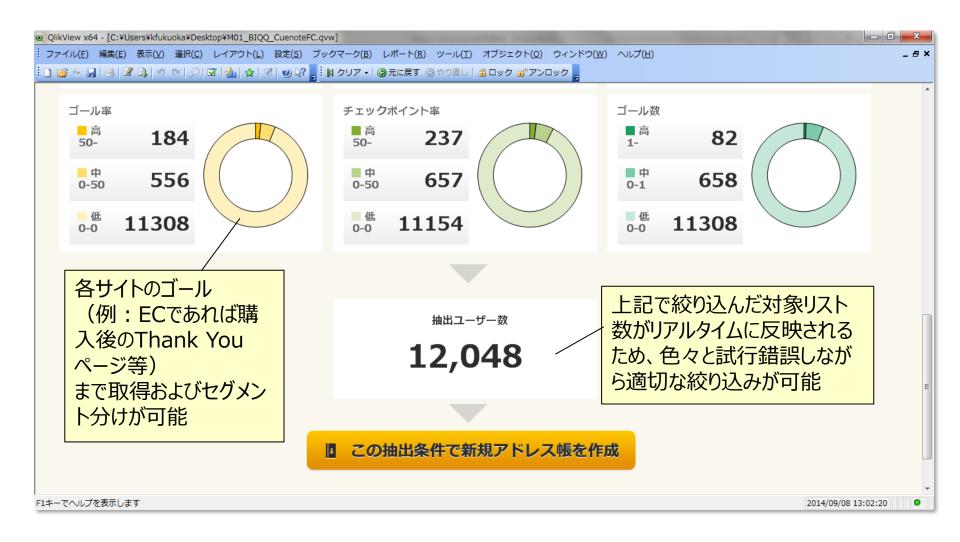


# ユーザ抽出画面1

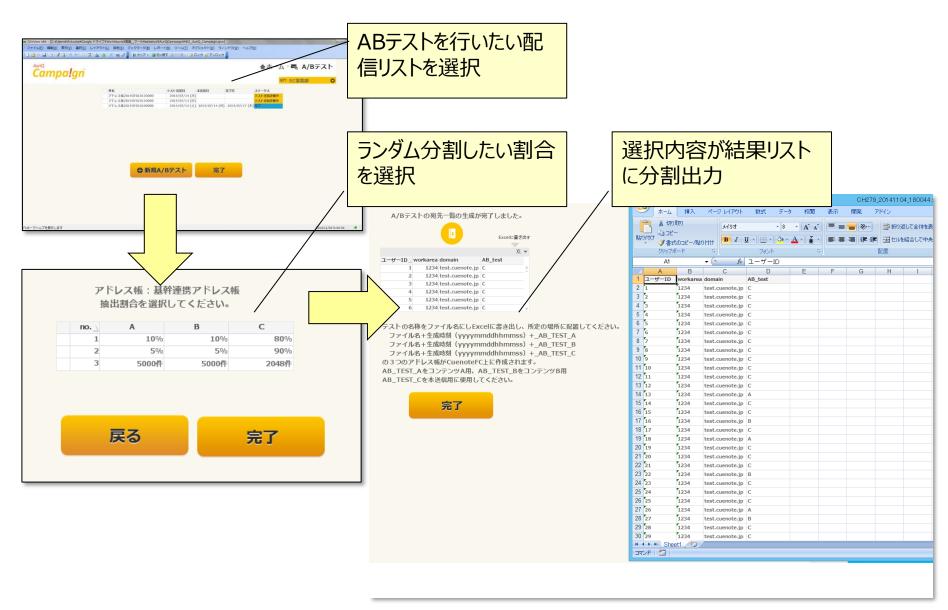




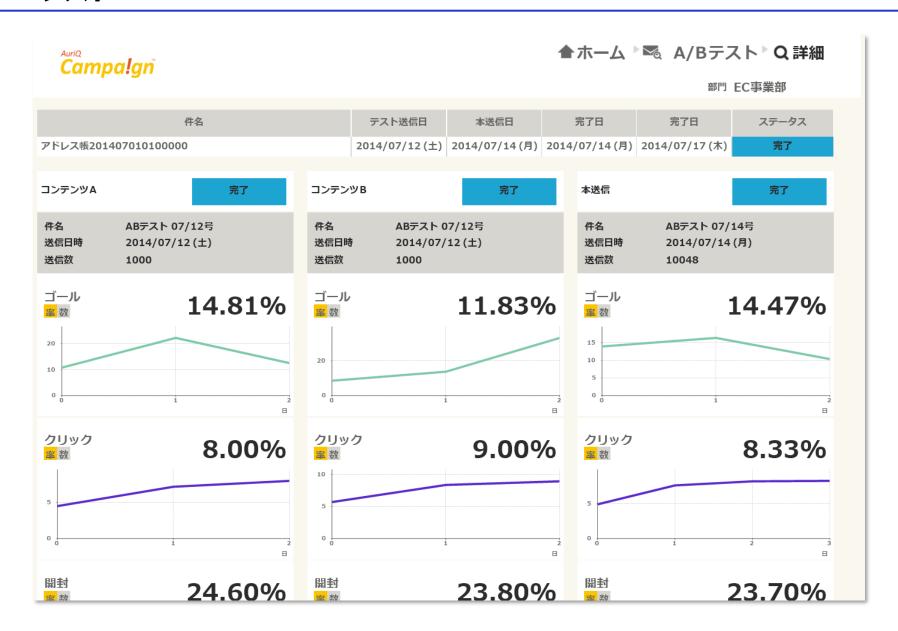
#### ユーザ抽出2



#### ABテスト1



#### ABテスト2





# Thank you!