

solace.

欧州ラグジュアリーブランドグループがEDAで実現する カスタマーセントリックなビジネスモデル

要約

この欧州のコングロマリットでは、配下に12社を超えるメゾンを抱え、宝飾品や時計、皮革製品、筆記具および衣料品などの商品を世界でも屈指の高級ブランド商品として製造、販売しています。

課題

同社では、イノベーションとパーソナライズでカスタマーセントリックな小売ビジネスを確立するためにはITアーキテクチャを近代化する必要があり、そこでは1)世界各国に展開された系列メゾンを繋ぐリアルタイムなデータ流通基盤の整備、2)どこからでも任意の情報にアクセスできる利便性の確立、3)クラウドの積極的な活用に向けた準備が必要不可欠であると認識していました。

ソリューション

同社では、配下の各メゾンやブランドが提供するハード/ソフトを含む高級商材を市場に届ける新たな手段を提供することで、旧来型のビジネスモデルからより収益力の高いビジネスモデルへ押し進めることを目的として掲げ、DXの取り組みに着手しました。



同社は近年、デジタル化やATAWD (いつでも、どこでも、どのデバイスからでも) の潮流に後押しされた顧客の購買行動は、さらに多くの選択肢や目新しさを求めると同時に「いま見て、いま買う」(See now, Buy now)」ことを求めていると感じてきました。

さらに同社の目の肥えた顧客に満足感を与えるには、従来のeコマースで提供されるカタログ参照型の販売形態ではなく、よりパーソナライズされたスタイリングの提案やアドバイス、ブランドメッセージの提供などが求められていることに着目しました。

課題への対応

同社はPubSub+を利用して、オンプレミスやAmazon、Google、Alibabaなどのパブリッククラウドを跨いでアプリケーションが連携するEvent Meshを構築しています。このEvent Meshでは、製造現場や店舗で発生する物理的あるいは仮想的なイベントやトランザクションの情報が流通しています。

また、同社ではこれらの情報を、イベントポータルから「セルフサービス」で利用できるようにしています。これにより、イベントドリブなAPI経由したイベントストリームの検索、アクセス、再利用が可能となり、さらにシステム管理の利便性や安全性の確保が実現されています。

導入効果

リアルタイムなデータ連携により実現されたこのビジネスモデルでは、オンライン/オフラインを跨いだシームレスなサービスの提供により、顧客体験の質を新たなレベルにまで向上させています。

さらに、カスタマージャーニーと顧客の嗜好に対する理解を深めることで、メゾンは需要の動向や顧客が望む交流方法の変化にも迅速に対応できるようになりました。