

# ECサイトを強かに支援する インセンティブ戦略

## 目次

- 3 エグゼクティブサマリー
- 4 eコマースから価値を生み出す原動力
- 5 BroadVision eMerchandisingの導入
- 6 戦略的なインセンティブプログラムを自由に実施
- 8 インセンティブ構造の包括的管理
- 10 カスタマおよび販売企業のための可視性と透明性
- 12 ビジネスニーズに適合するコンフィギュラビリティとリライアビリティ
- 13 eコマースサイトの高パフォーマンスとスケーラビリティ
- 13 サマリー

## エグゼクティブサマリー

オンラインで商品を販売する企業は、e-コマースサイトで売上を増加させ、オンライン環境でも従来の店舗環境でもビジネスを差別化できる新しい、ユニークな方法を模索しています。言い換えると、コンバージョン率を引き上げ、貴重な消費者との関係を強化する販売プロモーションとインセンティブを実行できることが求められています。さらに店舗のような物理的環境での買物をオンラインで再現することが求められています。

BroadVision® eMerchandisingは、e-コマースサイトがブロードビジョンのコマース基盤を採用していなくても、e-コマースサイトを差別化し、オンラインおよびオフライン体験を結びつけ、販売を促進する革新的なツールを企業に提供します。このソリューションは、全体の利益を堅持しながら、マーチャンダイジングチームがインテリジェントセールスインセンティブの作成、管理、実施を可能にするパワフルで、高度な設定ができるプロセスを提供します。このソリューションは、柔軟で設定可能な機能、強固な管理構造、オープン性、高パフォーマンス、スケーラビリティを備えているため、次に示すようなメリットを数多く提供します。

- コンバージョン率の向上とショッピングカートサイズの拡大
- カスタマロイヤルティを育むシームレスな体験
- 管理およびサポートコストの削減

本ホワイトペーパーは、高度なマーチャンダイジング機能のビジネス原動力について検証し、BroadVision eMerchandisingがB2CおよびB2Be-コマース設定の中でどのように機能し、このユニークなソリューションを実施してもたらされる利益について説明します。

## e-コマースから価値を生み出す原動力

e-コマースは、世界中の多くの企業の重要な販売チャンネルとして進化を続けています。米国におけるオンライン小売販売額は、2006年の1千80億ドルから2007年には1千160億ドルに拡大すると見込まれており、世界中で同様の成長が予測されています。同時にアナリストは、数年の激しい成長を経てオンライン販売額は停滞状態になるものと予想しています。このような環境において小売業および法人向け販売企業はともに、e-コマースサイトでいかに多くの売上を上げるか、オンラインおよび従来の店舗環境の両方でどのように差別化を図っていくかについて厳しい検証を行っています。

コンバージョン率およびショッピングカートサイズに改善を加えた販売戦略は、売上に多大な効果をもたらします。たとえば、小売業のコンバージョン率が平均2-3%だった場合、これをほんの1%上げるだけで売上をほぼ倍増させることができます。最近のe-tailingグループの調査によると、販売店の75%以上が収益を増加させる決まり手としてアップセリングおよびクロスセリング技術を挙げています。無料の商品やサービスを伴うオファー、たとえば「シャツを1枚購入すると2枚目は無料」などもコンバージョン率を引き上げることがすでに実証されています。ある小売業は、そのオンライン店舗の2つの部門だけでこの種のインセンティブを実施した結果、2005年の休暇シーズンで約50万ドルの増収益を上げました。

有力な小売業や法人向け販売企業は、顧客が店舗で経験する関係性の構築やインタラクションを再現するe-コマース体験を形成することを行っています。究極的な目標は、オンラインとオフラインの2つの環境の独特な利点を取り入れたオンライン・オフラインパラダイムをシームレスに結び付けていくことです。優れた小売販売スタッフは、買い物客が買ったシャツとズボンにマッチするネクタイをお勧めするでしょう。優れたe-コマースサイトではクロスセリングによるオファーと同様の機能を備えて実行できます。しかし直接のやりとりほどの説得力を持つことはないかもしれません。販売業者は、クロスセリングなど販売努力をバックアップするさまざまな値引きや販売プロモーションをカスタマに提供できます。従来の店舗環境では、販売スタッフは接客中にこれらのオファーを使い分け、カスタマに最良のお買い物をしていただくように導くことができます。しかし、これらのインセンティブとプロモーションを同時に行い、1つの注文にまとめ上げていく決定処理を既存のe-コマースソリューションで実現することは今のところほぼ不可能です。さらに、オンライン・オフライン間を結びつける環境では、POS、価格設定、在庫管理システムなど他のシステムとe-コマースサイトとの間に膨大なコミュニケーションを必要とします。

最後に、販売業者は新製品の発表、季節限定商品の販売機会の活用、在庫の適正確保、商品の期限切れあるいは商品の陳腐化などのリスクを最小限に抑えるために、特定商品または商品グループのプロモーションを実施することが必要です。これらのプロモーションは、簡単に作成でき、管理でき、さまざまな商品カテゴリーやライフサイクルに対応するだけの柔軟性が必要です。

これら販売シナリオをスピーディーに実行することは非常に重要なことです。複雑な価格設定ルールによってサイトパフォーマンスが低下してしまうと、たとえ最良のオファーを提供してもショッピングカートは見捨てられ、売上を失うことになります。販売業者は、シームレスで高品質のカスタマ体験を持つマーチャンダイジングスキームを作成できることが求められています。

## BroadVision eMerchandisingの導入

BroadVision eMerchandisingは、売上を促進し、ショッピングカートサイズの拡大を可能にし、eコマースサイトを差別化し、オンラインおよびオフライン体験を結びつける革新的なツールを販売業者に提供します。このソリューションは、全体の収益を堅持すると同時に、促進チームがより効果的なインセンティブプログラムを作成し、管理、実施することを可能にするパワフルで、設定可能なプロセスを提供します。最終的な成果としては、eコマースサイトで最大の価値を生み出すための説得力があり、より管理しやすいインセンティブと柔軟性を手に入れられることです。

BroadVision eMerchandisingは、オンライン販売企業に多大なる利点をもたらします。

- **コンバージョン率を向上**: BroadVision eMerchandisingを使用すると、販売業者はカスタマを惹きつける値引きやインセンティブを自由に作成することができます。従来の店舗環境で効果が実証されているプロモーションをオンラインで同じように実現できます。
- **ショッピングカートサイズの拡大を実現**: このソリューションは、商品全体の購入額を増加させるだけでなく、特定商品、あるいは商品カテゴリーの購入を促すさまざまなインセンティブをサポートします。このソリューションで、多くの小売業で購入総額を引き上げると実証されている抱き合わせ販売や併用販売の実施、保証延長サービスのような利益率の高い品目のプロモートを効率的に行うことができます。
- **カスタマロイヤルティ育成をサポート**: BroadVision eMerchandisingを使用して、カスタマがサイトや店舗に再来店してくれるようなカスタマベネフィットを明確に提示できるクロスセリングプロモーションを作成できます。
- **管理費およびサポートコストを低減**: eMerchandisingはプロセス主導管理フレームワークの上に構築されているので、ニーズに合わせてカスタマイズしたり、要求の進化に適合するように変更することが容易にできます。このソリューションは、一度設定すると、販売企業がインセンティブを管理し、そしてマネージャが責任をチーム全体に委譲する効率的な方法を提供します。このソリューションは高パフォーマンスのアーキテクチャを利用しているため、サイトがBroadVision eコマースプラットフォームであるかどうかにかかわらず、サイトパフォーマンスに影響を与えることなく既存のeコマースインフラストラクチャに組み込むことが可能です。

BroadVision eMerchandisingは次のようなユニークな提案ができます。

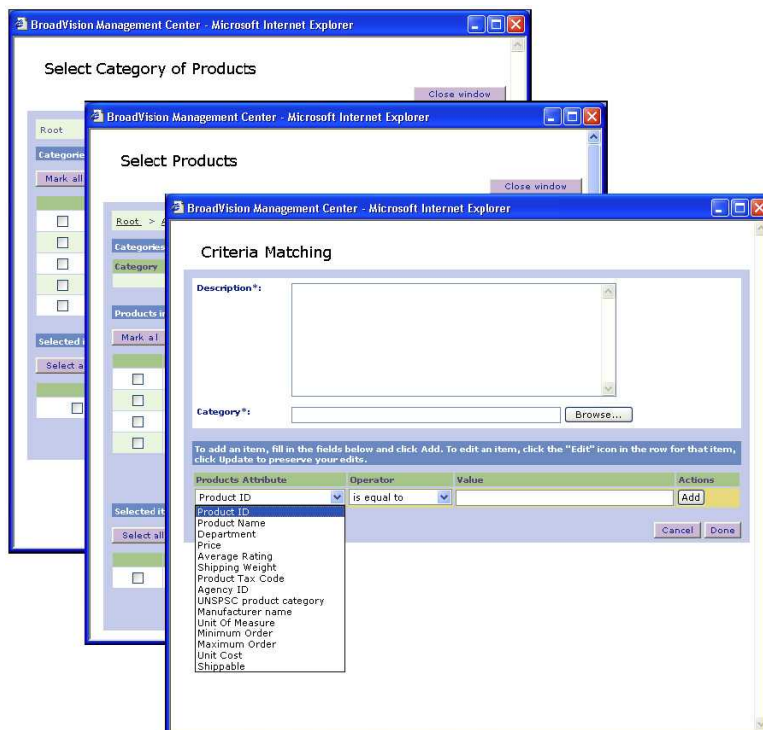
- ビジネスやカスタマ層に効果的なインセンティブを自由に実施可能
- インセンティブ構造の包括的管理
- カスタマおよび販売企業の可視性と透明性
- ビジネスニーズにマッチする広範なコンフィギュラビリティとフレキシビリティ
- 高パフォーマンスとスケーラビリティ

## 戦略的なインセンティブプログラムを自由に実施

BroadVision eMerchandisingは、複雑な仕組みを持つ値引きとインセンティブを同時に実施できるアプリケーションをサポートしています。オンラインビジネスは、すべてが同じものではないことから、それに対応するためソリューションは極めて高い柔軟性を持つように設計されていなければなりません。特定の販促や販売モデルを前提にしたものであってはなりません。販売業者は、管理の容易性とサイトパフォーマンスを確保すると同時に、販売促進するためのクリエイティブなスキームを実行できます。このソリューションを使用すると、指定した条件に従って複数の商品を多対多関係で大まかに組み合わせた商品バンドルを設定できます。この大まかに組み合わせた商品バンドルは、通常、一対一関係のみをサポートする形式的な商品バンドルを管理するよりもはるかに簡単です。

この画期的なソリューションは、次のタイプのインセンティブをサポートします。

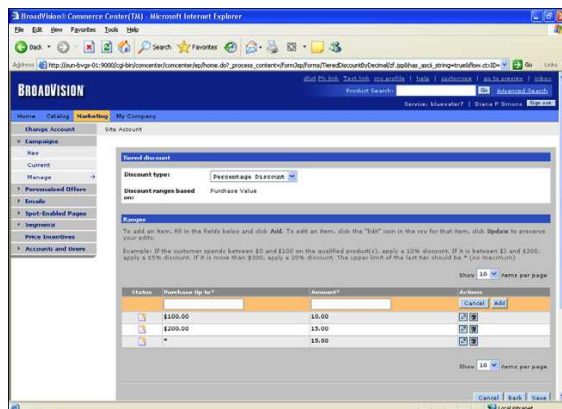
1. **注文時あるいは品目別に適用される基本値引き:**たとえばコンピュータ販売会社は、金曜日から日曜日は全サイトで10%の値引き、あるいは特定メーカーの周辺機器すべてに20%の値引きなどを提案できます。品目別の値引きは、特定の商品、商品カテゴリーに適用します。一定金額(50ドル値下げ)またはパーセンテージで値引きできます。
2. **単一商品の購入で誘発する注文時の値引き:**家電販売店は、「DVDプレーヤーを購入すると、注文合計金額から10%の割引あるいは「家電製品を千ドル以上購入すると100ドル値引き」といったことを提案することが可能です。たとえば、この販売店では、プロモーションをあるメーカーのDVDプレーヤーに限定したり、別メーカー製品を除いたものという個別のディスカウント要求に適用できます。



値引き対象製品およびカテゴリーを選択します。

- 併用値引き: BroadVision eMerchandisingは、多様な併用値引きモデルをサポートします。アパレル販売店はカスタマに次のようなサンプルパッケージを提案できます。
  - スラックス1本を購入すると、シャツを30%割引
  - シューズ1足を購入すると、ソックス1足が無料
  - シューズ2足を購入すると、ソックス4足が無料
  - スラックス1本とシューズ1足を購入すると、シャツを5着まで50%割引
  - スラックスとシャツ1組を購入すると、ネクタイ1本が無料
  - Ralph Laurenのシャツ1着を購入すると、同じ価格以下の商品を無料でもらえる
  - Coachのハンドバッグ類で500ドル以上購入すると、Coachの財布またはカードケース1個を50ドル値引き
- 注文数量の増加に伴い値引き金額が増えるステップインセンティブ: たとえば、書籍販売業は10冊のノンフィクションで10%割引、さらに10冊で15%割引、どんな本でもまとめて20冊を超えれば20%割引を提案できます。
- 数量または購入金額による段階的値引き: 工業製品の販売業者は、高品質の安全めがねを1組購入すると単価10ドル、2組の場合は単価8ドル、3組以上の場合には単価6ドルという具合に提案することが可能です。この販売業者は購入総額で値引きすることも可能です。たとえば100ドル以上購入すれば5%割引、200ドル以上だと10%割引という具合にです。さらに段階的値引きでは、購入総額、購入数量、または特定の購入品目に対して無料配送サービスを行うこともできます。またその合計に含めない例外商品を指定することもできます。たとえば、この業者は、500ドル以上のDeWaltツールの注文すべてに対し無料送料を適用し、ドリル用具や50ドル以下の品目をサービス対象から外すこともできます。
- ボーナスインセンティブ: 特殊食品小売店は、ギフトバスケットを5個購入すると、次回の5個のギフトバスケットを50%割引で購入できるという提案ができます。
- カスタマイズドインセンティブ: このソリューションは、お客様が工夫を凝らした独自のインセンティブを難なく作成できるほどの柔軟性を持っています。

販売業者は、Webベースの管理インターフェイスを使用して、これらすべてのインセンティブを設定します。販売業者は、製品レベルまたは製品カテゴリーレベルでのインセンティブをどの製品に適用するかを決定し、対象商品または非対象商品を商品属性に基づいてフィルタリングし選択できます。さらに、値引きを注文合計価格に適用するか否か、配送や税金を別に考慮するか否かを決定することができ、ある特定ショッピングセッションで利用できる値引きの回数を制限することもできます。



販売業者用の直感的なインターフェイス

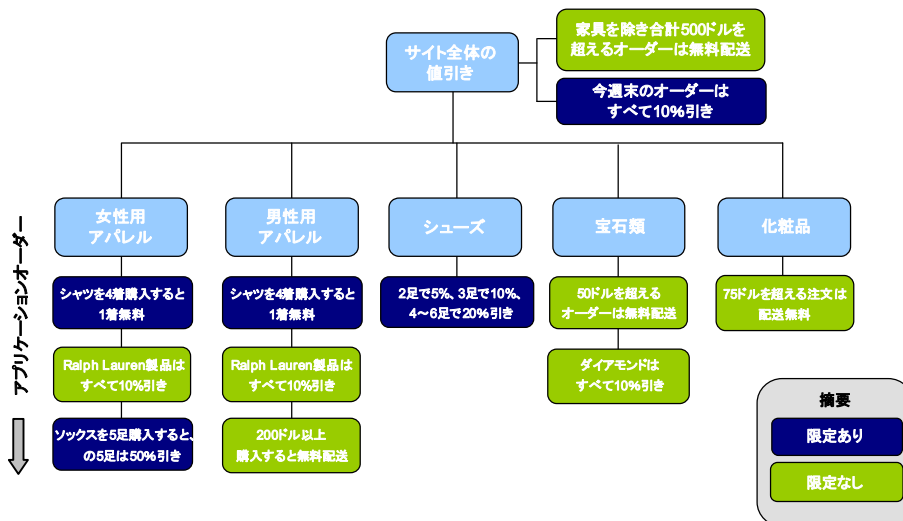
## インセンティブ構造の包括的管理

多数の値引きやプロモーションをサイトで展開して行くと、それらから収益を上げるための管理および適用の複雑さは幾何級数的に増加していきます。eMerchandisingには、これらのタスクを簡単に実行する包括的な管理インターフェイスが装備されています。このソリューションのインセンティブ階層や役割ベースのアクセスから、販売時点でインセンティブを自動的に調整し、他部門の責任者や製品別マネージャに責任を委任し、販促チーム全体のプロセスを効率化する管理構造を作成できます。

eMerchandisingにより、すべての値引きおよびインセンティブを組み込んだ階層を作成することが可能です。この階層には、次の2つの目的があります。

- 一連の値引きを調整し、どの値引きをどういった購入あるいは何の注文に適用するかを決定できます。
- 異なるビジネス分野に適用する値引きを分離させることができます。

### 例: あるオンラインデパートのインセンティブ構造



ブロードビジョンのソリューションは、限定値引き、および1つの購入で他のものと組み合わせられる非限定値引きもサポートしています。複数の値引きが適用される可能性がある場合、効率的な調整は欠かせない重要な要素です。このような場合、このソリューションは次のように対応します。

- 適用可能な値引きを決定します。
- カスタマに最大の価値を提供する組み合わせで値引きを特定します。
- カスタマのショッピングカートに購入品目と注文合計を表示します。
- 新しい品目がショッピングカートに追加されると、このプロセスを繰返し実行します。

例として、家庭用品販売業者が次のインセンティブを提案する場合を考えてみましょう。

1. 300ドルを超える注文すべてに対して配送無料(全サイトに対して非限定値引き)
2. 全家電製品を20%割引く(非限定値引き)
3. 50ドル以上の保証延長費用に対処して25ドルを値引く(非限定値引き)
4. 全Maytag洗濯機を30%割引く(他の値引きと組み合わせできない限定値引き)

オンラインで洗濯機を購入すると非常に大きなお金を節約できるので、カスタマは700ドルのMaytag洗濯機の購入を選択します。最初はショッピングカートには490ドルの価格が表示されます(インセンティブ4の30%の限定的値引きにより価格リストの700ドルから210ドルを値引きします)。しかし、eMerchandisingの高度なメッセージ機能により、カスタマは直ちにその購入に保証延長が追加できることを通知します。わずか89.95ドルで4年の保証延長を追加できるチャンスが提案され、カスタマはこのオプションを追加注文します。この追加で最初の3つの非限定値引きに関して、最良の取引が成立しました。購入者は、合計235ドルを節約しました。販売店は、新しい利益幅の高い保証延長でマージンを増やしました。

この販売店が後にサイト全体で15%値引きの「夏の終わりセール」を3日間実施する場合は、このセールが上記のすべての値引きより優先されます。さもなければ、この小売業は損をしてまで洗濯機を販売してしまう羽目になります。eMerchandisingは、設定したルールと制限の中でこのような複雑なトレードオフを自動的に実行できます。

この値引き階層は、同様に重要な管理機能を実行し、多数のチームへの委任を可能にします。ストアマネージャは部門マネージャに独自にインセンティブ管理が行える権限を与えることができます。各部門はその階層の中で独自の構造を作成することができ、この販売に関連する取り組みは他の事業部門に影響を与えません。

さらに、プロセス中心のWebアプリケーション用の高速アプリケーション開発ツールであるBroadVision Process Serviceを使用して、ワークフローをインセンティブ管理プロセスに組み込むことができます。これらのワークフローを使用して、適任者がすべてのインセンティブを確認し承認してから、ポリシーや基準をサポートし、利幅を確保するサイトを立ち上げることができます。

## カスタマおよび販売企業のための可視性と透明性

eMerchandisingは、インセンティブ階層全体に可視性と透明性を確保するために計算および調整プロセスの完全な監査証跡を提供します。その情報はXMLフォーマットで保存され、APIを使用して入手できるため、さまざまな方法でアクセスして統合できます。たとえば、次のことが実行できます。

- どの値引きがどの注文に適用されるかをカスタマに直接フィードバックできます。たとえば、家電製品の購入者はショッピングカートからのリンクをクリックすると、洗濯機の購入に対してどの値引きが適用され、実際に適用されたか、いくらお金が節約できたかを確認することができます。

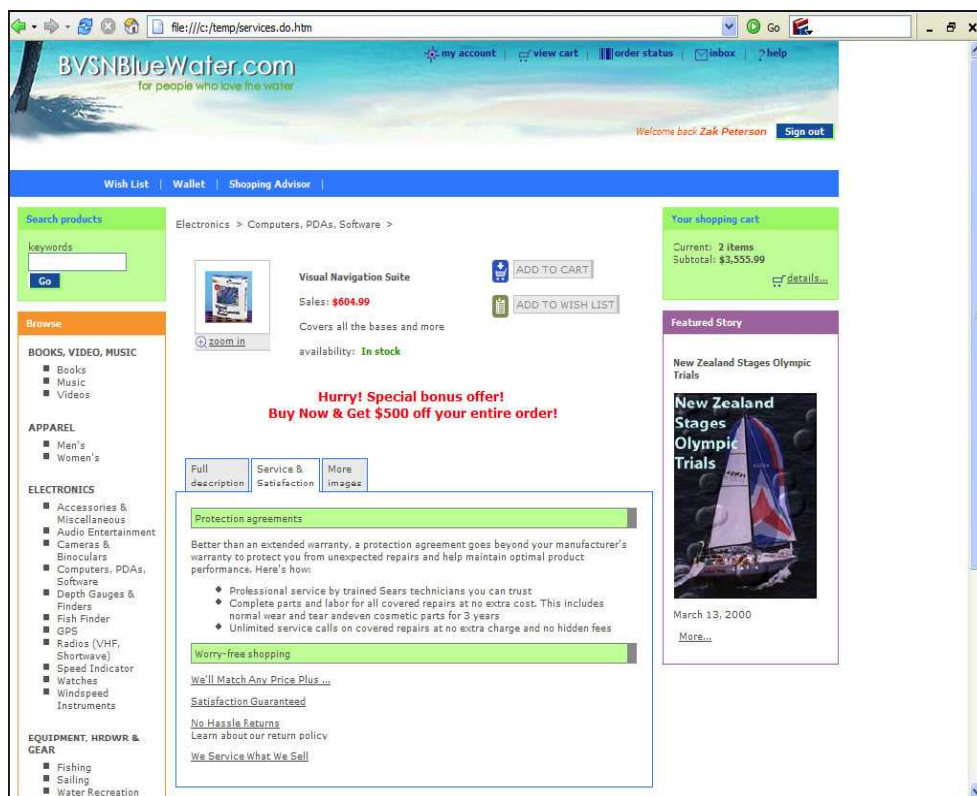
### 監査証跡

Candidate Adjustments						
Adjustment Name	Description	Stackable	Type	Scope	Priority	
10% off on electronics except radios	10% off on electronics except radios	No	Item	/Electronics	0	
5% off on electronics	5% off on all electronics items \$200 or higher	Yes	Item	/Electronics	2	
20% off Super Sale	20% off when you purchase more than \$2,000.	Yes	Item	/SuperSale	1	
\$500 off for order of \$4,000 or more	Purchase more than \$4,000, get additional \$500 off.	Yes	Order	/	1	

Item Adjustments			
Product Name	Short Description	Price	
ACTIVE NEW ZEALAND	Lively Kiwi culture in New Zealand	\$1,995.00	
Adjustment Name	Original Price	Discount	Discount Price
20% off Super Sale	\$1,995.00	\$399.00	\$1,596.00
<b>Total</b>		<b>\$399.00</b>	<b>\$1,596.00</b>
Product Name	Short Description	Price	
Northstar 951 XD GPS	Fully automatic differential GPS info	\$2,449.99	
Adjustment Name	Original Price	Discount	Discount Price
20% off Super Sale	\$2,449.99	\$490.00	\$1,959.99
<b>Total</b>		<b>\$490.00</b>	<b>\$1,959.99</b>

- 特別なオファーを買い物客に通知するインセンティブメッセージを作成できます。カスタマがいるサイトによって、節約できたお金はどのくらいかを示すターゲットメッセージを確認することができます。
- 特別な値引き資格を得られるところまできていることを買い物客に知らせるしきい値メッセージを作成できます。たとえばカスタマ向けにショッピングカートに「Levi'sのジーンズをあと1本以上ご購入されると、さらに5%の割引が受けられます」というメッセージを表示させることができます。

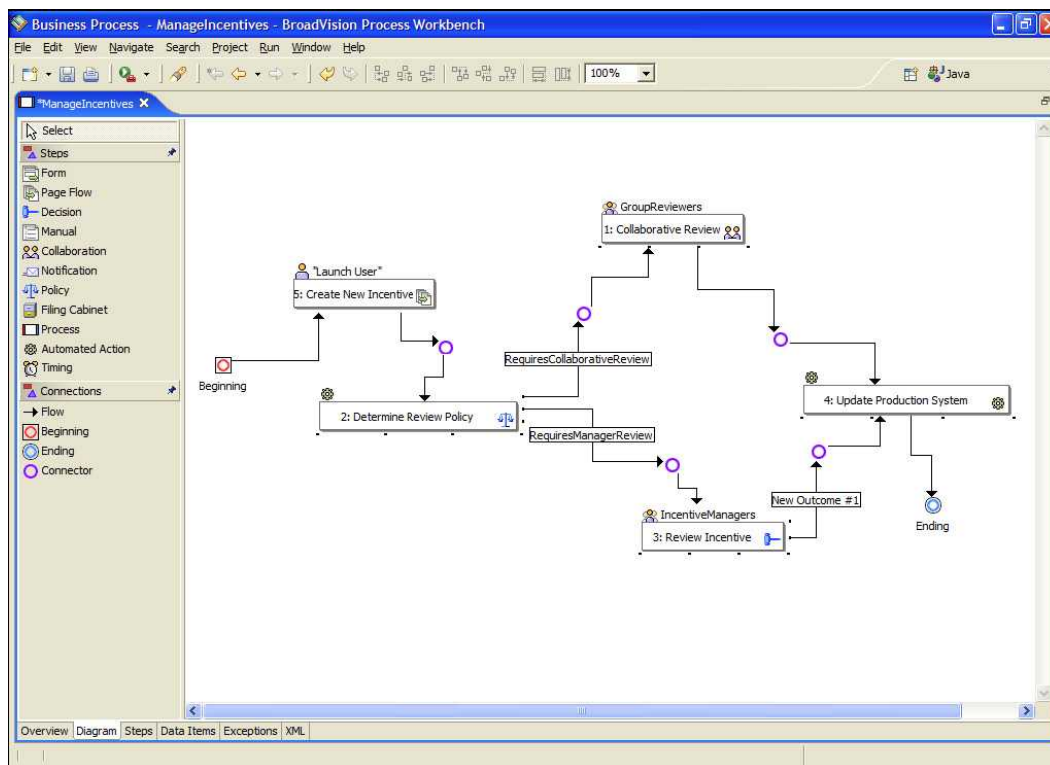


- カスタマサポートスタッフに値引き計算ができるようにします。カスタマが値引き内容を知りたくてサポートラインに電話をかけてきた場合、電話対応者は最良の取引を提案できる必要があります。
- バックエンドシステムで完全な取引履歴を記録できます。これには、POSシステム、価格設定エンジン、EPRシステム、在庫管理アプリケーションなどが装備されています。
- 将来の販促活動を改善していくために情報をレポートングツールまたは分析ツールにエクスポートできます。

## ビジネスニーズに適合するコンフィギュラビリティと リライアビリティ

eMerchandisingは、プロセス主導の管理フレームワークで構築されており、ニーズに合わせてさまざまな設定が簡単にできます。業務およびITチームと連携してプロセスを設計できるため、効率よく作業が進み、数ヶ月あるいは数週間もかけずに数日で必要な変更ができます。迅速な開発環境を構築する鍵は、Process Workbenchを導入することです。これは、ビジネスアナリストがプロセスモデルを作成し、このプロセスを導入するためにITチームに引き継ぐ前にそのフローをテストできるグラフィックツールです。エンジニアは、このツールを使用して、外部システムに適合するプロセス定義を行い、設計要素を機能的なWebページに変えるための仕様を追加します。これによってエンジニアがビジネス要件をコードに変換するときにしばしば起きる混乱や再作業の時間を排除することができます。

Process Workbenchを使用して、ビジネスに適用するインセンティブのタイプを表示したり、あるいは販売業者が情報を入力する方法を変更したりするためのマーチャンダイジングインターフェイスを簡単に変更できます。ワークフローを追加したり、変更したりすることもできます。これらの機能のおかげで、BroadVision eMerchandisingはe-コマースサイトの進化と成長にともなって簡単に導入、管理、変更ができます。



BroadVision Processを使用して、マーチャンダイジングプロセスをニーズに合わせて変更できます。

## e-コマースサイトの高パフォーマンスとスケーラビリティ

eMerchandisingは、性能に十分耐え得るe-コマースサイトを念頭に置き開発されています。その設計には、サイトをスローダウンさせる計算を慎重に回避する高パフォーマンスアルゴリズムを採用しています。これは、たとえ大量の製品カタログに非常に多くのインセンティブを対応させ管理するときでも有効です。このソリューションは、次の具体例で示すブロードビジョンの大手カスタマの業務に適用できます。

- 最近、提供商品数を3倍にし、百万点以上の品目を揃えた大規模小売サイト
- 1営業日で百万ドル以上の売上を処理するためにBroadVision e-Commerceソリューションを使用している米国連邦政府の機関

BroadVision eMerchandisingは、BroadVision e-コマースソリューションの一部であり、互いにシームレスに動作するように設計されています。同時にすべてのe-コマースエンジンとも連携できるようにオープンアダプターアーキテクチャーを採用しています。すべてのe-コマースサイトの販売業者は、ブロードビジョンに基づいたサイトであるかどうかにかかわらず、BroadVision eMerchandisingが生み出すユニークなビジネスバリューの恩恵を受けることができます。

## サマリー

BroadVision eMerchandisingは、小売業、法人向販売企業にかかわらず、オンライン販売を行っている企業に新しい競争上の優位性をもたらします。この戦略的なインセンティブは、次のようなことに役立ちます。

- ショッピングカートサイズの拡大、および大きな売上ボリュームをもたらします。たとえば、ある小売業はこのソリューションを導入した翌年1年で150万ドル以上の増収益を上げるまでになりました。
- オンラインとオフライン販売環境を結合します。このソリューションにより、同じインセンティブをオンライン、店舗、コールセンター、そしてその他の販売環境で提案することができます。
- 数多くの販促チームは簡単にe-コマースサイトを管理でき、収益性を最大限まで向上させることが可能になります。異なる部門がサイトの全体の管理構造を維持しながら、他部門は独立したインセンティブを作成して管理できます。

e-コマースサイトがブロードビジョン技術を採用しているかどうかにかかわらず、このエキサイティングで新しいソリューションを活用できます。詳細情報については、ブロードビジョンにお問い合わせください。

ブロードビジョンは、1993年以来イノベーションを推進し続けているe-ビジネスソリューションプロバイダです。ブロードビジョンのモジュラー型アプリケーションおよびアジャイルツールセットは、パーソナライゼーションとセルフサービス用の強固なフレームワークを構築し、さらに比類のない価値を世界中の様々なお客様に提供するという極めて重要なWebイニシアティブを発揮しています。数百の組織やAudible.com、ペイカー・ヒューズ、カーディナルヘルス、シティバンク、ヒルティ、ルノー、シアーズ、ソニー、ボーダフォン、米国空軍およびゼロックスなど5千万以上の登録ユーザーにサービスを提供し、e-ビジネスに最適なプラットフォームとしてブロードビジョンを利用いただいています。

### 日本ブロードビジョン株式会社

〒108-0014  
東京都港区芝4-10-1 ハンファビル4F  
Tel:03-5765-2900 / Fax:03-5765-2919  
www.broadvision.co.jp  
info@broadvision.co.jp

©2007, BroadVision, Inc., BroadVision, BroadVision Commerce, BroadVision Content, BroadVision Portal, およびBroadVision Processは、米国およびその他の国におけるBroadVision, Inc.の商標および登録商標です。その他のすべての商標は、それぞれの所有者の財産で、米国およびその他の国で登録されています。