

# 今日の顧客は、 優れた顧客体験に 大きな期待を 寄せており、

デジタルチャネルでの顧客体験への要求は、  
これまでにないほど高くなっています。

teradata.

celebrus ●  
CUSTOMER DATA PLATFORM



# 新型コロナウイルス感染症により、顧客はオンラインでの取引を余儀なくされたため、優れたデジタル体験を提供することがブランドにとってより重要になりました。

最近のマッキンゼーレポートによると、デジタルの採用はさまざまな業界で 28 ~ 46% 増加しており、こうした増加は永続的であると予想されます。

そのため、組織は、個人がデジタルチャネルでニューノーマルに適応するために、ハイパーパーソナライズされた体験を提供する方法を根本的に考え直しています。

意思決定者のデジタル体験に関する意見：

**85%**

消費者にリーチし、より良い関係を築くためには、デジタルでの顧客体験が最も効果的な方法であると考えています。

**66%**

リアルタイムに顧客体験を提供することを重視していると回答しています。

**65%**

インパクトのある顧客体験を創出することが組織の優先事項だと回答しています。



# 脱 Cookie が顧客体験の提供におけるリスクに

## 数千万ドルの収益が失われる可能性

ウェブサイトの訪問者を追跡し、パーソナライゼーションをサポートするために使用されるサードパーティの Cookie は、新しい、進化するプライバシー関連の法規制により、主要なブラウザによってますますブロックされています。Apple、Microsoft、Mozilla は、すでにデフォルトでサードパーティのトラッカーをブロックしており、Google は、2023 年までに Chrome でブロックされることを発表しました。

個人を追跡するためにサードパーティの Cookie に依存している企業は、体験をパーソナライズしたり、広告を最適化したり、チャネル全体で、また経時的にカスタマージャーニーを管理したりすることができなくなります。



# デジタルソリューションは、ブランドがデータドリブンの体験を実現するためのサポートに失敗しています

Forrester による最近の調査によると、意思決定者の 80%が、データドリブンの顧客体験がビジネスの成果をもたらすと考えています。しかし、60%以上が「デジタル顧客データの取得と理解が難しい」と回答しています。サードパーティ Cookie の不使用により、この問題がエスカレートしています。

組織は、デジタル分析ソリューションの使用に関して5つの重要な課題に直面しています。

**ID** がウェブセッションやデバイス間で持続しないため、ユーザーの追跡や識別ができない

従来のタグベースの追跡のため、またブラウザが Cookie ベースの追跡ソフトウェアをサポートしていないため、**ギャップ**がチャンネル間のデジタルデータに存在

Cookie とトラッカーのブロックを回避することを目的とした手動のハッキングとコードにより、**セキュリティ**とガバナンスが課題に






データの収集と処理に時間がかかるため、**リアルタイム**の意思決定が不可能

パーソナライズされた体験の**活用**が分析と意思決定のための詳細なデータへのアクセスなしで制限



# ギャップを埋める： 顧客を深く理解し、リアルタイムの意思 決定による最適な顧客体験を促進するために、 すべての顧客インタラクションの ファーストパーティによる識別と収集

テラデータと Celebrus を使用すると、次のことができます。

-  すべてのタッチポイントとデバイス間で、経時的に識別を維持する
-  あらゆる質問に回答し、強化された CX を提供するためにデータ収集のギャップをなくす
-  データのコンプライアンスとセキュリティを確保する
-  すべてのユーザーインタラクションで詳細なデータを収集する
-  リアルタイムでデータをアクティブにして、パーソナライズされた体験を促進する



## 導入事例：

# メリットは明らかです

世界のトップ5の金融サービス会社は、特定の顧客に接続するために必要な詳細が不足しているデジタルデータに悩まされていました。これにより、分析の洞察が制限され、顧客体験の管理に課題が生じました。

テラデータと Celebrus は、チャンネル全体で顧客を識別し、デジタルインタラクションのコンテキストを取得して、特定のカスタマージャーニーの改善を推進しました。これにより、以下のことを実現しました。

**5,000  
万ドル**

**収益** パーソナライズされた CX で実現

**5 倍**

**増加** 申請完了  
件数

**50%**

**増加** クリックス  
ルー率





# テラデータと Celebrus により データのアクティベーションは簡単

- ✓ Celebrus は、インタラクションから詳細なデータを収集し、すべてのデジタルチャネルでユーザーを識別します
- ✓ Teradata Vantage™ のカスタマーエクスペリエンス・データモデルは、Celebrus からほぼリアルタイムでデータを取得し、整理することができます。
- ✓ 強力なテラデータの分析エンジンにより、デジタルデータを大規模に処理して、行動やインサイトを明らかにすることができます
- ✓ Teradata Vantage のリアルタイム機能により、ユーザーがデジタルチャネルを使用しているときに、状況に応じた意思決定とアクションが可能になります
- ✓ Teradata Vantage と MarTech エコシステムのより広範な統合により、マーケティングの遂行と追加の CX ユースケースが可能になります





# データの中で CX の可能性を 最大限に引き出す

あらゆる CX の課題を解決するために必要なパワー、スケーラビリティ、エンタープライズ・アナリティクスを手に入れましょう。

Celebrus は、世界で唯一のファーストパーティ、リアルタイム、エンタープライズクラスのデータキャプチャおよびコンテキスト化ソリューションであり、オンラインの顧客ごとに世界トップクラスのデジタル体験を生み出すことで、大幅な節約とオンライン収益の増加を実現します。**詳しくは、[Celebrus.com](https://celebrus.com)** をご覧ください

テラデータは、エンタープライズ・アナリティクスのためのマルチクラウド・データプラットフォームで、360 度の総合的な顧客ビューと高度なインサイトを実現するエンタープライズデータおよび分析のユースケースを大規模にサポートし、ビジネスの成長に向けたリアルタイムのコンテキストに基づくアクションに導くことができます。**詳しくは、[Teradata.jp](https://teradata.jp)** をご覧ください

17095 Via Del Campo, San Diego, CA 92127 Teradata.jp

Teradata ロゴは商標であり、Teradata は米国および全世界における Teradata Corporation および / またはその関連会社の登録商標です。テラデータは、新しいテクノロジーやコンポーネントの登場に合わせて製品を改善し続けています。そのため、テラデータは、各種仕様を事前の通知なく変更できる権利を持つものとします。地域や市場によっては、本書に記載されている機能、仕様、動作の一部を利用できない場合があります。詳細については、テラデータの営業担当者、または [www.teradata.jp](https://www.teradata.jp) よりお問い合わせください。

© 2022 Teradata Corporation All Rights Reserved. Produced in U.S.A. O4.22