

## 小売業のビジネスを最大化する情報活用テンプレート群

小売業にとって、顧客の動き、商品の動きを捉えることは最大の関心事です。顧客・商品の動きを可視化し、その分析から創造される次の打ち手のヒントこそが情報活用がもたらす最大の価値と言えます。Retail Template® (リテール・テンプレート) は、10年以上にわたる小売業に対するデータウェアハウス導入実績と、その凝縮されたノウハウを背景に、企業の意味決定をサポートします。

### Retail Template

これからの経営には企業内に眠る営業情報、商品情報、顧客情報を分析し、迅速にPDCAをマネジメントすることがかかってないほどに求められています。賢明な小売業はその成果を社内ナレッジとして資産化し、活用することで企業活動の機動性を高め、競争力を最大化していきようとしています。

Retail Templateは、その意思決定に必要な機能をテンプレート化することで、競争力を高めるための戦略的意思決定支援システムを、短期間、かつ柔軟に構築することを可能にします。

### 小売業特有の情報分析ニーズを包括的にサポート

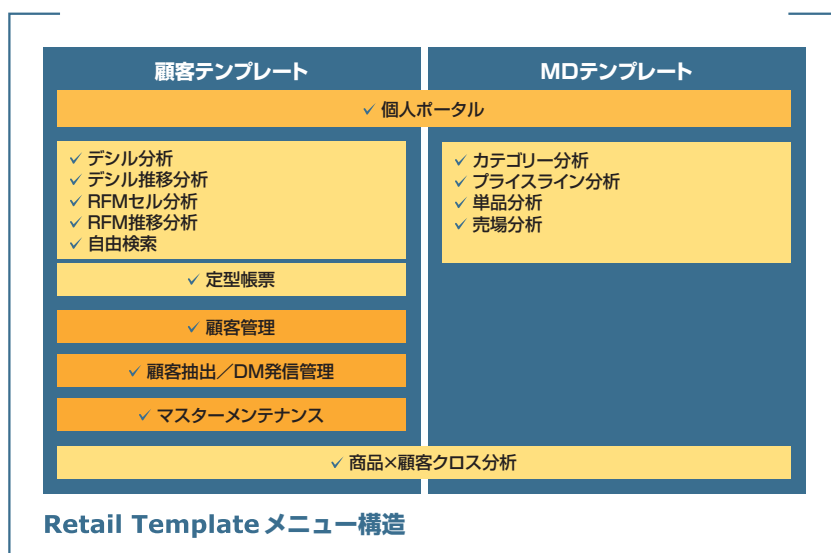
Retail Templateは、小売業様向けに開発された意思決定支援ソリューションです。10年以上にわたる小売業のお客様に対するDWH導入実績を背景に、日々のビジネスシーンで必要とされる情報活用機能をテンプレート化し集合化することで、経営からMD/バイヤー、マーケティング、売場にいたるまでのあらゆる情報活用ニーズに柔軟に対応することができます。コード体系の変更や組織変更時に発生する過去データの遡及など、世の中のBIツールでは対応に限界のある小売業特有のニーズに対しても柔軟に対応することができます。コアモジュールとして「ポータル機能」、「MDテンプレート」「顧客テンプレート」「商品×顧客クロス分析」を提供し、企業全体の意思決定フレームワークと、そのエンジンとしての機能を提供します。

### 情報分析と業務との融合を実現「ポータル機能」

ポータル機能は、日々ビジネスシーンで発生している有益な情報を経営から現場まで隈なく伝達します。利用者には個人専用のポータル画面が用意されています。業務を遂行する上で必要な情報を予めポータル画面に登録保存し、その情報を再利用することで情報分析そのものが日常化され、業務プロセスにおける重要な意思決定に大きく貢献します。また、例えば「基準在庫を下回った商品」のように、ある基準値を下回っている/上回っている、といった警告を発してくれるアラート機能を仕掛けておくことで、利用価値の高い情報が自動的に提供され、利用者は精度の高い意思決定が可能になります。これらの機能は、情報分析を出発点とした意思決定と業務遂行を動機付け、個人のスキルを磨き、やがては組織としての力を向上させます。

### 顧客ニーズに応えるサプライチェーンの実現「MDテンプレート」

「欲しい商品」を「欲しい時」に「欲しい場所」で「欲しい価格」で購入できることこそお客様が小売業に最も期待していることです。小売業はお客様の期待に応えながら、売れ筋を確保しつつ在庫は必要最低限のレベルで維持するオペレーションが強く求められています。これには取引先を含めたサプライチェーンを適正化する取り組みが不可欠であり、そのことがお客様への生活提案を進化させ、お客様と店舗との距離を縮めるブリッジの役目を果たします。これからは、データを基礎とした仮説にもとづくディスカッションから意思決定を



# Retail Template

行い、適切なアクションを実行し、結果を評価する仮説検証型マネジメントの定着が必要不可欠となります。MDテンプレートは、商品に関するすべての動向を可視化します。商品分類、SKUレベルでの非定型検索からプライスライン分析、カテゴリ分析といった機能は、例えば、あるバイヤーは担当部門において、投入日から直近4週間のSKU別売上状況を把握し、売価や発注、品揃えをコントロールしていく、といったアクションを可能にし、お客様ニーズに応えたサプライチェーン適正化への取り組みをより強力なものにしていきます。

## お客様へ適切なオファリングの実行 「顧客テンプレート」

昨今では、世界的な競争激化の中、お客様の期待を上回る商品/サービスをいかに迅速に、かつ適切な方法で提供し、顧客ロイヤリティを高めていくかが競争を勝ち残るための前提となっています。そのためには、お客様の動きを理解し、お客様に関する洞察をすべての意思決定者にタイミングよく提供し、その洞察はリアルタイムでオファリングに応用されなくてはなりません。顧客テンプレートは、お客様に関するすべての動向を可視化します。例えば、デシル分析やRFM分析は、お客様のポジショニングを明確化し、そこから購買実績や属性情報等のさまざまな条件を組み合わせた

ら、最もレスポンスが期待できるお客様のターゲティング、オファリング、結果検証といった一連のマーケティングプロセスの実行を可能にし、同時に企業がお客様とのコミュニケーションノウハウを学習する機会を、より実践的に提供します。

## 商品とお客様とを融合した分析 「商品×顧客クロス分析」

販売された商品はお客様によって購買され、そこには購買される理由がお客様の中に必ず存在します。しかし一人一人にその理由を聞くことはできません。そのような環境の中、適切な品揃えを期待される小売業は、購買される理由を素早く洞察し、リアルタイムでお客様に商品/サービスをオファーしなくてはなりません。商品×顧客クロス分析は、お客様と商品とを融合した購買動向を可視化します。この機能を使うと、例えばこの商品はどんなお客様に購入されているのか?このタイプのお客様はどんな商品を購入しているのか?といった傾向値を、任意に条件設定し分析することで、そこからターゲットとする商品とお客様のタイプをマトリクス化することができます。商品担当、お客様担当両者は、それらの情報を共有し、互いのノウハウを結集することで品揃えやオファリングが、より適切に、かつ効果的に実行することが可能になります。

## Teradata のポテンシャルを最大限に生かした高パフォーマンスの実現

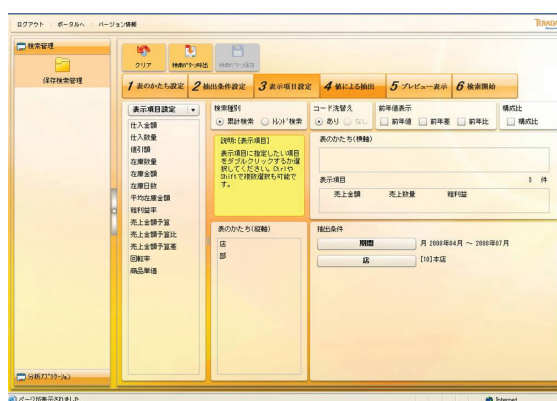
Retail Templateでは、データベースに最新Teradataを採用しています。Teradataは、業界最大級のパフォーマンスとスケラビリティを実現し、テラバイト級の大容量POSデータ、顧客データの維持と管理や複雑な検索、多重度への対応にも優れたポテンシャルを発揮します。

## 最新アーキテクチャの採用

Retail Templateはユーザーインターフェースの開発フレームワークとしてAdobe® Flexを、データ通信の効率化にAdobe LiveCycle™ (アドビ システムズ社)を採用し、最新Web環境であるRIA (Rich Internet application)の技術を取り入れ、分析アプリケーションを提供します。RIA技術によりユーザーインターフェースの表現力と操作性を向上させ、高い利用者満足度を実現します。また、HTMLベースのアプリケーションとは異なり、データ更新時に、都度サーバで画面生成を行う必要がなく、データ送信自体も効率化されているため、アプリケーションサーバの負荷を最小化するとともに、応答性能の向上を実現しています。



個人ポータル画面



単品分析条件設定画面



日本テラデータ株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川1-21-2 (茅場町タワー)  
http://www.teradata-j.com/

・このカタログの記載情報は、2009年3月現在のものです。

・Retail Templateは日本テラデータの登録商標です。Adobe、Adobe Flex、ならびにAdobe LiveCycle は、Adobe Systems Incorporated (アドビ システムズ社) の米国ならびにその他の国における商標または登録商標です。  
本文中に記載されている製品情報は、予告なく変更する場合がありますのでご了承下さい。

© 2009 日本テラデータ株式会社 All Rights Reserved.

TDMK-3071 (0903)