

米国におけるトランス・プロモの実践 ～米国ホテルチェーンにおける実証実験結果～

インフォプリント・ソリューションズ・ジャパン株式会社
特機営業部 基幹印刷セグメントマネージャー

岩崎 透



アジェンダ

- インフォプリントの考えるトランス・プロモ・ソリューション
- ベストウェスタン・ホテルにおけるパイロットケース
- トランス・プロモへのアプローチ



インフォプリント・ソリューションズの考える トランス・プロモ・ソリューション

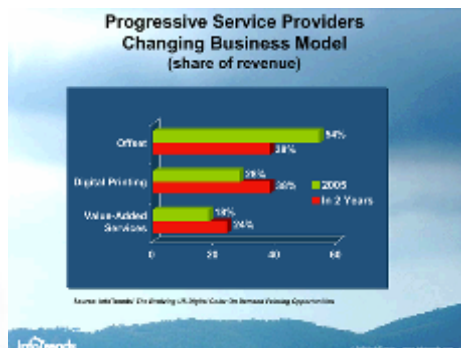


トランス・プロモのドキュメント

Economy of scale (量) → Economy of value (質)

Mass Printing (大量印刷) → Personalized Printing (多品種少量印刷へ)

オフセット印刷 → デジタル印刷機(高速プリンター) + 付加価値サービス



TransPromo (トランスプロモ)
 顧客向けに定期的に発送される
 開封率100%の取引明細書に
 パーソナルメッセージを掲載した、
 低コストかつ高いレスポンスが
 見込める印刷アプリケーション

Transaction Data +
Promotion Material (Customer
 Relationship Management) =
TransPromo

トランス・プロモのドキュメント

RICOH | TRM
Infiniti Business Company

担当者からの写真入のご挨拶文

購買者・購買層から広告の選択

広告スペースの外販

対象者に合わせたオプション・ツアーの掲載

購買履歴からの広告の選択

トランス・プロモは、お客様とのコミュニケーションを強化し、アップ・セル/クロス・セルを増大させるマーケティングの手法

マーケティング最高責任者（CMO）の優先項目

RICOH | TRM
Infiniti Business Company

CMO Councilの2007年調査によるとマーケティング最高責任者は、次の5項目を優先目標としています。

- ① マーケティングプログラムと投資を計量化する。
- ② マーケティング部門を効率化する。
- ③ お客様の理解や知識を深め、コミュニケーションを活性化させる。
- ④ マーケティング予算を拡大し、ROIを高める。
- ⑤ 既存の顧客・リレーションシップからより大きな潜在価値を探し出し、収益性を拡大させる。

CMO Councilは、世界最大のCMOの（マーケティング関係者の業界団体）です。約4,500社のCMOが参加しています。

CMO Council 2007 Marketing Outlook



トランス・プロモの実践への課題と解決案

トランスプロモを実践する上でCMO/CIOが
直面する課題

マーケティング最高責任者(CMO)

- CMO自身がトランスプロモの知識がなく、価値を見過ごすこと。
- トランスプロモのロードマップの欠如。
- キャンペーンからタイムリーかつ有効なデータの抽出すること。
- 最新のデータ解析ツールを使いこなすこと。
- トランスプロモへの投資の正当性を示す客観的な指標の入手。

情報担当役員(CIO)

- CMOをサポートするための必要項目。
- 現状のまま、あるいは最低限度のシステム変更。
 - 新しいデータ抽出方法。
 - 効果のあるドキュメント作成方法に直結させること。

CMO/CIOを後押しするために必要な要素

マーケティング

- トランスプロモの認知度向上

ケース・スタディ/パイロット

- 他での事例参照
- マーケティング分析・データ分析
- ROI や効果測定指標の策定

ロードマップ

- End to end アプローチ
- 先行成功事例
- テクノロジー、構成要素の最適化
- システムとしての統合

トランス・プロモの構成

I/T
アプリケーション

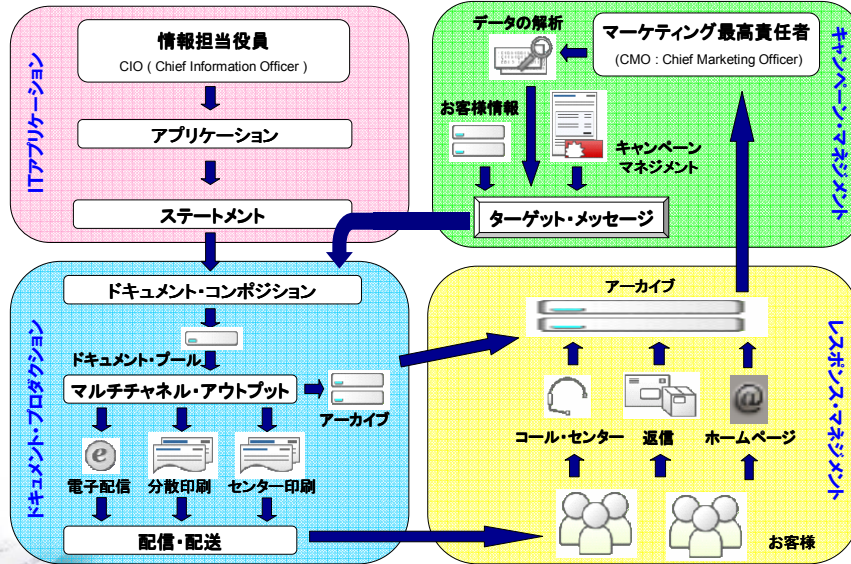
キャンペーン
マネジメント

ドキュメント
プロダクション

レスポンス
マネジメント



トランス・プロモ・ソリューションの概要



ベストウェスタン・ホテルにおけるパイロットケース



ベストウェスタン・ホテルでのパイロット

RICOH | TRM
InfoPrint Business Company

目的：トランスプロモの効果測定

▶比較グループ

- コントロール・グループ (50,000名)
 - ・従来どおりの明細とキャンペーンを封入物で送付したグループ
- テスト・グループ (50,000名)
 - ・トランスプロモ・ドキュメントを配布したグループ

▶トランスプロモ・ドキュメント

- 見た目を再構成・カラー化
- 封入物から紙上の印刷へ移行
- メッセージや個人向けに対して可変データ
- 片面印刷から両面印刷

▶評価指標

- 秋のキャンペーンに参加
- マスターカードへの入会
- 売り上げへの影響

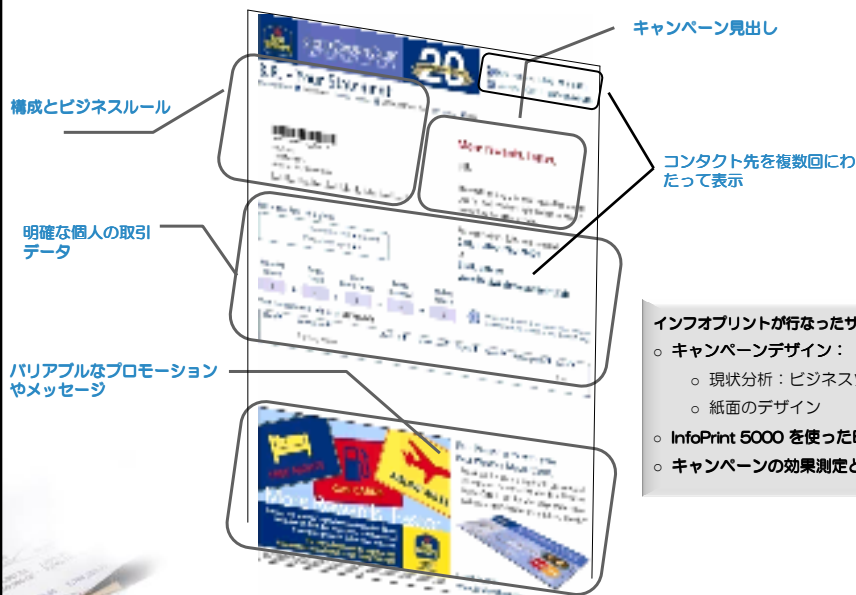


トランス・プロモの明細書



トランス・プロモ・ドキュメントのポイント

RICOH | TRM
InfoPrint Business Company



インフォプリントが行なったサービス

- キャンペーンデザイン：
 - 現状分析：ビジネスツール
 - 紙面のデザイン
- InfoPrint 5000 を使った印刷
- キャンペーンの効果測定とROI

パイロット・ケースでの指標

RICOH | TRM
InfoPrint Solutions Company

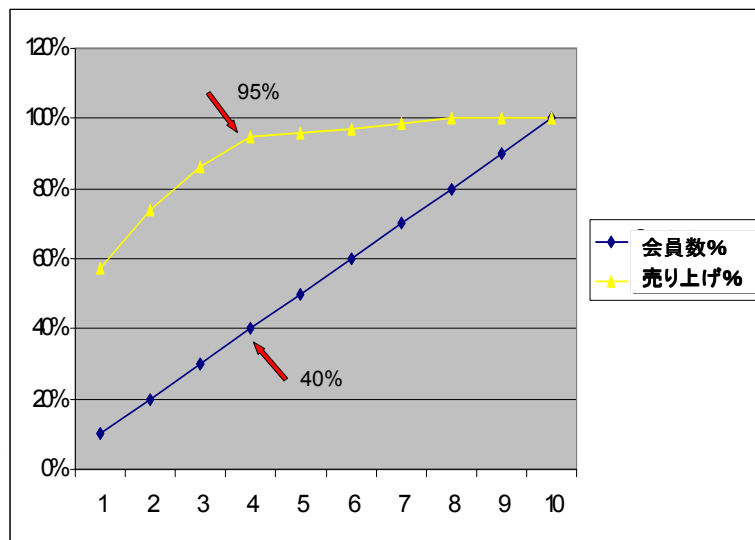
✓データ分析と指標コンサルティングがキー

1. キャンペーン勧誘：ホテル会員の秋のプロモーションに参加する割合
2. ホテル会員の秋のプロモーションに予約をする割合
3. ホテル会員が再度訪れる回数・宿泊数
4. ホテル会員が宿泊からの売り上げ（付随する売り上げを含む）
5. ホテル会員がクレジットカードのオファーに登録をする割合
6. パイロット： 6-8週間モニター



お客様の分析

RICOH | TRM
InfoPrint Solutions Company



Source : InfoPrint Solutions



ベストウェスタン・ホテルパイロット結果

RICOH | IBM
InfoPrint Solutions Company

(トランスプロモのテストグループが、行なわないコントロールグループに対しての増加)

- **15% up** 秋のキャンペーン・プログラム登録数
- **39% up** 再滞在回数
- **34% up** 滞在宿泊日数
- **30% up** 売り上げ
- **500% up** ベストウェスタンとのタイアップマスターカード申し込み数
- **33% up** エコロジー（紙の節約）

278% vs. **178%** ROI (Return On Investment)
(テストグループ vs. コントロールグループ)



パイロットケース第2弾（全米大手ケーブルTV社）

RICOH | IBM
InfoPrint Solutions Company

CSG System社と協業し、大手ケーブルTV社とパイロットを展開



Leading Cable Provider Selects InfoPrint and CSG Systems to Enable Personalized, Targeted Communications

BOULDER, CO -- (MARKETWIRE) -- 03/10/09 --

InfoPrint Solutions Company, a joint venture between IBM and Ricoh, today announced it has successfully implemented a colorful, customized and targeted marketing campaign for one of the top US cable operators. This was set up via the independent consortium, the Chief Marketing Officer (CMO) Council, under the Council's Routes to Revenue project. This campaign was carried out with CSG Systems (NASDAQ: CSGS), leaders in customer interaction management and customized color print communications. The pilot highlighted an impressive 27 percent increase in registrants to the cable operator's, or Multi-System Operator's (MSO), digital phone service.

The launch of this pilot program is a significant milestone in the industry's move toward personalized, targeted communications. The CMO Council, a consortium of leading cable operators, is focused on driving revenue growth through targeted marketing and customer engagement. This pilot program is a key part of the Council's strategy to improve customer experience and drive revenue growth. The pilot program was a success, highlighting the power of personalized, targeted communications. The pilot program was a success, highlighting the power of personalized, targeted communications. The pilot program was a success, highlighting the power of personalized, targeted communications.



トランス・プロモへのアプローチ



どのように進めるのか？ 最初のステップは？

現行からトランス・プロモに移行するには専門の知識と入念な準備が不可欠です。

- ステップ1: お客様の目的を明確にする
 - マーケット・プログラム を作るのか
 - 帳票を作成することなのか
 - テクノロジー基盤を作ることなのか
- ステップ 2: 現状を分析する
- ステップ 3: どのようにすれば、トランスプロモに移行できるか、やるべきロードマップを作成すること
- ステップ 4: 次のステップのための評価を行う
 - ビジネスケース作成のための包括的な評価
 - 成功へ加速させるためのパイロットの実施
 - トランスプロモ部分展開の実施
 - トランスプロモ全面展開の実施



トランス・プロモへの移行

RICOH | TRM
InfoPrint Solutions Company

ワークショップが完了しロードマッププランを作成の後、トランスプロモの移行プランを作成・実施します。

ワークショップ（1-2日） ステップ1,2



InfoPrint Solutions
TransPromo Team

トランスプロモ
評価計画
(2-3週間)

トランスプロモ
パイロット
(2-6ヶ月)

トランスプロモ
部分展開
(6-12ヶ月)

トランスプロモ
全面展開
(12-24ヶ月)

ステップ3

ステップ4以降

今後の課題

RICOH | TRM
InfoPrint Solutions Company

- ✓ 日本でのパイロット・ケース実施
- ✓ 統合的なシステム提供
- ✓ 日本固有の事情(業務慣習・お客様との関係・文化意識など多岐に渡る)の吸収・反映



ご清聴ありがとうございました

<http://www.infoprint.com/jp>

e-mail: tohru.iwasaki@infoprint.com

