

TransPromoへのロードマップ

製品化までの時間短縮を目指すITマネージャーとプロダクション・マネージャーを対象としたビジネスおよびテクノロジーの考察

Christopher Reid, グローバル・ソリューションズ・マネージャー

Lee Gallagher, グローバル・ソリューションズ・マネージャー

目次	概要	3
	TransPromoとは	3
	なぜ今TransPromoなのか	3
	明細書をカラフルに	4
	ダイレクトなコミュニケーションの増大	4
	顧客のニーズに応える	5
	ビジネスの優先順位と連携した戦略	5
	テクノロジーを活用した戦略	5
	TransPromoの可能性	6
	成功の秘訣は「チャレンジ&テスト&結果分析」	6
	ドキュメントが生み出す価値とは	7
	一貫性のあるコミュニケーション	8
	クロスプラットフォーム・ソリューションで付加価値を増大	8
	TransPromoの実践	8
	TransPromoを始める	9
	慎重なプランニング	10
	最適な戦略をベストタイミングで	11
	TransPromoチェックリスト	11
	テクノロジーの概要	12
	大量印刷ソリューションのコンポーネント	13
	少量/分散ソリューションのコンポーネント	14

概要

本書は、世界規模で認識されつつあるTransPromoの可能性について、ITおよびプロダクション・マネージャーを対象に紹介することを目的としたホワイトペーパーです。TransPromoとは、ビジネスと顧客を直結するマーケティング戦略であり、取引明細書や請求書など顧客が必ず読むドキュメントにパーソナライズされたマーケティング・メッセージを組み込む手法です。TransPromoには、次のような効果があります。

- 収益の増大
- カスタマー・リレーションシップの発展と強化
- ダイレクト・マーケティングのコスト低減

請求明細書などのトランザクション・ドキュメントは、顧客と企業における定期的に発生するコミュニケーション・ツールであり、また、開封率の高いドキュメント特性から、強力なダイレクトメール・ツールとして活用できます。TransPromoは、統合的なマーケティング活動を行う上で、カスタマー・リレーションシップの維持・強化や拡大などの発展に大きく寄与します。単調な明細書やメッセージだけでは発揮できない、カラフルかつパーソナライズされた顧客志向のマーケティング・コミュニケーション戦略であるTransPromoには、次のような効果があります。

- ブランド・イメージを強化し、競争力強化のための差別化を図る
- 請求書がわかりやすくなり、コールセンターへの問い合わせが減少する
- アップセルやクロスセルのキャンペーン実施により、業績アップにつなげる
- 広告スペースの販売が新たな収入源となる
- パーソナルなメッセージを含めることで、ブランド・ロイヤリティを高める
- マルチチャネル・マーケティングを強化・拡張する

本書では、TransPromoの特徴とテクノロジーを詳しく説明し、ブランド力の強化、カスタマー・リレーションシップの発展、マーケティング・キャンペーンの推進のための方法を紹介します。

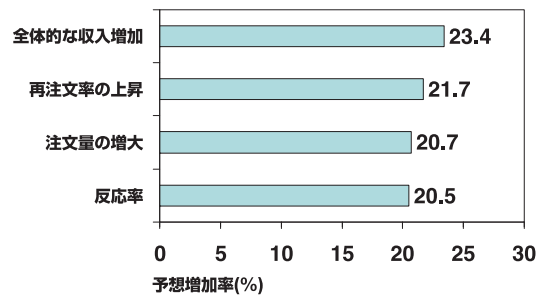
TRANSPROMOとは

TransPromoとは、取引明細書、請求書、給付金の説明、契約の通知、領収書やPOS/POPシステム・ドキュメントなど、顧客が必ず読むトランザクション・ドキュメントに、カスタマイズした販促メッセージを組み込む手法です。TransPromoでは、カラー印刷やグラフィック、CRM(顧客情報管理)データを組み込むことによって、顧客の購買動向に影響を与え、収益増大を実現します。この手法は、アップセル、クロスセル、特に顧客維持のためのキャンペーンなど、B2C(一般消費者向けビジネス)コミュニケーションで大きな威力を発揮します。

なぜ今TRANSPROMOなのか

TransPromoの概念自体は新しいものではなく、長い歴史があります。最近になって、市場の状況、マーケティングの優先課題、テクノロジーの進化といった条件が揃ったことにより、TransPromoは積極的に採用されています。印刷物にカラーを使用することの効果、ダイレクトメールの成長、世界的な郵便料金の上昇を背景に、企業はコミュニケーションの質や量を再検討しています。TransPromoは、特にマルチチャネル・キャンペーンで有効な、顧客とのコミュニケーションで未開拓の価値を探し出すための手法です。適切な出力/印刷管理ソリューションを導入することによって、大量印刷環境と分散印刷環境のいずれにおいても、プロセスの簡易化、コスト削減、業績アップを実現できます。以下は、最近実施された業界調査の結果です。

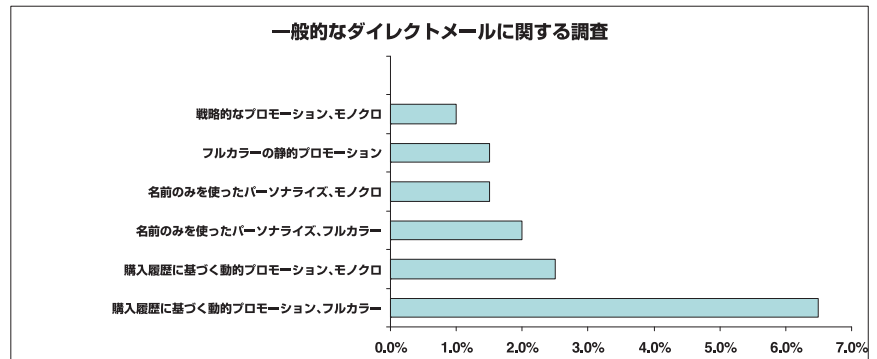
パーソナライズされた郵便物で期待される効果



出展：「The Future of Mail report」Info Trends 2007年

業界アナリストの InfoTrends は、パーソナライズされたドキュメントは、収益の増大、再注文率、注文量および反応率の増大に効果があると報告しています¹。

一般的なダイレクトメールに関する調査



出展：「Romano and Broudy Study for Digital Printing Council」

Romano and Broudy の調査によると、標準的なダイレクトメールへの反応率が2~4%であるのに対し、購入履歴や宣材を活用してフルカラーの郵便物をパーソナライズした場合、反応率は6.5%と大きく上昇します²。

明細書をカラフルに

色とパーソライゼーションがもたらす効果は認識されてきており、このような手法を使ったダイレクトメールには多くの利点があるという認識が広く浸透しています。財団法人電子文書システムは、2007年の調査で、「従来のモノクロ印刷を使用してきた企業では、ハイライトやフルカラー印刷への切り替えが進んでおり、特にトランザクション・ドキュメントのカラー印刷が増えている³」と述べています。次に、これを裏付けるデータを紹介します。

ダイレクトメールへの投資は、2000年以降は年間複合成長率4.9%、2002年以降は年間平均7.1%で増加しています。これは、インターネット広告に対する支出の7倍に相当します⁵。

- 調査結果によると、人間は無意識のうちに、最初に目に入ってから90秒以内に人物、環境、製品を判断しています。
- 判断の62~90%は、色だけに基づいて行われています。
- 色がもたらすブランド認知度の向上効果は、最大80%にのびります。
- 色の使用により、読者数を40%、学習効果を55~78%、理解度を73%向上できます⁴。

ダイレクトなコミュニケーションの増大

ダイレクトメールが増大している背景の1つには、インターネットに対する不安があり機密情報を含む内容は紙媒体で受け取りたいという消費者心理があります。そして、このようなニーズに最適なのがTransPromoです。Webでの電子明細書配信が直面している課題には、セキュリティ面の不安、紙ベースのコミュニケーションを求める消費者心理、高速インターネットの普及の遅れ、全請求書を1箇所に表示する利便性を伴わないことが挙げられます⁶。

顧客のニーズに応える

顧客に送付される広告、電子メール、ダイレクトメール、その他の勧誘は、1日で最大数千通におよびます。このような状況においては、他の郵便との差別化を図ることがさらに重要となります。顧客が求めているのは、正確でタイムリーなコミュニケーション、瞬時的なWebアクセス、ロイヤリティ・プログラム、その他ビジネスに有効な方法であり、これにはマルチチャネル・キャンペーンが最適です。では、顧客のニーズを満たすと同時に、自社の収益、市場シェア、顧客の購入額を増大しつつ、コストを削減する方法はあるでしょうか。

TransPromoは、対象顧客を確実に絞り込むという点で効果を発揮します。TransPromoでトランザクション・ドキュメントを作成すると、受け取った人の95%が開封し、1通あたり1~3分かけて目を通します⁷。

ビジネスの優先順位と連携した戦略

Marketing Councilの2007年調査によると、マーケティング担当者は、次の5つを優先目標としています⁸。

1. マーケティングプログラムと投資価値を計量化する
2. マーケティング部門を効率化する
3. 顧客の理解や知識を深め、会話を活性化させる
4. マーケティング予算を拡大し、ROI を向上させる
5. 既存のカスタマー・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、収益性を増大させる

TransPromoは、顧客と直結した効率の高いチャンネルを新しく提供し、業績のトラッキング、顧客エンゲージメント、コスト効率の高いマーケティング展開、収益向上を可能にします。

TransPromoは、顧客と直結した効率の高いチャンネルを新しく提供することによって、このような課題にも十分に対応できます。これにより、業績の追跡評価、顧客エンゲージメント、コスト効率の高いマーケティング展開、収益向上が可能になります。ラジオ、新聞、TVなど、従来型のブロードキャスト・メディアには、効果の計測が困難であるという欠点があります。一方、電話や電子メールより郵便物を好むという顧客の要望と高いROIを背景に増大しているダイレクトメールは、TransPromoが最も得意とする分野です。

ダイレクト・マーケティング戦略にTransPromoを組み込めば、事前印刷した折込を明細書に同封する必要はありません。顧客が高い関心を示す内容を絞り込み、パーソナライズされた「オンサート」(明細書上に掲載する)メッセージを無数に組み合わせることができます。

テクノロジーを活用した戦略

大量印刷環境や分散印刷環境では、ハードウェア、ソフトウェア、サービスの拡充により、TransPromoに適した環境が整っています。カラーおよびモノクロ可変データをサポートする高速プリンターや、デバイスに依存しないAFP™(Advanced Function Presentation™)アーキテクチャ(カラー・マネージメント機能搭載)は、大量印刷に適しています。また、少量印刷時の分散アプリケーションの場合は、カラーとモノクロのワークグループおよび工業用プリンターを適切なソフトウェアと組み合わせることにより、多用途での利用や効率化が可能になります。さらに、データ・マイニングや印刷、ドキュメント作成、余白の管理(取引明細書の空白部分に、各顧客に合わせた情報を掲載)、ジョブや生産性のトラッキングなどには、既存のツールを活用できます。ワークフロー・ソフトウェア/サービスは、デバイスの使用率、プロセスの効率、ドキュメント・レベルでの完全性に不可欠なサポートを提供します。

リコーとIBMの合併会社であるInfoPrint Solutions Company™は、TransPromoのテクノロジーに投資しており、TransPromoの迅速かつ効率的な導入のための企業サポートを行っています。同時に、プライバシー保護や法規制コンプライアンスにも取り組んでいます。

TRANSPROMOの可能性

TransPromoには、次のような可能性があります。

- 差別化による競争力強化
- ブランド力の強化
- マルチチャネル・マーケティングを通じて、顧客との接点や販売機会の拡大
- コスト・センターをプロフィット・センターへ転換。たとえば、パーソナライズされたマーケティングでは事前印刷されたインサートを封入するのではなく、電子的なオンサートによって重量と送料を削減。余白部分は新たな収入源として販売
- 取引明細書でのクロスセルやアップセルで、顧客の購買額を増加
- サプライヤー／ビジネス・パートナーの製品やサービスを取引明細書に掲載することにより、パートナーのロイヤリティを向上
- ロイヤリティ・プログラムをサポート
- 明確でシンプルなカラー取引明細書により、売掛金回収期間を短縮
- 折込、送料、事前印刷用紙、発送作業のコストを低減。コミュニケーションの改善により、顧客からの問い合わせに対応するコールセンターのコストも削減

次のデータがTransPromoの効果を裏付けています。

- 調査によると、2010年までにトランザクション・ドキュメントの33%がフルカラー・デジタル印刷へ移行。トランザクション・ドキュメントにおけるデジタルカラーの使用率が、2002年の39.1%から2006年には45.8%へと増大していることから、TransPromoは、2010年までに複合年間成長率91%で成長する見込み⁹
- 2010年までに、ドキュメント作成者の2/3がトランザクション・ドキュメントにマーケティング要素を追加する見込み¹⁰
- ホテル業界は現在、トランザクション・ドキュメントを除く印刷物の約1/3に可変データを使用¹¹

以上のデータは、今がTransPromoを採用する絶好のタイミングだということを示しています。

成功の秘訣は「チャレンジ&テスト&結果分析」

どのようなダイレクト・マーケティング・キャンペーンでも、対象となる顧客に関する貴重な情報を得ることができます。では、このような情報をどのように活用すればよいのでしょうか。ダイレクト・マーケティングで最も重要なのは、「チャレンジ&テスト&結果分析」することです。反応率アップを目指すダイレクト・マーケティング担当者にとって、テストは対象顧客のサンプル抽出やデータ収集を実行する最も標準的な方法です。ダイレクト・マーケティングのテストでは、1つの可変要素として「色」を使います。

「コールアウト(吹き出し)は、赤色よりも青色が高反応か」といった仮説や可変要素をテストする場合、マーケティング担当者はテスト・リストをサブセットに分割し、サブセットごとに提案の内容、キャッチコピー、レイアウト／デザインを変更します。次に、得られたテスト結果を分析します。これにより、マーケティング担当者は同じような顧客に同様の提案を行えば高い反応率を期待できることになり、より有効かつ効率的にコミュニケーションを図ることができます。

ブロードキャスト型のコマーシャルとは異なり、ダイレクト・マーケティングでは、次のような点を明確に把握することができます。これは、引き続き行うキャンペーンを成功に導く上で参考になります。

- 対象顧客による製品やサービスの認知度
- 意思決定を促進する要素(ブランド・エクイティなど)
- 顧客獲得率
- 顧客獲得コスト
- 最新購買日、累計購買回数、累計購買金額(最後に購入した日、購入の頻度、トランザクション金額を簡潔に示す)
- 顧客維持率
- 離客率
- 顧客の生涯価値
- 投資収益率

ドキュメントが生み出す価値とは

「どのような価値があるのか」という問いかけは、TransPromoの本質に迫ります。たとえば、取引明細書は、数円のコストがかかる業務上必要なコミュニケーションと捉えることができます。ところが、顧客を満足させることができれば、生涯に渡って何万、何十万円もの収益を生み出す可能性を持ったコミュニケーション・ツールとなるのです。顧客とのコミュニケーションに使用されるドキュメントは、顧客との接点です。このようなコミュニケーションで威力を発揮できるのがTransPromoであり、ビジネス・チャンスの「宝庫」と言っても過言ではありません。

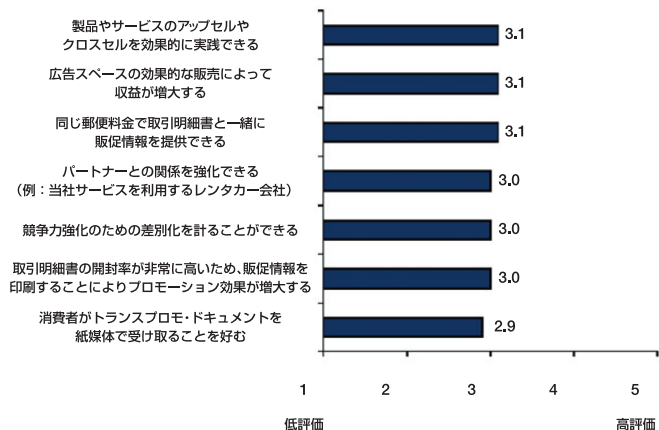
当社の多くの顧客がTransPromoの大きな可能性を認識しており、さまざまな段階で導入や実践に取り組んでいます。

InfoTrendsの調査では、アップセルやクロスセルの機会、広告スペースの販売、郵便料金の有効活用、ビジネス・パートナーとの関係、競争力強化のための差別化、ドキュメントの効率という点から、TransPromoの利点が評価されています¹²。当社の多くの顧客がTransPromoの大きな可能性を認識しており、さまざまな段階で導入や実践に取り組んでいます。

今日、ITとマーケティングは、TransPromoというひとつのアプローチのもとに連携し、収益の増大、カスタマー・リレーションシップの発展と強化、ダイレクト・マーケティングのコスト削減を目指しています。このようなコラボレーションは、企業資源のさらなる有効活用や、顧客満足度を向上させます。適切なテクノロジー・ソリューションを選択することで、コスト削減、複雑なプロセスの簡易化、製品化までの時間短縮などが実現し、その結果、顧客との既存のコミュニケーションにおいて未開拓の価値を短時間で見出すことができます。

TransPromo のメリットを認識するドキュメント所有者

「トランスプロモ」ドキュメントのどのような点を評価していますか



N = 209

InfoTrends
www.infotrends.com

TransPromoによるダイレクト・マーケティングは、商品やサービスの提案を可能にし、CTA、フォローアップ・コミュニケーションのすべてを網羅します。

一貫性のあるコミュニケーション

ダイレクト・マーケティングには、次のような3つの要素があり、顧客エンゲージメントや購買行動に影響を与えることができます。

- 最初の提案(電子メール、郵便)
- CTA(Call to Action:コール・トゥ・アクション)(インターネット、電話による販売、小売店)
- 最初の提案やCTAに対する反応に基いたフォローアップ・コミュニケーション

複数のチャンネルを通して、メッセージとルック・アンド・フィールに一貫性があるほど、ブランド力の強化やカスタマー・エクスペリエンスの向上を実現できる可能性が高くなります。では、どのような方法を使えば、すべてのチャンネルで一貫したユーザー・エクスペリエンスを提供できるのでしょうか。TransPromoは、顧客とのあらゆるコミュニケーションで活用できるソリューションなので、一貫性のある安定したカスタマー・エクスペリエンスを提供することができます。

クロスプラットフォーム・ソリューションで付加価値を増大

大量印刷環境から分散印刷環境までをサポートするクロスプラットフォームのマルチチャンネル対応TransPromoソリューションを導入すると、付加価値は大幅に増大します。

次のようなシナリオを考えてください。

- コミュニケーション・サイクルは、プロダクション・プリントセンターが取引明細書を作成することから始まります。コミュニケーション・サイクルには、顧客との接点が複数存在します。
- 取引明細書には、Web上での注文が可能な各顧客専用URL(pURL)が記載されているので、カスタマー・サービス担当者からの購入とオンライン注文のどちらかを購入方法として選ぶことができます。
- Webサイトには、一貫したカスタマー・エクスペリエンスを提供しメッセージングやブランド力を強化するために、トランザクション・ドキュメントの写しを掲載しています。
- 顧客が商品やサービスを注文すると、CRMデータベースが更新されます。
- この更新は配送センターに送信され、出荷準備が始まります。
- 納品書は、TransPromoが威力を発揮できる分野の1つです。顧客一人ひとりに向けてカスタマイズしたメッセージやクーポンを印刷することができます。
- ワークグループ/工業用プリンターでバーコードや出荷書類を作成します。キャンペーンのルック・アンド・フィールを再現したデザインを使用することで、一貫性を確保します。

TRANSPROMOの実践

電子メール、PDA、キオスク端末を使ってデジタル・コミュニケーションを統合できる環境では、コストの低減、CRMデータベースへのデータ追加、電子的なコミュニケーションを好む顧客の満足度向上などを実現できます。

イギリスの大手マーケティング・サービス・プロバイダーであるCDMSIは、InfoPrintとExstream Dialogue™を採用し、完全にパーソナライズされたWebページへリンクする対象顧客向けマーケティング・キャンペーンを実施しています。オンザフライで作成されるこれらのWebページは、顧客の好みやニーズに基づいた提案を行います。

ホテルやその他の業界では、顧客サービスのパーソナライズや拡張に向けTransPromoを有効に利用し、顧客満足やロイヤリティの向上に成功しています。

ホテル業界では、TransPromoを使ったカスタマー・エクスペリエンスの変革が始まっています。顧客への預金取引明細書やロイヤリティ明細書には、CRMデータベースから取得した顧客情報を反映した「広告」、日頃の感謝を示すコンテンツ、パーソナルなメッセージが、URLや販促コード付きの提案と一緒に印刷されます。顧客がホテルに到着したら、ウェルカム・メッセージとオンサイト・サービス情報に加え、合計マイルージなどのお得意様向けコンテンツが鍵のフォルダーに挟んで提供されます。ビジネス・センターやゴルフコース、スパなどで提供できるオンサイトサービスが増えるほどカスタマー・エクスペリエンスは豊かになり、ホテルの増収と顧客満足度の向上につながります。

このような例は、カスタマー・エクスペリエンスを向上させ収益増大の可能性を高めるTransPromoアプリケーションの利点を表しています。顧客とのコミュニケーションに使用する既存ドキュメントの数や今後の接点の増え方によっては、目の前に存在するビジネス・チャンスが相当大きなものになることでしょう。

TransPromo の可能性

TRANSPROMOを始める

TransPromoソリューションに必要な要素のいくつかは、すでに整っているでしょう。たとえば、現時点でトランザクション・ドキュメントの印刷が可能なら、すぐにでもTransPromoを開始することができます。ここでは、TransPromoを始めるにあたってのヒントを、基本から高度な内容まで紹介します。

基本的なプロジェクト

まずは、ある1つのアイテムのプロモーションから始めます。このようなプロジェクトの場合、最大のアップセル対象を特定します。たとえば、6ヶ月以内に利率が変更になる顧客を対象として、借り換え提案をローン明細書に追加するケースを考えてみましょう。このような基本的プロジェクトを実行するには、既存のCRMツールやドキュメント作成ツールを活用して既存のアプリケーションを調べ、対象となる顧客サブセットを特定して提案をカスタマイズします。出力は、モノクロまたはカラーのカットシート・テクノロジーを使った個別ジョブとして作成します。

高機能作成ツールがない場合は、Exstream DialogueやStreamServe Persuasionなどの購入を検討してください。このようなツールがあればアプリケーションを簡単に変更でき、収集したデータに基づいてモデルを作成できます。ニーズに合わせてさらに高機能な機器を導入し、使用しているCRMツールにカスタム・メッセージを組み込んでいきます。

高度なプロジェクト

総合的なマルチチャネル・キャンペーンの場合、TransPromoの手順は複雑になりますが、既存の資産を利用することによって短期間での実施が可能になります。現在のマーケティング計画を調査して、取引明細書に記載できるメッセージがないか検討します。まず、現在使用しているダイレクトマーケティング・ツールと資源を活用し、事前印刷した折込の使用状況と封入するタイミングを調べます。特に、利益率の高い顧客にどのような対応を行っているか、現在使用している事前印刷折込広告の封入数が組織のマーケティングにどのような制約を与えているか、現在使用している折込広告が作業プランニングやスケジュールにどのような影響を及ぼしているか、について考えてみてください。

ダイレクト・マーケティング・コンサルタントへの相談、データ分析機能の取得、アプリケーションの再デザインなどが必要になる場合もあります。ダイレクト・マーケティング・コンサルタントは、取引明細書に標準的なダイレクトメールのベストプラクティスを採用し、顧客との通常のコミュニケーションにおけるメッセージングの可能性や方法を探し出すサポートをします。また、pURLやロイヤリティ・プログラムなど、他のマーケティング計画と取引明細書を連携することも検討してください。

上記のいずれのプロジェクトにおいても、現在の取引明細書で効果が期待できるものとできないものを見分ける必要があります。テスト用サンプルを作成すれば、マーケティング部門の管理者の理解を得る上で効果的です。アプリケーションの再デザインは、社内で行うか、ドキュメント作成会社またはアプリケーション・デザイン会社に依頼します。次に、メッセージ、反応率、ROIのモデル作成に使用するデータ分析を開始します。この情報を基に、パイロット実施に向けたビジネス・ケースを作成します。これは、コスト管理に基づき、規模に合わせて社内調達またはアウトソースするプロジェクトです。反応率を最大まで高めるため、マーケティング・メッセージ、提案、デザインなどの可変要素を使って顧客との接触の頻度を調節してください。やがて、顧客とのコミュニケーションが増加してきたらTransPromoを活用して、複合的なキャンペーンを展開できるようになります。この間、CRMデータベースやマーケティング・データベースへのデータ・リンクを継続して行います。

慎重なプランニング

TransPromoのコストは、従来型のトランザクション・ドキュメントに比べて高額になるため、慎重なプランニングと予算作成が求められます。ここで重要なのは、TransPromoの真の価値は、顧客の生涯支出に影響を与えることである、という点です。つまり、TransPromoは、初期コストを大幅に上回る利益をもたらす、企業の出力環境の価値が大幅に増大します。最初は慎重にプロジェクトを進め、成功の可能性が高いものを厳選した上でTransPromoを実践することをお勧めします。その実践からノウハウを蓄積し、TransPromoの効果を確信してください。ここでは、短期間でスムーズにキャンペーンを展開するためのヒントを紹介します。

TransPromoの揺るぎない価値とは、
顧客の生涯支出に
影響を与えることです。

- まずは、パイロットや小規模プロジェクトを実行します。モノクロとカラーのいずれにおいても、サービス機関へのアウトソースやInfoPrint Solutions Companyとの協力体制で行います。分量が多くなってきた時点で、TransPromoを社内で行うかどうかを決定します。
- 社外コンサルタントやサービスを活用して製品化までの時間を短縮し、ダイレクト・マーケティングのスキルやリソースなどを獲得します。
- 少量のプロジェクトには、カットシート・プリンターを使用します。
- データの完全性や法規制コンプライアンスの問題を解決してから、TransPromoを採用してください。
- 高機能作成ツールがすでに導入されている場合は、新たにカラー・テクノロジーを入手したり、アウトソースできるサービス機関を見つけることによって、TransPromoをすぐに実践できます。
- AFPが導入済みの場合は、開発サイクル短縮にAFPを利用できるため有利です。
- ワークフロー・ソフトウェアの重要性を再確認します。このソリューションにおいて、ワークフロー・ソフトウェアは、統合、制御、最適化に影響を与える重要なリンクであり、結果としてコストや生産性にも影響します。TransPromoでは、ドキュメント自動作成のためのソリューションを、CRM(カスタマー・リレーションシップ・マーケティング)ツールやダイレクトマーケティング・ツールと連携させる必要があります。
- 営業担当者やカスタマー・サービス担当者は、TransPromoをよく理解し、顧客からの問い合わせに正しく対応できるようにトレーニングを受ける必要があります。
- どこにカラーを使用するか、どのような品質レベルが求められるかを決定します。これにより、速度、品質、コストのバランスを調整することができます。

最適な戦略をベストタイミングで

顧客向けのトランザクション・ドキュメントを印刷する環境があれば、いつでもTransPromoを実践でき、ブランド、カスタマー・リレーションシップ、マーケティング・キャンペーンを強化できる可能性があります。適切なTransPromoソリューションを導入することにより、データの完全性、法規制コンプライアンス、印刷品質、稼働環境の明確な把握と制御、スケーラビリティを包括的に実現する統合アプローチに基づいた、コストの削減やプロセスの簡易化が可能になります。

TRANSPROMOチェックリスト

TransPromoの導入をご検討の際には次のチェックリストの項目をご確認ください。マーケティング担当者との話し合いでは、TransPromoを導入する理由とビジネス成功の潜在的なチャンスを話題の中心にしてください。言葉で説明するより視覚的に訴えるために、TransPromoと従来型のトランザクション・ドキュメントを対比させるとよいでしょう。

予算	<ul style="list-style-type: none">ハードウェア、ソフトウェア、サービスの評価基準<ul style="list-style-type: none">カラー、モノクロ、両方？既存のデバイスやソフトウェアを使用できるか？社内調達またはアウトソースの決定現在の分量と今後予測される分量から、スケーラビリティの要件を決定。毎月何百万部もの出力ドキュメントとデータの完全性を管理する環境では、少量のソリューションとは全く異なる要件が求められる
オペレーション	<ul style="list-style-type: none">カラー印刷の災害復旧カラー・マネージメントと正確性再印刷とデータ保全の管理データストリームのプランニング:PostScript、PDFファイル、AFPなどドキュメント作成会社のツールとノウハウリソース:<ul style="list-style-type: none">どのような画像テストで印刷品質とカバレッジを判断しているかエンド・ツー・エンドのテスト:<ul style="list-style-type: none">アプリケーションに裁ち切りがある場合、正しく処理できるかドキュメントをどのように封入するか色割れが発生するか人材スキル:<ul style="list-style-type: none">カラーのラーニング曲線出来高は？ワークフローソフトウェアで、どれだけ人材を削減できるか

続く

マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> • データソース、社内／社外 • データマイニング・ツール • 顧客データのプライバシーとセキュリティ(プライバシー保護と、安全な方法でデータを使用していることを顧客に示す方法) <ul style="list-style-type: none"> – AFIは、最高レベルのデータ完全性とオーディット・トレール機能を提供 – Postscript、PDF、PCLには、カメラ・システムが必要になる場合がある • オプトイン／オプトアウトも含むリスト管理 • あらゆるマーケティング手法において、メッセージングとブランドのルック・アンド・フィールの一貫性を確保 • パートナーのメッセージ配信を、コスト回収に役立てる • 測定基準 • キャンペーン管理、社内／社外
コンプライアンス／法規	<ul style="list-style-type: none"> • オーディット・トレール • マーケティング・メッセージを規定文書に印刷 — 合法であるが、特にマルチチャネル・キャンペーンの場合は注意が必要
顧客サービス	<ul style="list-style-type: none"> • コールセンターの人材配置とトレーニング
関係各者による承認	<ul style="list-style-type: none"> • IT管理者、CMO(マーケティング最高責任者)、ダイレクトマーケティング管理者、その他TransPromoイニシアチブの参加者による支持

テクノロジーの概要

当社のソリューション・コンポーネントは、ユーザーのITインフラストラクチャーへ簡単に統合でき、既存の投資の有効活用が可能です。InfoPrint Solutions Companyは、大量印刷環境や分散印刷環境向けに、豊富なTransPromoカラーおよびモノクロ印刷ソリューションを提供している唯一のベンダーです。ここでは、大量印刷および分散ソリューションの代表的なコンポーネントを紹介します。実行可能な機能や選択可能なテクノロジーを検討する際の参考にしてください。

大量印刷ソリューションのコンポーネント

アーキテクチャー

InfoPrint AFP(Advanced Function Presentation)は、データの完全性を確保しながら可変データを超高速印刷するバプリッシングの標準です。AFPはデバイスに依存しないため、EPS、PDF、TIFF、GIF、JPEG、XML、XSL、PostScript、PCL、PPMLの形式でのテキスト、画像、グラフィックなどあらゆるデータに対応し、カラー、ハイライト、モノクロ印刷を処理します。AFPは、紙への印刷、HTML、ファックス、電子メール、スクリーン表示でのコンテンツ出力をサポートします。高機能プリンター、データストリーム、IPDS™(Intelligent Printer Data Stream™)を組み合わせることにより、AFPはページレベルでのエラーリカバリーやリソース管理が可能となり、定格速度での印刷を実現します。

AFPアーキテクチャーに搭載されたカラー・マネージメント機能により、大量印刷の出力作業がシンプルになります。カラーとモノクロが混在する環境では、両方のプリンターが中央のカラー・アプリケーションとリソース・ライブラリを共有します。これにより、特定の顧客にはカラー出力、その他の顧客にはモノクロ出力を送付することができます。AFPはデバイスに依存しないため、既存の取引明細書システムにも簡単に統合でき、TransPromoに最適な高レベルなデータ管理、セキュリティ、整合性を提供します。

ワークフロー・テクノロジー

InfoPrint ProcessDirector™ソフトウェアは、Linux®プラットフォームを基盤とする拡張、構成可能な出力プロセス管理システムです。印刷プロセスをジョブレベルで管理できるため、トランザクション出力プロセスの再編成が可能です。

カラー印刷

InfoPrint 5000は、フルカラー、可変データ対応のウェブ幅520 mmの連続用紙プリンターです。インクジェット・プリント・ヘッド、圧電式ドロップ・オンデマンド・テクノロジー、水性顔料インクの採用により、色あせやにじみを防ぎます。

モノクロ印刷

InfoPrint 4100は、495 mmの各種印刷用紙に超高品質のテキストおよび画像を印刷します。PQE(Print Quality Enhancement: 印字品質向上機構)は、256階調グレースケール、4種類のスクリーン周波数、7段階のコントラスト制御を特徴とします。InfoPrint 4100は、FS45、GIF、TIFF、JPEGなどのカラー・オブジェクトを変換せずに「そのまま」印刷できます。

ソフトウェア

StreamServe Persuasionは、SAPなどのERPシステムへのプラグインであり、企業環境全体での印刷および出力管理と、複数のチャネルや形式を使った双方向の情報交換をサポートします。このソフトウェアは、データ形式の変換や安全な情報配信を実行し、システム、アプリケーション、出力デバイスを相互につなぎます。

Exstream Dialogueは、ドキュメント作成、キャンペーンの管理および追跡、マルチチャネル配信、Webアプリケーション開発を1つの使いやすいソフトウェア・スイートに凝縮したCRMベースのエンタープライズ向けパーソナライズ・ソリューションです。

InfoPrint Productivity Suiteソフトウェアおよび**Productivity Tracking Feature**(生産性トラッキング機能)でジョブ、オペレーター、プリンターのデータを記録し、印刷業務を最適化します。

プロフェッショナル・サービス

既存のソフトウェアとハードウェアを可能な限り活用して、評価、デザイン、実装を行います。

少量／分散ソリューションのコンポーネント

フリート管理	プリンターを一元的に監視・管理する InfoPrint Manager ソフトウェアは、データ、アプリケーション、出力リソースを仮想化することでリソース管理や生産性を改善し、人材や業務の効率化、資産の有効活用を実現します。
カラー／モノクロ用ハードウェア	<p>InfoPrintモノクロおよびカラー・プリンターと多機能プリンター(MFP)は、20～110ページ分の印刷速度を発揮し、パーソナライズ情報の配信能力を強化します。適切なソフトウェアと組み合わせることにより、高品質な可変データやTransPromoドキュメントにも対応します。</p> <p>InfoPrint 6700サーマル／RFIDプリンター、Infoprint 6500、Infoprint 4247インパクト・プリンターは、パーソナライズされたメッセージを配送時に付加することにより、マルチチャネルでのカスタマー・エクスペリエンスを向上し、顧客維持を保ちます。</p>
ソフトウェア	<p>Mapping Suiteソフトウェア・システムは、ドキュメント・デザイン、印刷管理、マルチチャネル配信機能を集約した、パーソナライズ対応の完全なビジネス・コミュニケーション・システムです。Mapping Suiteは、ほとんどの出力管理インフラストラクチャに統合でき、ドキュメントの作成、再利用、複数のソースのデータ同期、印刷および電子的な方法を使った配信などの処理を柔軟に実行します。</p> <p>StreamServe Persuasionについては、上記を参照してください。</p> <p>Objectif Lune PlanetPress 5ソフトウェア・パッケージは、電子形式でのデザインに対応し、PostScriptのオンデマンド印刷をサポートします。テキスト・メッセージ、図表、バーコード、画像などの動的コンテンツを使ってトランザクション・ドキュメントをカスタマイズでき、既存のラインデータ・アプリケーションの変更はほとんど不要です。また、既存のPDFファイルをインポートして可変データを追加することにより、新しい販促ドキュメントを作成できます。</p>
サービス	既存のソフトウェアとハードウェアを可能な限り活用して、評価、デザイン、実装を行います。

製品、サービスなどの詳細情報

お客様に最適なTransPromoソリューションをご提案させていただくインフォプリント・ソリューションズについては、下記のオンライン・サイトをご参照ください。

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

© Copyright InfoPrint Solutions Company 2008.
All rights reserved.

インフォプリント・ソリューションズ・ジャパン株式会社
〒141-0001
東京都品川区北品川5-9-11大崎MTビル

Printed in Japan
December 2008

Ricoh, Ricohロゴは、株式会社リコーの日本およびその他の国における登録商標。IBM, IBMロゴは、International Business Machines Corporationの米国およびその他の国における登録商標。RicohおよびIBMの商標は、それぞれの商標所有者に帰属します。

InfoPrint Solutions Companyは、InfoPrint Solutions Company, LLCの米国およびその他の国における商標。InfoPrintは、株式会社リコーの米国およびその他の国における登録商標。InfoPrintは、それぞれの商標所有者に帰属します。

本資料においてInfoPrint Solutions Company製品またはサービスを参照していても、InfoPrint Solutions Companyは、同社が業務を行うすべての国でそれらの製品またはサービスが利用できることを確約しているわけではありません。上記の製品またはサービスの購入は、購入に関わる販売またはライセンス契約の条件のみに従うものとし、法律の許す限りにおいて適用されます。

以下は、株式会社リコーの米国およびその他の国における登録商標または商標。InfoPrint, Advanced Function Presentation, AFP, Intelligent Printer Data Stream, IPDS and ProcessDirector

IBM, IBMのロゴは、International Business Machines Corporationの米国およびその他の国における商標または登録商標。

PostScriptは、Adobe Systems Incorporatedの米国およびその他の国における登録商標。

Linuxは、Linus Torvaldsの米国およびその他の国における登録商標。

その他の会社名、製品名およびサービス名等はそれぞれ各社の商標。

- ¹ InfoTrends, The Future of Mail調査、2007年
- ² 『Romano and Broudy Study for Digital Printing Council』InfoTrendsによる『The Impact of Color in Graphic Design』(2005年3月)から
- ³ The Electronic Document Systems Foundation 『Document Communications Industry Trends: 2007 Survey Results』
- ⁴ Color Matters Webサイト
- ⁵ 『TransPromo: Different Mix presentation』InfoTrends 2007年8月
- ⁶ 『TransPromo: A Different Mix presentation』InfoTrends 2007年8月
- ⁷ 『The TransPromo Revolution: The Time is Now!, an InfoTrends Strategic Assessment』2007年8月
- ⁸ Marketing Outlook 2007, CMO Council, 2007年
- ⁹ 『The TransPromo Revolution: The Time is Now!, an InfoTrends Strategic Assessment』2007年8月
- ¹⁰ 『TransPromo: A Different Mix presentation』InfoTrends 2007年8月
- ¹¹ 『Accommodations: Winning without Reservations』InfoTrends 2007年
- ¹² 『TransPromo: A Different Mix presentation』InfoTrends 2007年8月