

アスクル、新デジタルマーケティングサービス「LOHACO Insight Dive」を開始

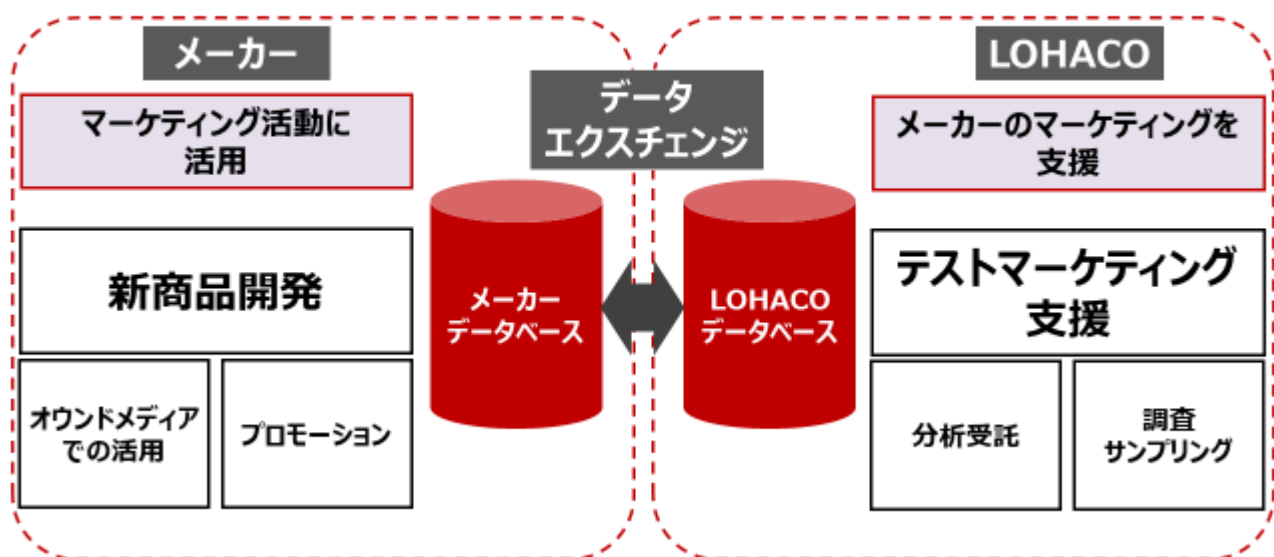
～メーカーデータと LOHACO データを連携しメーカーのデジタルトランスフォーメーションを支援～

アスクル株式会社(本社:東京都江東区、代表取締役社長:吉岡晃、<https://www.askul.co.jp/>、以下「アスクル」)は、2019年8月より、新たなデータマーケティング支援サービス「LOHACO Insight Dive」(ロハコ インサイトダイブ)を開始しました。

アスクルは、2014年に「LOHACO EC マーケティングラボ」をスタートし、日本を代表するメーカーを中心とした企業(以下「ラボ参加企業」)とともに、LOHACO のビッグデータを活用した新たな EC マーケティングの探求を進め、現在 143社のラボ参加企業とともに6期の活動を行っています。

「LOHACO Insight Dive」はさらにデータ活用の範囲を広げ、メーカーが保有する顧客データとLOHACOの購買・行動データを連携し、メーカーのオウンドメディア・広告、新商品開発などへ展開を拡大することで、メーカーのデジタルマーケティング活動を幅広く支援する、メーカー向けのサービスです。メーカーは「LOHACO Insight Dive」で自社のデータを活用することで、お客様とのよりダイレクトなつながりを構築することが可能になります。

アスクルは、LOHACOの独自価値ECとしての成長の源泉であるメーカーとの“共創”を進化させていくため、メーカーとのリレーションをより強固にしていきたいと考えており、「LOHACO Insight Dive」でメーカーのデジタルトランスフォーメーションを支援してまいります。

本サービスで実現できること

<「LOHACO Insight Dive」モデル図>

■「LOHACO Insight Dive」で実現できること

「LOHACO EC マーケティングラボ」には多くの消費財メーカーが参加していますが、近年、各社がデジタルを活用した経営に舵を切りはじめ、自社の実店舗や自社ブランドサイトの会員データなど、メーカーで保有する顧客データを活用してマーケティング活動を進化させようという動きが活発化しています。

一方で各社は『自社で保持している顧客データだけではわかることが不足している』という課題も抱えており、『LOHACOの購買データと自社の顧客データを連携したい』という声も多くあがっていました。

アスクルはこれまでも、「データのオープン化」を掲げ、LOHACO の購買データを LOHACO でのマーケティング活動に利用する目的という一定の制限のもとでラボ参加企業に開放してきました。「LOHACO Insight Dive」はここから一歩進め、メーカーの保有する顧客データやオウンドメディアのデータと、LOHACO の購買・行動データを柔軟かつシームレスに連携させ、LOHACO における販売促進施策以外の目的でもご利用いただける形でデータを提供するサービスです。これにより、メーカーは自社のマーケティング活動と EC 上の購買結果を紐づけて解析できるようになり、お客様とのつながりを強化することができます。

消費者生活のデジタル化が進む現代で、デジタルマーケティングにはまだ大きな成長の可能性があります。メーカーのデジタルトランスフォーメーションを促進することで、データに基づく新商品の開発や、新たな市場創造、よりお客様のニーズにマッチした販促施策や顧客体験の創出などを実現することができます。

LOHACO は、データを通じて EC の一層の発展をリードしてまいります。

■「LOHACO Insight Dive」サービス概要

「LOHACO Insight Dive」は、メーカー企業の保有するデータと LOHACO のデータを連携して分析・実験・活用できる、メーカー向けの新たなデジタルマーケティング支援サービスです。

【サービスメニュー】(2019年9月時点)

1. データ連携サービス

- 指定した項目 (key) でデータを連携し提供します
- 連携する key はメーカー企業と協議の上で決定します。(カスタマイズが可能です)
- 連携可能データ : LOHACO 本店における購買データ、行動データ、レビューデータなど

2. データ分析サービス

メーカーの顧客データ(※1)を受託し、LOHACO のデータとシンク(連携)(※2)した顧客データの分析を代行し、レポートで分析結果を提供します。

※1: メーカーから受託する情報は個人を特定できない状態で授受します。LOHACO において再識別することはありません。

※2: LOHACO でデータシンクしメーカーに提供する顧客データは、第三者提供の許諾のあるデータのみを対象とします。

3. 調査/テストマーケティングサービス

LOHACO のお客様向けの各種サンプリング、アンケート、インタビュー、ターゲティング広告などを通じたユーザー調査やテストマーケティングを提供します。

■「LOHACO Insight Dive」今後の展開

「LOHACO Insight Dive」は、「LOHACO EC マーケティングラボ」参加企業からご利用いただく予定で、開始から多くのご相談をいただいています。

～予定されている施策の一例～

- メーカーの運営するメーカーオウンドメディアとのコラボキャンペーン開催
メーカー顧客の LOHACO における日用品購買行動を分析し、嗜好性なども考慮した深いインサイトの分析。
メーカー顧客に対するアンケートなどのマーケティング調査。
- メーカーの開催するリアルイベントでの体験や、オフラインでの消費行動と LOHACO データを連携し、オンライン・オフラインを統合したマーケティングの実現

アスクルは、ビッグデータ、テクノロジーの活用を一層進め、お客様・メーカー・LOHACO の 3 者が“win-win-win”となる新たな社会最適の EC ビジネスをこれからも追求してまいります。

くらしをかるくする

LOHACO

News Release

■「LOHACO」とは <https://lohaco.jp/>

「LOHACO」は2012年10月にサービス開始した日用品ショッピングサイト。2019年5月期には売上高513億円を達成、2018年8月には累計のお客様数が500万人を超えるなど、多くのお客様にご支持いただいています。

「LOHACO」の由来は、Lots of Happy Communities。“くらしをかるくする”をコンセプトに、飲料・食品、キッチン用品から医薬品、コスメなどの日用品から、「ここでしか買えない」ロハコのオリジナル商品まで、幅広いラインナップの商品を、いつでもリーズナブルかつスピーディーにお届けします。

アスクル株式会社が事業所向け通販で培ったノウハウを生かし、ヤフー株式会社の協力のもと、圧倒的な集客力、商品調達力、最短当日配送の物流力を活かし、メーカーとの共創による新しい日用品ECを目指しています。

※本リリースに掲載の情報は発表日現在の情報です。変更されることがございますのであらかじめご了承ください。