



小売店における 消費者の購買行動把握を実現する データコネクティングサービス

当社は、これまでレジつり銭機や売上金入金出金機を納めてきた小売店を舞台に、メーカーと消費者をつなげる新たなソリューション「データコネクティングサービス」を開始しました。メーカー、小売店、消費者を巻き込んだ購買体験向上の取り組みについて、ご紹介します。

データコネクティングサービスとは？ | デジタルコミュニケーションと実店舗での購買行動を、IDでつなげるソリューション



メーカー会員と小売店会員をつなぎ、 購買情報をメーカーへ提供

食品や日用品のメーカーは、販売促進ツールとしてSNSや自社アプリを活用し、消費者（メーカー会員）へ新製品やキャンペーン情報を送っています。しかし、実際にメーカー会員が小売店で自社商品を購入したかを知ることはできず、効果的な施策展開の課題となっていました。「データコネクティングサービス」は、当社の独自技術によってメーカー会員IDと小売店のポイントカードなどのIDの名寄せを行い、メーカー会員の小売店での購買情報を把握し、メーカーへその情報を提供するサービスです。

小売店での購買行動の可視化と 会員とのコミュニケーションの最適化を実現

メーカーは受け取った購買行動データを分析することで、より消費者の属性や趣向にあった販売促進策を展開できます。例えば、消費者の好みに合ったフレーバーのPRや健康志向に合わせた商品の組み合わせを紹介するなど、パーソナライズされた情報発信が実現します。消費者は、自身の好みに合ったPRを受け取ることで購買意欲が高まると考えられ、小売店の売上増加にも寄与します。今後当社は、より多くのメーカーと小売店に対して本サービスの拡大を図り、新しい購買体験の向上に取り組んでまいります。

購買情報をベースに会員とのコミュニケーション改善に活用が可能



Voice



国内カンパニー 営業本部
DXビジネス推進統括部
データビジネスデザイン部 部長

片桐 聡志

データコネクティングサービスの目的は、メーカーと小売店のデータを連携し、協調して販売促進活動を行うことで、来店・購買機会を創出し、好循環なサイクルを実現することです。メーカー、小売店ともに参画企業を増やしてデータの精度を高め、より価値のある顧客体験を創造したいと考えています。