



プレスリリース

2018年11月26日

ケリング、デジタル戦略における新開発を発表

デジタルはケリング傘下のメゾンの戦略において重要な要素となっています。顧客は密接に繋がった世界からインスピレーションを導き出し、日々デジタルツールを活用し、ラグジュアリーブランドと関わっています。急速に変化しつつある環境の中、ラグジュアリーメゾンの成功は大胆でクリエイティブな提案、あらゆる販路に亘って一貫性のある卓越した顧客体験、そしてあらゆるデバイスにおいて特別な顧客との関係性を築くことが出来るか、ということにかかっています。

2017年12月、ケリングはグレゴリー・ブッテをチーフクライアント兼デジタルオフィサーに任命し、ケリングのデジタル変革を成し遂げ、グループのEコマース、CRM、データサイエンスおよびイノベーションを先導する使命を与えました。Eコマースはケリングの全ラグジュアリーメゾンでもっとも成長の速い販路であり、グループの2018年上半期総売上高の6%に相当します。

「デジタルは一度に色々なものを創出できます。例えば、販路、シームレスなオムニチャネルサービスを提供するプラットフォーム、ブランドイメージと可視性の牽引役、そして個別化されたやり方で顧客と関わるツール等です。デジタルテクノロジー、データサイエンスおよびイノベーションは、私たちの顧客に可能な限り最高の体験を提供する方法を、タッチポイントごとに備えるものです」と、グレゴリー・ブッテは力説します。

ケリングのアプローチは次の目標に基づいています：

- グループと傘下メゾンにリアルタイムで360度の顧客の視点を提供し、きめ細やかで個別化された体験をお届けすること。
- 購入からアフターセールスまで、顧客にレベルの高いサービスを提供すること。
- ケリングのメゾンが顧客と緊密な関係を発展し、商品を柔軟に適応して特定のニーズに応じられるようになること。

ケリングはデジタルの歩みにおいて新たな節目にあることを発表します。次の取り組みは、グループのオムニチャネル機能を高め、メゾンのデジタル活動のさらなる発展にケリングのフォーカスを強化するものです。

インスタ顧客体験

- ケリングはアップル社と提携してメゾンの従業員が店舗で使用するアプリ開発に取り組んでいます。その最初のアプリは、インスタ体験のアプリです。店舗のセールスアソシエイトがリアルタイムで在庫を確認することができ、顧客に完全個別化したサービスを提供します。アプリを経由して、セールスアソシエイト

K E R I N G



は特定のサイズやカラーの在庫が店舗にあるか、他店から取り寄せられるかなどを即座に知ることができるほか、カスタマイズしたスタイリングをおすすめすることができます。

このアプリは現在、グループの三大ラグジュアリー & レザーグッズブランドの半数以上の店舗で使用可能となっており、世界中で毎日6,500名のセールスアソシエイトが使用しています。

さらに、店舗内決済体験の向上など、iOSデバイス上での顧客体験をいっそう高めるべく、アップル社と共に先進技術を研究しています。

顧客サービス

- ケリングはヨーロッパおよびアメリカに専任チームを置き、顧客リクエストの対処に注目したカスタマーサービスを実現する新しいアプローチを開発しました。グッチ、サンローラン、ボッテガ・ヴェネタには専門のチームが存在しますが、他のブランドはケリングが代表して運営する単一のカスタマーサービス部門の下でサービスを提供します。全ブランドが最高クラスのデジタルツールを活用し、顧客一人ひとりに360度の視点で応えることによって、完全に個別化した体験を提供することができます。

CRMおよびコミュニケーション

- ケリングはデータサイエンス技術を駆使し、顧客プロフィールと購入履歴に基づいた個別化されたメッセージと体験をお届けする、さまざまな実験計画を開始しています。
- ケリング傘下の全メゾンはWeChatのミニプログラムを開始、あるいは開始しつつあり、中国の顧客とできるだけ密接な関係を築いて、ソーシャルコマースを提供します。

Eコマース

- ケリングはインスタ技術およびオペレーションチームを活用し、現在YNAPとのジョイントベンチャーで運営しているEコマース活動を完全に社内の担当部門での運用に切り換えます。YNAPとの7年間に及ぶパートナーシップが大きな成功を収めて成果を上げたことを受け、2020年前半にはこれらのEコマース活動をケリングへ移行します。
- YNAPと努力を統合し経験を共有したことで、ケリングのメゾンはEコマースサイトのサービスレベルを向上させることができました。ほとんどのメゾンが今ではチェック機能や来店予約、店舗に予約、店舗での受け取り、返品、交換、オンライン購入後に店舗受取、などのサービスを提供しています。
- ケリングは今後も必要に応じて第三者のEコマースプラットフォームとの提携を展開します。

デジタル機能

- データサイエンスチームがグループレベルで創設され、入手可能なデータをできるだけ有効に利用することで、グループ傘下のメゾンの顧客に提供されるサービスの向上を目指しています。
- 中国に拠点を置くクライアント & デジタルチームが目下形成されつつあります。中国デジタルの施策を中国市場に適応しながら、中国から他の市場へイノベーションを同一に扱い推進する担当になります。
- ケリングのグループ・イノベーション・チームは2つのミッションを担っています。1つはイノベーション内文化を浸透させること(テスト & 学習アプローチ、発見の迅速な共有、経営動向の偵察)、もう1つは

K E R I N G



既存の枠に捉われない考えを持ち、新たな技術に取り組み、経営や環境問題の観点から将来の顧客体験をさらに向上させることです。

ケリングのチーフクライアント兼デジタルオフィサー、グレゴリー・ブッテは次のように補足しています。「これらの刺激的で新たな取り組みは、変化の激しいグローバル市場でメゾンの顧客のニーズを満たし、さらにその水準を上回ること、そして、すべてのチャンネルにわたって卓越した顧客体験を確実に提供し続けることを目的としています。これらの機会は、ケリングが長年にわたり獲得してきた経験とノウハウによって、とりわけ YNAP とのジョイントベンチャーの成功を通じて可能になりました。私たちは今後も彼らと共に移行後に取り組み、実りある関係を経験し続けることになるでしょう」

ケリングについて

グローバル・ラグジュアリー・グループであるケリングは、ファッション、レザーグッズ、ジュエリー、ウォッチ製品を扱う、選り抜かれたラグジュアリーブランドを擁しています。グッチ、サンローラン、ボッテガ・ヴェネタ、バレンシアガ、アレキサンダー・マックイーン、プリアーニ、クリストファー・ケイン、トーマス・マイヤー、ブシュロン、ポメラート、ドド、キーリン、ユリス・ナルダン、ジラルール・ペルゴ、ケリング アイウェア。シグネチャーである、「empowering imagination イマジネーションをその先へ」のとおり、ケリングは想像力を伸ばし、明日のラグジュアリーを創造することで、ブランドがその可能性を最もサステナブルな方法で実現 するよう後押ししています。2017 年には 108.23 億ユーロの収入を達成し、グループ社員の数は年度末時点で 29,000 人に上ります。

Press contacts

Kering

Emilie Gargatte +33 (0)1 45 61 20
Marie de Montreynaud +33 (0)1 45 62 53

emilie.gargatte@kering.com
marie.demontreynaud@kering.com

日本でのお問い合わせ先

株式会社 ケリング ジャパン グループコミュニケーション部
産形 利恵 03 3486 2157
rie.ubukata@kering.com

Analysts/investors contacts

Kering

Claire Roblet +33 (0)1 45 64 61 49

claire.roblet@kering.com

www.kering.com

Twitter: @KeringGroup

LinkedIn: Kering

Instagram: @kering_official

YouTube: KeringGroup