

## お客様事例



製品



小売分野

オンライン

### 課題

カナダ最大のマルチチャネル・E コマースサイト

SHOP.CA は、2012 年 6 月のローンチに先立ち、大量の商品カタログの管理と追跡を可能にする強力な自動マーチャライジング・ソリューション。

### 2013 年の実績

☑ 2013 年のレコメンデーションによる売上は **13%**、時期によっては総売上の **18%**。

### 2013 年 Q4 の訪問者ごとのエンゲージメント

- ☑ 平均滞在時間 **6 分**
- ☑ 訪問毎のアイテム・ビュー数 **24**
- ☑ カートへの追加率 **5.6%**

# 5.6%

カートへの追加率



レコメンデーションによる売上が **18%**にも及んだ時期もあり、私たちが今まで活用したマーケティング・チャネルの中で、リッチレリバンスが最も多くの売上をもたらしています。

— ゲイリー・ブラック

CTO, SHOP.CA

EC サイトとして、SHOP.CA はカナダの消費者に、信頼のおけるリテラー、メーカー、およびサービス・プロバイダーから、消費者のニーズと希望に合ったブランド、商品、およびサービスを提供します。すべての商品およびサービスは、共通のショッピング・カートとアカウントを通じて購入することができます。

2012 年 6 月のサイト・ローンチに先立ち、SHOP.CA の最優先事項は、当時 26 超の категорияに及ぶ 1,800 のブランドで構成されていた大量の商品カタログの管理を可能とする自動マーチャライジング・ソリューションを見つけることでした。

CTO のゲイリー・ブラックは、サービス業者の選定に際し、実績、洗練されたアルゴリズム、およびスケーラビリティなど、いくつかの重要な基準を絞り込みました。ブラックのチームは、SHOP.CA の既存の解析プロバイダーを通じて使用可能だったアドオン・パーソナライゼーション・ソリューションを考慮に入れました。また、中規模リテラーに評判の高い別のマルチチャネル・パーソナライゼーション・ベンダーも考慮していました。

SHOP.CA の商品カタログは急速に拡大を続けるだろうというブラックの見解に基づき、サービス業者の選定は最終的にスケーラビリティに焦点が置かれました。ブラックは次のように述べています。「私たちは手動で扱えないほど多くのカタログを持っており、これが私たちがリッチレリバンスを選んだ理由です。打診した他のサービス業者は扱う商品カタログ量に制限があるばかりか、3 万を超える SKU 数のカタログを扱うことに対し不安を抱いていました。これでは取引は難しいだろうと感じていました。」

現場での Recommend の実装は 6 週間以内に完了し、「迅速かつ痛みを伴わない」ものでした。E メール・レコメンデーションの実装もその 1 年後に行われました。

### ビジネスと共に成長、成熟するパーソナライゼーション

SHOP.CA の成長を反映して（現在、アパレル、電子機器、書籍、自動車部品を含む、28 のトップ・カテゴリーと 2800 のサブカテゴリーから成る 5,000 のブランドを販売）、ブラックは、2013 年度の下半期を事業の重大な転換期と強調しています。

「大手ブランドおよびメーカーが私たちのサービスに加わり、この市場における供給サイドの質と幅は明らかに向上しました。当事業の初年度の終わりを迎え、業績は勢いに乗っています」とブラックは述べています。

市場が成長と拡大を続ける中で、パーソナライゼーションは極めて重要でした。「開始当初よりリッチレリバンスと提携することで、レコメンデーションの成果は当社の成長と共に見事に上昇しました」とブラックは続けます。

当初の計画では、ブラックと彼のチームは、レコメンデーションの売上を10%と予想していました。この想定がすぐに間違いだとわかりました。「レコメンデーションによる売上が18%にも及んだ時期もあり、私たちが今まで活用したマーケティング・チャンネルの中で、リッチレリバンスが最も多くの売上をもたらしています」とブラックは述べています。

また、SHOP.CA は有料検索、Eメール・マーケティング、ディスプレイ広告、リターゲティング、Facebook や Twitter の広告、アフィリエイトの大規模ネットワークを含む、他のマーケティング・チャンネルも活用しています。

## カナダ人としてカナダ人に語りかける

カナダ初のマルチチャンネル・EC サイトとして、SHOP.CA はカナダ人のためのカナダ人によるサイトであると強調します。

カナダ人消費者の多くは、国境をまたぐインターネット・ショッピングに従事し、米国のリテラーから買い物をします。この過程でサービスに関する課題が生じます。SHOP.CA は、カタログの品揃え（他のリテラーと比較して）、カナダ国内に拠点を置くカスタマー・サービス（国内配送と返品、国境をまたがないため手数料なし）、購入毎または購入に繋がるソーシャル活動毎にポイントをつけるロイヤルティ・プログラムを誇っています。これらすべては消費者にとって、Amazon や eBay など他のオンライン EC サイト差別化できる重要なポイントです。

競争優位性を維持するため、ブラックはパーソナライゼーションを活用して、コンバージョンを高めるだけでなくエンゲージメントの促進も目指します。「パーソナライゼーションは最終的にはコンバージョンの重要な牽引役となりますが、その前に、サイトでの滞在時間、訪問者毎の商品ビュー数、訪問者毎のカート追加数など、主要な指標に着目しなければなりません。」

リッチレリバンスのサービス提供を受けたブラックは、サイトでの平均滞在時間、訪問毎のアイテム・ビュー数、カートに追加率といった指標が向上するのを目の当たりにしました。

レコメンデーションで使われるメッセージもまた、カナダ人のプライドを考慮して、「タブレットでアイテムを購入したカナダ人はこのアイテムも購入しています」または「同様の興味を持つカナダ人はこのアイテムも見えています」などのカスタマイズ・メッセージを採用しています。

オールインワンの EC サイト、SHOP.CA はパーソナライゼーションの精神を具現化して、カナダの誇りを消費者に植え付けると同時に、リッチレリバンスというパートナーを見つけ、事業の成長と共にエンゲージメントとコンバージョンを促進しています。

The screenshot displays a website interface with two main sections. The top section is titled "Canadians Who Viewed Lenovo IdeaTab Tablet Also Viewed" and features three product cards: a Lenovo Ideacentre horizon tablet pc, a Lenovo Idea Yoga tablet, and a Samsung tablet. The bottom section is titled "Top Sellers" and lists various products such as a bed sheet, a curling iron, a sandwich maker, a toothbrush, a thermostat, a toothbrush, and a video game. A "SHARE" button is visible on the right side of the "Top Sellers" section.

## お問い合わせ先

✉ [japan-info@richrelevance.com](mailto:japan-info@richrelevance.com)

📞 +03 4588 2200

🌐 [www.richrelevance.jp](http://www.richrelevance.jp)