

# シチズン時計株式会社

シチズン時計社、タイムリーな顧客インサイト(顧客に関する知見)を活用し、eコマースの成長を急速に加速

## 背景

時計製造と革新的な技術のパイオニアであるシチズンは、世界のすべての市民(シチズン)のために時計を作る、という主義を掲げ、1918年に創立されました。100年以上にわたり、同社はこの使命に忠実であり続け、職人技への深い敬意を持って卓越性と創造性を高めてきました。シチズン社は、世界で最も垂直統合されたメーカーの1つであり、ほとんどの部品を日本国内で製造しています。同社は洗練された量産製造ラインを設けていますが、その一方で一部のハイエンドモデルは依然としてたった一人の時計職人によって手作業で組み立てられています。

もともとは卸売を行っていたシチズン社ですが、近年、販売戦略を変革し、eコマースを介して消費者が直接製品を購入できるようにしました。この変革をサポートするため、シチズン社は2017年にBarbara Garces氏を最高デジタル責任者(Chief Digital Officer)に登用しました。従来の小売業者に与えるだろう混乱を最小限に抑えつつ、ブランドのデジタルリテールへの取り組みを次の段階に引き上げる役割を担うことを目的としています。

しかし、2020年、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)のパンデミックが広がりました。これは、企業の消費者への直接販売の受け入れに予想外の勢いで影響を与えました。eコマースチームがその時必要としていたのは、信頼性の高いカスタマーエクスペリエンスの知見でした。具体的に、シチズン社が必要としていたのは、フィードバックを集約して分析し、知見を適用して、消費者への直販事業を加速させ、すべての利害関係者の利益となる改善を行うことができる能力でした。

## ソリューション

シチズン社は、Verint Digital Experience(デジタルエクスペリエンス)ソリューションを導入し、デジタルカスタマージャーニー全体(Webやモバイルチャネル)から顧客のフィードバックを収集し、企業がスマートで迅速な意思決定を行うことを可能にしました。

このソリューションは、各チャネルからのエクスペリエンス情報送信により、多くのコンテキストをキャプチャし、分析やテキストマイニングを組み合わせ、タイムリーで的を絞ったアクションを可能にします。

小さいながらも強力なシチズン時計のチームは、このベリントのリューションでネガティブフィードバック・低いスコアアラート・トレンド監視・消費者の煩わしさ削減 等のダイジェストを可視化できるようになりました。さらに、四半期ごとに、店舗での対話から得たフィードバックも確認できる様になっています。

## 導入成功事例



### ソリューション

Verint® Digital Experience™



### 業界

小売



### 国・地域

北米

## 導入結果

- シチズン社は、デジタルカスタマーエクスペリエンスに重点を置くことで、COVID-19の危機に十分に対応できるようになり、eコマースのコンバージョン率の大幅な上昇と新規顧客数の増加を実現しました
- 顧客インサイトを利用して機会を特定することで、同社はWatch FinderやMy Citizenアプリなどの新しいデジタルインタラクティブエクスペリエンスの開発を推進することができました。そして、シチズンブランドが消費者にとってより身近な存在になりました

『COVIDのパンデミックにより経済が停滞する中で、成長できるチャネルはeコマースチャネルのみであったため、デジタル化や消費者重視の体制への移行が功を奏していることを実感しました。』

シチズン時計最高デジタル責任者(Chief Digital Officer)、Barbara Garces氏

## 導入効果

知見によって、シチズン時計社はカスタマーエクスペリエンスをより深く理解し、改善を行うことができました。Garces氏は次のように述べています。「消費者からの実際のフィードバックにより、多くの方々は私たちが用いている用語を理解していないことが分かりました。サファイアクリスタルとミネラルクリスタルの違いなどがその例です。お客様の中には、常連で詳しい方もいれば初めて購入される方もいるため、私たちは、あらゆるすべてのお客様に対応していく必要があることを認識しました。シチズンをより身近なブランドにするためには、お客様とのコミュニケーションが必要でした。」

続けてGarces氏はこう述べています。「企業全体で得られた情報を共有し、主要な利害関係者に変革を推進してもらうよう協力を求めました。私たちはマーケティング部門だけでなく他部門も協働で適切なコンテンツを開発し、小売パートナーを含めて適切な方法で展開していることを確認しました。」

## 顧客向けの新たなデジタルツール

シチズン社は、CitizenブランドとBulovaブランドの両方に対応する、Watch Finderと呼ばれるデジタルツールを開発しました。インターラクティブでパーソナライズされたエクスペリエンスを提供するように設計されており、顧客は、自身のスタイルに関する質問に回答することでWatch Finderとやりとりを行います。その後、ニーズや好みにぴったりの特徴や機能を備えた時計の厳選されたセレクションが顧客に提示されます。また、このツールはシチズン社の卸売小売パートナーをサポートするために、実店舗のiPadにも展開されました。

消費者からのフィードバックを受け、シチズン時計社は、時計の登録手続きにおける摩擦ポイントを軽減するためにMy Citizenアプリもリリースしました。これまで、時計の裏側にある小さな数字は消費者にとって見づらく、製品の登録手続きを完了することができませんでした。このアプリでは、その数字を認識し、自動で時計を登録することで保証に対応できるようになっています。その結果、シチズン社では顧客からの製品登録数が大幅に増加しました。これは、同社が継続的な顧客エンゲージメントと、今後の顧客ロイヤルティやアドボカシー(顧客支援)の取り組みを推進するのに役立ちます。

これによりシチズン社は、古めかしい製品カタログを、その制作費とともに捨て去ることもできました。

シチズン社は、デジタルカスタマーエクスペリエンスに重点を置くことで、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の危機に十分対応できるようになっただけでなく、予期せぬ環境においてチャンスを見出すことができました。

当初はウェブサイトのアクセス件数は減少していましたが、小売部門は最終的にコンバージョン率の大幅な上昇を認め、eコマース事業で一貫して前年比3桁増を達成し、新規顧客数も増加しました。

「COVIDのパンデミックにより経済が停滞する中で、成長できるチャネルはeコマースチャネルのみであったため、デジタル化や消費者重視の体制への移行が功を奏していることを実感しました。」と、Garces氏は結論付けています。



詳しくはwebサイトをご覧ください  
<https://www.verint.com/ja>

## The Customer Engagement Company™

ベリントシステムズジャパン株式会社

〒102-0083 東京都千代田区麹町5-1  
NK真和ビル8F

CECIT010222J

ベリントシステムズ ( Verint Systems Inc. )

ベリントシステムズ (NASDAQ: VRNT) は、フォーチュン100企業の85%以上を含めた世界で最も認知されている企業や団体が、企業全体の業務、データ、顧客／従業員体験を繋ぎ継続的な顧客との関係を築くための支援をしています。ベリントの顧客エンゲージメントの製品ポートフォリオは、最新のAIや分析、オープンクラウドアーキテクチャ、顧客エンゲージメントの科学 (The Science of Customer Engagement™) を活用し、企業が顧客エンゲージメントのための需要と供給のギャップ (The Engagement Capacity Gap™) を解消することができるソリューションを提供しています。

03-6261-0970

al\_japansales@verint.com

<https://www.verint.com/ja>

VERINT®