

NEWS RELEASE



報道関係者各位

2017年11月14日
株式会社ブレインパッド

ブレインパッド、“パーソナライズ”をブランドコンセプトとする オーダースーツブランド「DIFFERENCE」に MA ツール「Probance」を導入 － 店頭接客、ウェブコミュニケーションを通じてシームレスなパーソナライズを実現 －

株式会社ブレインパッドは、株式会社コナカが 2016 年 10 月に立ち上げたオーダースーツブランド「DIFFERENCE」に、BtoC 向けマーケティングオートメーション (MA) プラットフォーム「Probance」を導入したことを発表します。なお、今回の取り組みは、当社と共に株式会社オールアバウトがコンテンツマーケティング支援の一環としてサポートしています。

「DIFFERENCE」は、株式会社コナカが「実店舗とウェブの垣根をなくしてシームレスに、お客様一人ひとりに最適なオーダースーツを提供」するために立ち上げたオーダースーツブランドです。初回来店時にプロのテイラーによって採寸されたデータをもとに、2 着目以降はお客様自身がウェブやスマートフォンアプリを使って、どこでも簡単にデザインのカスタマイズやオーダーができる、画期的なオーダースーツ体験を提供しています。



■ “自由に楽しく、パーソナライズなオーダースーツ体験を”のコンセプトにマッチした「Probance」 株式会社コナカ ディファレンス事業部 ゼネラルマネージャー 中嶋 傑氏からのコメント

ブランドのコアとなるコンセプトが、“パーソナライズ”です。「テイラーによる店舗接客だけでなく、来店後のアフターフォローのウェブコミュニケーションも含めてお客様一人ひとりと向き合いたい」という想いが、この「DIFFERENCE」というブランドのコンセプトにつながっています。

我々が目指す姿は、お客様一人ひとりのニーズにマッチしたテイラーのアドバイス、購入方法、購入タイミング、納品方法をお客様が自由に選択できるようにするとともに、来店予約から購入後のアフターケア、そして次の来店までのフローをエンターテインメントとして楽しんでいただけるというブランドです。

テイラーとお客様一人ひとりのコミュニケーションの実現方法を模索する中で、私たちのブランドコンセプトを具現化できるツールが「Probance」でした。

DIFFERENCE



■来店後のアフターフォローコミュニケーションをパーソナライズすることから、施策スタート

「DIFFERENCE」立ち上げ1年目の現在は、お仕立て後のアフターフォローのコミュニケーションに注力しています。そのコミュニケーションを図るための施策として「Probance」を活用しています。スーツをお渡しした日を起点として配信しているパーソナライズフォローメールの開封率は高く、そのメールに対してお客様から返信がくることもあり、単発購入で終わらせないCRMとしての役割も担っています。

今後も、ブレインパッドは、テイラーとお客様をシームレスにつなげ、購買履歴やウェブアクセスログなどのデータに基づく、よりパーソナライズされたコミュニケーションの実現に向けてご支援していきます。

■ブランドの事業フェーズに応じて拡張可能な柔軟性を持つ Probance を採用

「DIFFERENCE」のプロジェクトチームによる MA ツールの比較検討の結果、「Probance」は、「誰に」「いつ」「何を」送るかのシナリオイメージが持ちやすいのに加え、今後の事業成長も見据えて拡張可能なアーキテクチャであることを評価され、ご採用いただきました。

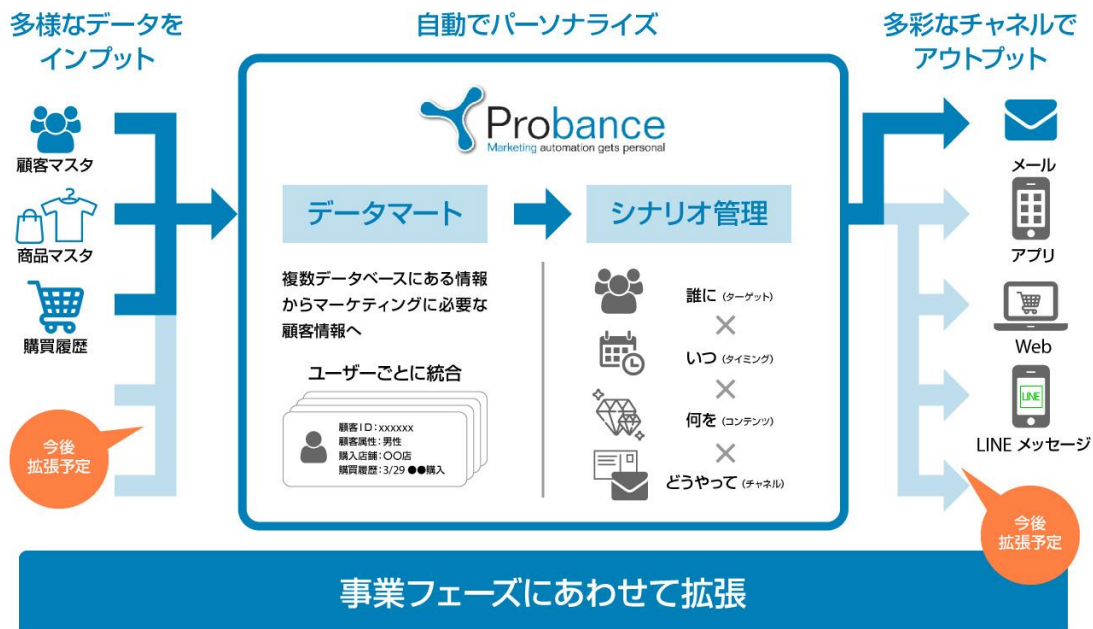
<Probance 採用のポイント>

1. インプット（データ連携）とアウトプット（チャネル）の拡張性

「Probance」は多様なデータを連携できるため、パーソナライズするために必要な情報がインプットでき、メールだけでなくアプリのプッシュ通知や LINE でもパーソナライズを実現できる点が評価されました。

2. スモールスタートでクイックに開始し、その後の事業フェーズに応じて利用拡大できる発展性

一方で、「Probance」の導入時、「DIFFERENCE」はブランド立ち上げから間もなかったため会員規模もまだ大きくはありませんでした。そのため小さい会員規模から、マーケティングチャネルも限定してスモールでクイックスタートするにあたり、事業成長とともに機能やチャネルを拡張できる MA ツールの発展性が決め手となりました。



▲「DIFFERENCE」が実施しているパーソナライズメールのイメージ

- 本事例に関するより詳細なインタビュー記事は、以下 URL よりご覧ください。

URL : <https://boxil.jp/mag/a3096/>

(※「ボクシルマガジン」のウェブサイトに移ります。)

■ご参考情報

- 「Probance (プロバンス)」について <http://www.probance.jp/>

「Probance」は、機械学習を搭載し、Predictive Communication (顧客ニーズを予測するコミュニケーション) を実現する BtoC 向けマーケティングオートメーション (MA) プラットフォームです。顧客属性や取引データ、行動データなど、BtoC 企業が保有する膨大で多様なデータを安全かつ高速に処理し、機械学習アルゴリズムを用いて、個客一人ひとりの趣味・嗜好に基づいたレコメンド施策を実行します。さらに、オンライン・オフラインを統合したクロスチャネルマーケティングで、真の One to One コミュニケーションを実現します。

- 株式会社コナカについて <http://www.konaka.co.jp/>

本社所在地：神奈川県横浜市戸塚区品濃町 517 番地 2

設立：1973 年 11 月

代表者：代表取締役社長 湖中 謙介

資本金：53 億 5 百万円

事業内容：紳士服およびその関連洋品を主に取り扱う紳士服専門チェーン

- 株式会社ブレインパッドについて <http://www.brainpad.co.jp/>

(東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655)

本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル

設立：2004 年 3 月

代表者：代表取締役社長 佐藤 清之輔

資本金：332 百万円 (2017 年 9 月 30 日現在)

従業員数：222 名 (連結、2017 年 9 月 30 日現在)

事業内容：企業の経営改善を支援するビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービス

■お問い合わせ先

- 製品・サービスに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

デジタルソリューション統括部 営業部

TEL : 03-6721-7002 e-mail : info@brainpad.co.jp

- 本ニュースリリースに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

コーポレート本部 経営企画部 広報担当

TEL : 03-6721-7700 e-mail : marcom@brainpad.co.jp

*本ニュースリリースに記載されている会社名・商品名は、各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発売日現在の情報です。

以上