



INSIGHT

セールス（サービス）アズアサービス：Pitney Bowes EngageOne Video による顧客エンゲージメントの再考

Terry Frazier

IDC の見解

郵便料金計器や郵便ソリューションで最もよく知られている創業 95 年の企業が自社の徹底的な改革を決定した場合、そのプロセスには相当の期間を要する可能性がある。そしてその企業が緊密に統制された業務プロセスから、顧客エンゲージメントの広大な世界にシフトするのであれば、移行はさらに困難なものとなる可能性がある。しかし、ピツニーボウズでは、リアルタイムコンテンツ社（RTC）の買収に伴って、この両方の課題に応える状況にあるように見える。Pitney Bowes EngageOne Video では、プロ品質の脚本と映像によるビデオと、高度なテクノロジー、複数のデータソース、そしてオンプレミスまたはクラウドベースのデリバリーを組み合わせることによって、プレゼンテーション中のユーザーの選択と応答に基づくリアルタイムでのレンダリングを実現している。その結果、非常に力強い価値提案を提供できる、パワフルで効果的な顧客エンゲージメントの手段が実現している。これに加えて以下の事項が指摘できる。

- EngageOne Video ソリューションの魅力は、設計、テクノロジー、実施、継続的な最適化が組み合わされたソリューションであるということによる。このソリューションによって顧客エンゲージメントのための新たな対話ポイントが生み出され、用途はすべての業種、視聴者グループ、そして企業内全体にもわたっている。
- EngageOne Video のマネージドサービスは、売上高に大きな影響を及ぼす可能性という非常に強力な価値提案を提供している。世の多くのマネージドサービスはコスト削減と効率性が主目的であり、売上高にプラスとなるケースは極めてわずかである。しかし、EngageOne Video には、エンゲージメントの強化、販売サイクルの深部への見込み顧客の取り込み、複雑な製品やサービスの説明などが可能で、他のパーソナライズされた製品／サービスがまだ達成していない方法で売上高の増加に寄与するという主張は正当なものである。
- EngageOne Video は、オンプレミス（顧客がホスティングと管理を提供）、ハイブリッド（ピツニーボウズがホスティングを提供するが、クライアントが管理）、または Amazon Web Services（AWS）上で実行されるマネージドサービス、という 3 つのモデルでの配備が可能である。これら 3 つのモデルのすべてにおいてテクノロジープラットフォームが提供されているが、IDC の見解では利益を迅速に実現できる可能性が最も高いのはマネージドサービスのモデルである。

本調査の内容

本 IDC Insight では、Pitney Bowes EngageOne Video マネージドサービスの概要を提供する。本稿は、顧客のライフサイクルを通じて顧客のエンゲージメントに責任を負う、マーケティング、セールス、カスタマーサービスのビジネスユーザーおよび IT の意思決定者を対象としており、ピツニーボウズによって IDC に提供された情報、デモ、および導入例に基づいて書かれたものである。

概況

ピツニーボウズ（本社コネチカット州スタンフォード）は、パーソナライズドインタラクティブビデオ（PIV）のプロバイダーである RTC と 1 年余り提携した後、2015 年 5 月に同社を買収した。この買収は、単なる印刷・郵便プロバイダーをはるかに超える企業として自社を再構築し、顧客エンゲージメントサービスの世界に移行するためのピツニーボウズの取り組みの一環である。

PIV の概念は、RTC の元 CEO であるデービッド シュワルツ氏によって最初に考案されたものであった。シュワルツ氏は、以前勤めていた企業で営業部門を率いており、スタッフを増やすことなくより多くの製品のデモを行うことを望んでいた。このアイデアは時間をかけて洗練され、その結果生み出されたソリューションにおいては、顧客およびマーケティングのデータ、外部データ（地理位置／衛星情報など）、視聴者のインプット、そしてプロ品質で制作されたビデオとオーディオクリップが、人間の相互のやり取りを模倣するような形で組み合わせられた極めて魅力的なビデオエクスペリエンスが提供されている。ピツニーボウズでは、このソリューションを「オンラインビデオとダイレクトマーケティングの完璧な組み合わせ」としている。

それによる映像効果は目覚ましい。同社独自のテクノロジーと Amazon Web Services の利用によって、クラウドベースでのさまざまなコンテンツのコンポーネントの組立は極めて迅速に行われる。移行はシームレスなわけではないが見た限り良好であり、目障りな部分や中断はまったくない。ビデオは効果的かつ魅力的であるが、押しつけがましくないようにパーソナライズされ、また機械的な感じではなく人間的である。

導入の結果は同様に目覚ましいものであるようだ。同社から提供を受けた資料に基づくと、EngageOne Video の導入前に比較して、顧客エンゲージメント時間、成約率、販売単価、生産性のすべてが大幅に上昇している。

The EngageOne Video ソリューションには、クリエイティブの開発、インプリメンテーション、ビデオ配信、レポーティング、最適化が含まれている。以下のセクションでは、ピツニーボウズから提供を受けた、テクノロジー、インプリメンテーションのプロセス、そして結果に関して簡単に論じる。

テクノロジー

ピツニーボウズでは、クリエイティブの開発プロセスにおいて独自のビデオ編集ツールを使用している。このツールでは、ビデオと音声コンテンツがセグメントに分割され、それらのセグメントが各々のシーンの内容に関する重要な情報でタグ付けされる。ストーリーボードのテンプレートの作成にも同じツールが使用される。ストーリーボードのテンプレートには、さまざまな視聴者プロファイルに対してどのシーンを使用すべきか、そしてシーンの順番に関するルールとロジックが含まれる。次にコンテンツのセグメントとコンポーネントのコレクションがキャッシングのためにサーバーにパブリッシュされる（AWS によりホスティングされるか、オンプレミスに配備されるかに関係なく）。各々のビデオはコンポーネントからリアルタイムで組み立てられるため、複数の長時間のビデオを保存する必要はない。

再生時には、ピツニーボウズのコンテンツシンセサイザーによって、オーディオ、ビデオ、テキスト、およびグラフィックスの事前に録音／録画された小さなセグメントがリアルタイムで組み立てられ、AWS のコンテンツ配信ネットワーク（CDN）によって視聴者のロケーションに関係なく迅速で一貫したアクセスが保証される。コンテンツの選択と順序は、視聴者のプロファイルとストーリーボードのロジックに基づいて変更／適合が行われる。ストーリーボードのロジックでは、顧客データ、ビジネスインテリジェンス、業界データ、IP アドレスなどのネットワークデータ、関心のある製品／ビジ

ネスなどの視聴者による選択、そして衛星写真、燃料コスト、交通情報、天候などのロケーション固有のデータが考慮される。さまざまな他のデータを含めることも可能である。

視聴者が EngageOne Video サイトを訪問するたびに、ピツニーボウズの独自のテクノロジーによって視聴者のプロフィール情報の収集と適切なプロフィールマップの読み出しが行われ、必要なコンポーネントとデータフィードの組み立てとビデオの配信が行われる。視聴者がパーソナライズされた URL (pURL) をクリックした場合には、パーソナライゼーションは最初から適用され、多くの場合において視聴者の名前の呼びかけなどが行われる。視聴者が一般的な URL をクリックした場合には、より一般的なビデオセグメントによって視聴者に一連のスクリーニングの質問が行われ、その場でパーソナライゼーションが追加される。視聴者がビデオを保存することを選択した場合、視聴者は pURL を受け取る。pURL によって視聴者がサイトに戻った際にパーソナライゼーションが保持される。Figure 1 はテクノロジースタックの概要を示したものである。

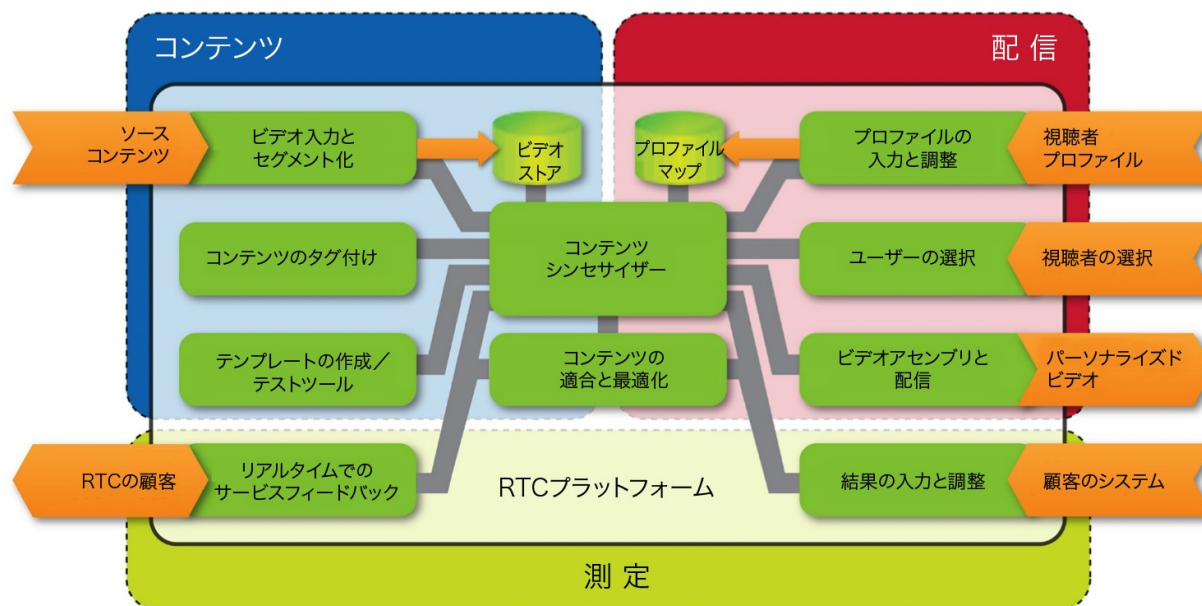
ビデオは、数百または数千のコンポーネントとデータフィードから組み立てられるため、コンテンツの流れは視聴者ごとに異なるものになる。ビデオはノート PC、タブレット、スマートフォンを含む多様なデバイス上でスムーズに再生され、有線および公開／非公開 WiFi 接続、4G 携帯電話ネットワーク経由上のいずれにおいても同等に動作可能であるようだ。

ピツニーボウズではまた、リアルタイムで統計情報を収集し、一般的な視聴者のネットワークデータとビジットの詳細情報だけではなく、エンゲージメントの達成段階、視聴者による製品／サービスの選択、連絡先の詳細、シェアの統計、照会の履歴などの多様でより有用なデータを含むレポートを提供できる。これらのデータのすべてを CRM やセールスオートメーションシステムにつなぎ、後の営業やサービスのコンタクト情報に利用することが可能である。

EngageOne Video のクラウドベースの導入が不可能、あるいはそれを望まない企業は、自社のファイアウォールの内側にこのテクノロジーを配備し、サポートすることが可能であるが、パフォーマンスと有効性に重大な影響が及ぶ可能性がある。

FIGURE 1

Pitney Bowes EngageOne Video のテクノロジーマップ



Source: Pitney Bowes, 2015

インプリメンテーション

ピアノを何台も買うことができても、それでモーツァルトになれるわけではない。ピツニーボウズのテクノロジーは素晴らしいものであるが、最終的な製品が競合製品の中で本当に際立っているのは2つの要素によるものである。この2つの要素のいずれもが、インプリメンテーション（インタラクティブビデオの実現）に関するものである。1つは、事前の計画、データ収集、台本作成、セグメント分割プロセスにおいて用いられるスキル、注意深さ、周到さであり、もう1つはパーソナライゼーションにおいて、プロの俳優を用いたビデオを効果的に利用する手法である。

インプリメンテーションはディスカバリーワークショップで始まる。このワークショップでは、EngageOne Video の専門家がセールスまたはサービス部門で最高の業績を上げている担当者にインタビューを実施し、その業績を上げるためにこれらの担当者が何を行っているかを特定、把握する。このインタビューを通して、ピツニーボウズはトップクラスの営業担当者やサービススタッフが自分独自の技に織り込んでいる、主要なトピック、課題、反論、回答、テクニックを把握する。

大半の企業では（すなわち、ほぼすべての企業では）、自力でこれを行うことは不可能である。トップクラスの営業担当者やサービススタッフが何を行っていることを把握することは困難である。それには多大な時間を要するうえ、これを行うには大半の企業のいかなる中核的能力にも適合しない特別なスキルセットが必要である。これらの能力をインプリメンテーションの一部として提供することにより、ピツニーボウズでは大半の企業をはるかに凌駕するリソースと専門知識を、成功のこの重要な側面に集中させることが可能になっている。

トップクラスの成績を上げている担当者に対するインタビューに加えて、同社ではマーケティング担当者、製品の専門家、その他の関係者にもインタビューを行い、主要なマーケティングのメッセージ、

最も成功しているキャンペーン、製品／サービスの詳細、そして最も説得力のあるストーリーラインを作成するために必要とされるその他の情報を把握する。

この情報の収集が完了すると、ピツニーボウズでは専門のビデオ制作スタジオでプロの俳優を用いて、それまでに作成したストーリーボードとプロフィールに基づいて緻密に台本が作成されたセグメントの撮影を行う。俳優は時間や場所に固有の挨拶、言葉を切る／応答する順番、およびパーソナライゼーションに使用される数百にも上る一般的な名前などのために、複数のバージョンの短いセグメントを明確に撮影する。

最終的ビデオでは、各々の視聴者にユニークなビデオエクスペリエンスを作成するために、これらの事前に撮影されたセグメントと、画像、リアルタイムのデータ、製品の写真、アニメーション、調査、その他のアイテムが注意深く構成される。

結果

ピツニーボウズは、2011 年の同社の最初の概念実証の配備の時点から収集された、80 ページにも及ぶ視聴者からの任意通知フィードバック（重複を除いて 2,000 件を上回る回答）を IDC に提供した。各々のフィードバックには、日付、コメント、および視聴者の視聴時間が含まれている。コメントはピツニーボウズ自社のサイトだけでなく、同社の顧客からも収集されたものである。

エンゲージメント時間は並外れたものである。これらは秒単位ではなく、6 分、14 分、22 分、34 分などの分単位であり、40 分以上に及んでいるケースすらある。ピツニーボウズでは、受けとったフィードバックの 98% が肯定的なものであるとしている。IDC ではカウントは行っていないが、視認した限りではこの数字は妥当なものであるように見える。4 年間で 2,000 件のユーザーのコメントは、それだけではビジネスの意思決定の十分な根拠にはならないが、顧客エンゲージメントにおける同社の成功を示していることは確かである。ピツニーボウズではまた、同社顧客がこのサービスによる成功について他の場所において述べている姿を示す追加的なビデオも IDC に提供している。

IDC 自体の経験について述べると、ピツニーボウズのデモの Web サイトおよび pURL を使用している複数の同社顧客サイトを閲覧したところでは強い印象を受けている。視聴者がビデオを見る際に、俳優が視聴者の名前と時間を明確に伝えることにはインパクトがある。さらに重要なことに、俳優がビデオエクスペリエンスを通して視聴者を案内する様子は、従来のいかなるビデオ手法が達成したものよりも人間同士の会話に近いものである。

公正を期して言えば、IDC はインプリメンテーションのプロセスを経たわけではないため、これらのビデオの設定においてピツニーボウズが用いたスキルや周到さを実際に知り得る立場にはない。しかし現実には、結果として得られた製品の洗練されたセグメント分割、詳細さ、そして滑らかさは、他に類を見ない。IDC が視聴したサイトからは、ビデオの設計と制作時において、企業の顧客層、セールス／サービスにおける課題、マーケティングと製品の強み、成功したマーケティングキャンペーン、そして事業目標の把握に多大な注意が払われていることが明確に示されている。

また、ピツニーボウズが企業の顧客、そしてその顧客がどのように考えているか、どのような質問をするか、そしてそれにどのように回答するのが最善であるかを理解するために多大な時間を費やしていることも明白である。これらの理解内容のすべてが、パーソナライズされた、人間が案内する、ビジネス／製品／サービスの情報に関するツアーに包含され、これによって見込み顧客や顧客は自分の必要に応じた情報を得ることができる。

ピツニーボウズによると、ビジネス面での成果は、販売サイクルの短縮、販売単価の増加、成約率の改善、顧客満足度の上昇という面で極めて大きいものとなっている。

将来の展望

一見ただけでは、ピツニーボウズのような企業が RTC を買収するのは奇妙なことであるように思えるかもしれないが、これは極めて合理的な決定である。ピツニーボウズの MapInfo 事業およびロケーションインテリジェンス能力は十分に確立されたものであり、想像されるよりも多くの業種で広範に使用されている。フェイスブックなどのオンラインサービスや、バンクオブアメリカ、ドミノピザ、プジョー、シトロエンなどの企業では、これらを利用して顧客や従業員にパーソナライズされたロケーションサービスを提供している。

ピツニーボウズの EngageOne 顧客コミュニケーション管理スイートは、保険、ヘルスケア、金融サービスなどの多くの業種でその存在が確立されている。そして、ピツニーボウズの定評そしてサービスとサポートの提供における 95 年の歴史自体が同社について多くを語っている。

ピツニーボウズは EngageOne Video の追加によって、同社の能力に対してさらに今日的な意義のある能力を加え、また自社の最高クラスの営業担当者とサービススタッフの有効性をさらに高めることを望んでいるすべての企業に対して説得力ある競争優位を提供できる手段を獲得した。

このサービスの用途は、セールスに加えて、保険の契約書や計算書などの複雑な商品や文書の説明、顧客サービスの改善、従業員や学生の研修、そしてさらにはエンターテインメントまで多岐にわたる。このアプローチの恩恵を受けないと考えられる企業は極めてわずかである。

クラウドに配備すべきか否か

パブリック／プライベートクラウドとオンプレミス配備のセキュリティに係る議論は今後長年にわたって行われると予想される。セキュリティの複雑な課題は、物理的コントロール、暗号化、ID 管理、バックドアに関する政府規制、公的支援を受けたサイバー攻撃、従業員の不注意やウイルス感染、規制体制、法的責任、その他の無数の状況の影響の下にあり、近い将来に解決されるとは予想されない。しかし、企業では、クラウドが提供する特徴／機能と、オンプレミスでの配備が提供する（場合によっては）議論の余地があるセキュリティの改善の間で選択を迫られることになる。

クラウドサービスと CDN のメリットは明白である。膨大なリソースを有する大企業であれば、より優れたセキュリティを提供できる可能性も十分にがあるが、このケースであってもいずれを選択すべきかは必ずしも明確ではない。グローバル CDN によって多くの顧客にとってのエクスペリエンスを大幅に改善することが可能であり、ビデオなどの帯域幅を消費する機能に関しては特にそれが当てはまる。

IDC の見解では、問題はクラウドを使用すべきか、回避すべきかというのではなく、クラウドを適切に使用方法、エクスポージャーを最小限に維持しつつ最大限のメリットを得る最善の方法はどのようなものであるか、そして顧客をエンゲージしつつ、プライバシーとセキュリティの課題に対処する創造的な方法はどのようなものであるかということである。

人間的なパーソナライゼーション

パーソナライゼーションに常に付きまとう問題の 1 つは薄気味の悪さという要素である。どの点を越えるとパーソナライゼーションが行き過ぎるのであろうか。顧客に対してどれだけの情報を曝すべきであろうか。顧客はどれだけの情報を提供するであろうか。EngageOne Video では、本物の人間が視聴者の名前を呼んだり、視聴者の関心に固有な質問を尋ねたりすることによって、この問題が軽減される可能性がある。また、これによって視聴者が自分に関するより多くの情報の提供や確認を行うことが促進される可能性もある。ピツニーボウズが同社顧客と実施したキャンペーンの実験の 1 つでは、pURL を訪問した視聴者の 40%以上が自分の個人情報の詳細を確認している。

パーソナライズされた、インタラクティブなビデオをご自分で体験するには、Pitney Bowes EngageOne Video のデモサイトである **mypbvideo.com/IDC** を訪問して頂きたい。

About IDC

International Data Corporation (IDC) is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology, telecommunications and consumer technology markets. IDC helps IT professionals, business executives, and the investment community make fact-based decisions on technology purchases and business strategy. More than 1,100 IDC analysts provide global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends in over 110 countries worldwide. For 50 years, IDC has provided strategic insights to help our clients achieve their key business objectives. IDC is a subsidiary of IDG, the world's leading technology media, research, and events company.

Global Headquarters

5 Speen Street
Framingham, MA-01701
USA
508.872.8200
Twitter: @IDC
idc-insights-community.com
www.idc.com

Copyright Notice

This IDC research document was published as part of an IDC continuous intelligence service, providing written research, analyst interactions, telebriefings, and conferences. Visit www.idc.com to learn more about IDC subscription and consulting services. To view a list of IDC offices worldwide, visit www.idc.com/offices. Please contact the IDC Hotline at 800.343.4952, ext. 7988 (or +1.508.988.7988) or sales@idc.com for information on applying the price of this document toward the purchase of an IDC service or for information on additional copies or Web rights.

Copyright 2015 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.

