



# EXPERIENCE MAKERS<sup>LIVE</sup>





# 列車旅の拡大活性化を目指し、 「お客様を理解した顧客体験の提供」への ビジネス変革

びゅうトラベルサービス  
Web販売戦略部  
沓名 恵

**EXPERIENCE MAKERS** LIVE



鉄道の利用を主軸に、東北、関東および信越エリアへの観光を誘発することを主なミッション

主力商品



びゅうプラザ  
提携先の旅行代理店  
Webサイト



JR東日本  
ダイナミック  
レールパック

Webサイト



- 大人の休日倶楽部
- インバウンド観光客
- TRAIN SUITE 四季島

# 自己紹介

びゅうトラベル

びゅうトラベルサービス  
Web販売戦略部

くつな めぐみ

沓名 恵

2016年8月 びゅうトラベルサービス入社

WEBデザイナーとして転職。

ホテルや介護サービスのWEBやDTPなどを10年ほど経験。

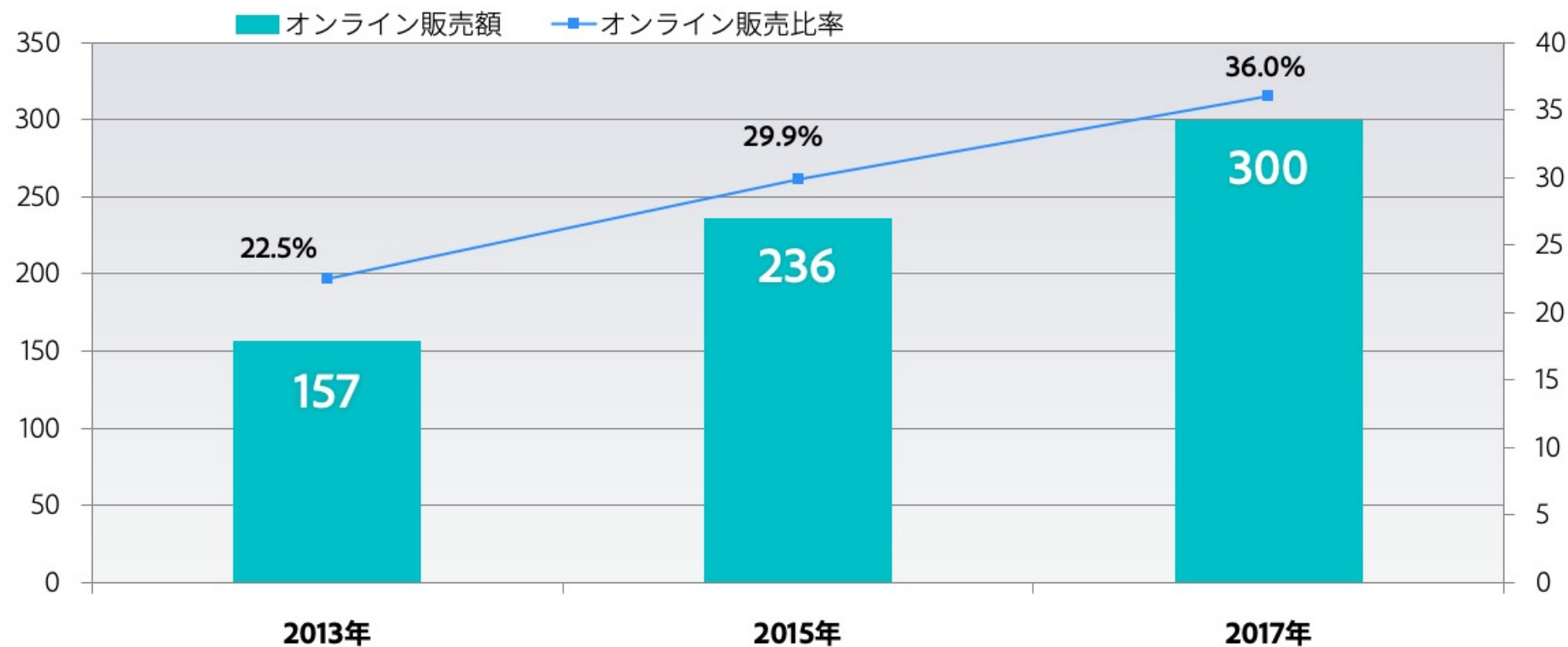
現在はマーケチームのリーダーとして販促全体管理、システムの周りや外部との様々な調整役など、幅広く携わっています。





# 日本の旅行業界を取り巻く環境

## 日本の旅行者等のオンライン販売額・比率の推移



※出典: フォーカスライトJapan 『日本のオンライン旅行市場調査』 第3版・第4版

# 日本の旅行業界を取り巻く環境

びゅうトラベル

2015年11月  JR東日本ダイナミックレールパック 発売開始



リアルタイムで空いている  
列車と宿泊施設を自分で組み合わせられる



ご旅行代金は価格変動型の旅行商品  
タイミングによってはおトクになることも！



予約は最短出発日前日18時まで可能  
急な出張や思い立った旅行にも対応



きっぷ受け取りは駅の指定席券売機で可能  
店舗に行く手間はなく旅行当日に受取りも。



# 日本の旅行業界を取り巻く環境

びゅうトラベル

2015年11月  JR東日本ダイナミックレールパック 発売開始



リアルタイムで空いている  
列車と宿泊施設を自分で組み合わせられる



ご旅行代金は価格変動型の旅行商品  
タイミングによってはおトクになることも！



予約は最短出発日前日18時まで可能  
急な出張や思い立った旅行にも対応



きっぷ受け取りは駅の指定席券売機で可能  
店舗に行く手間はなく旅行当日に受取りも。





# 日本の旅行業界を取り巻く環境

びゅうトラベル

2015年11月  JR東日本ダイナミックレールパック 発売開始



リアルタイムで空いている  
列車と宿泊施設を自分で組み合わせられる



ご旅行代金は価格変動型の旅行商品  
タイミングによってはおトクになることも！



予約は最短出発日前日18時まで可能  
急な出張や思い立った旅行にも対応



きっぷ受け取りは駅の指定席券売機で可能  
店舗に行く手間はなく旅行当日に受取りも。





# 日本の旅行業界を取り巻く環境

びゅうトラベル

2015年11月  JR東日本ダイナミックレールパック 発売開始



リアルタイムで空いている  
列車と宿泊施設を自分で組み合わせられる



ご旅行代金は価格変動型の旅行商品  
タイミングによってはおトクになることも！



予約は最短出発日前日18時まで可能  
急な出張や思い立った旅行にも対応



きっぷ受け取りは駅の指定席券売機で可能  
店舗に行く手間はなく旅行当日に受取りも。



# 日本の旅行業界を取り巻く環境

びゅうトラベル

2015年11月  JR東日本ダイナミックレールパック 発売開始



リアルタイムで空いている  
列車と宿泊施設を自分で組み合わせられる



ご旅行代金は価格変動型の旅行商品  
タイミングによってはおトクになることも！



予約は最短出発日前日18時まで可能  
急な出張や思い立った旅行にも対応



きっぷ受け取りは駅の指定席券売機で可能  
店舗に行く手間はなく旅行当日に受取りも。



# 日本の旅行業界を取り巻く環境

びゅうトラベル

2015年11月  JR東日本ダイナミックレールパック 発売開始



リアルタイムで空いている  
列車と宿泊施設を自分で組み合わせられる



ご旅行代金は価格変動型の旅行商品  
タイミングによってはおトクになることも！



予約は最短出発日前日18時まで可能  
急な出張や思い立った旅行にも対応



きっぷ受け取りは駅の指定席券売機で可能  
店舗に行く手間はなく旅行当日に受取りも。





# 店舗販売からオンライン販売へ

びゅうトラベル

2016年 デジタルマーケティング推進に向けて解決すべき課題

## 課題1 システム

ページ制作はほぼすべて外注  
簡単に設定変更できないアクセス解析  
自由に配信できないメルマガ

## 課題2 人材組織

1人だけのマーケティング  
組織全体のスキル不足  
ターゲットは社内

## 課題3 プロセス

施策はすべて思いつき  
社内での効果分析スキームがない





# 店舗販売からオンライン販売へ

びゅうトラベル

2016年 デジタルマーケティング推進に向けて解決すべき課題

## 課題1 システム

ページ制作はほぼすべて外注  
簡単に設定変更できないアクセス解析  
自由に配信できないメルマガ

## 課題2 人材組織

1人だけのマーケティング  
組織全体のスキル不足  
ターゲットは社内

## 課題3 プロセス

施策はすべて思いつき  
社内での効果分析スキームがない



# 店舗販売からオンライン販売へ

びゅうトラベル

2016年 デジタルマーケティング推進に向けて解決すべき課題

## 課題1 システム

ページ制作はほぼすべて外注  
簡単に設定変更できないアクセス解析  
自由に配信できないメルマガ

## 課題2 人材組織

1人だけのマーケティング  
組織全体のスキル不足  
ターゲットは社内

## 課題3 プロセス

施策はすべて思いつき  
社内での効果分析スキームがない



# 店舗販売からオンライン販売へ

びゅうトラベル

2016年 デジタルマーケティング推進に向けて解決すべき課題

## 課題1 システム

ページ制作はほぼすべて外注  
簡単に設定変更できないアクセス解析  
自由に配信できないメルマガ

## 課題2 人材組織

1人だけのマーケティング  
組織全体のスキル不足  
ターゲットは社内

## 課題3 プロセス

施策はすべて思いつき  
社内での効果分析スキームがない



ネットでの旅行販売  
競争激化の環境下において

**抜本的な改革が必要**



# 店舗販売からオンライン販売へ

びゅうトラベル

## 目指すは列車旅の拡大活性化

それにはお客さまをより理解する必要がある

ニーズにあった顧客体験の提供

その鍵となるのがデータ





# 店舗販売からオンライン販売へ

びゅうトラベル

## 目指すは列車旅の拡大活性化

それにはお客さまをより理解する必要がある

ニーズにあった顧客体験の提供

その鍵となるのがデータ



# 導入から施策開始まで

びゅうトラベル

|      |                                                                                                         |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2017 | 導入検討、POC実施、投資判断      |
|      | システム開発要件定義・システム開発申請  |
| 2018 | 構築・実装<br>(Analytics / Audience Manager / Target / Experience Manager )                                  |
|      | 運用開始 (Experience Manager )                                                                              |
| 2019 | 運用開始 (Analytics / Audience Manager / Target )                                                           |
|      | 構築・実装 (Campaign) → 運用開始                                                                                 |



※ 導入当時の製品ロゴ

広告

サイト改善

コンテンツ  
制作

メール

顧客体験向上・売上拡大の実現



「ディスプレイ広告」「検索広告」でもパーソナライズ広告を開始

広告

サイト  
改善

コンテンツ  
制作

メール

お客様のニーズにあったパーソナライズ広告



Web行動データから  
お客様のニーズを把握し  
セグメントを作成



セグメント  
連携



検索広告



セグメントを加味した自動学習により、  
コミュニケーションおよび配信を最適化

ディスプレイ広告



CVR





# サイト改善

びゅうトラベル

データに基づき施策効果を確認し、改善を繰り返す活動が定着

広告

サイト  
改善

コンテンツ  
制作

メール

えきねっと国内ツアーTop上のエリアマップの遷移先をプラン検索結果から特集ページへ段階的に変更

~2019/07/30

エリアごとのプラン検索結果へ遷移



2019/07/30~10/24

びゅうトラベル内の各特集へ遷移  
(大地方レベル)



2019/10/24~

びゅうトラベル内の各特集へ遷移  
(県レベル)



エリアマップを  
利用する訪問者  
の売上



# コンテンツ制作

びゅうトラベル

ほぼ全ての特集ページとメールコンテンツを Adobe Experience Manager にて制作  
「コンテンツ制作スピード向上」「お客様の多様なニーズに合致したコンテンツ配信」を実現

広告

サイト  
改善

コンテンツ  
制作

メール

## ▼最初はTYOのみ移管



## ▼他特集ページを追加



## ▼エリアを拡大



## ▼スキー特集追加



## ▼メールコンテンツ



11月 2018 12月 1月 2019 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2020 2月

少人数体制のなか徐々にコンテンツを増やし、現在は9割移行済み

# メール施策

「過去に旅行を購入したお客さまに対する集客」  
「お客様のニーズに合致した情報発信」が可能に

広告

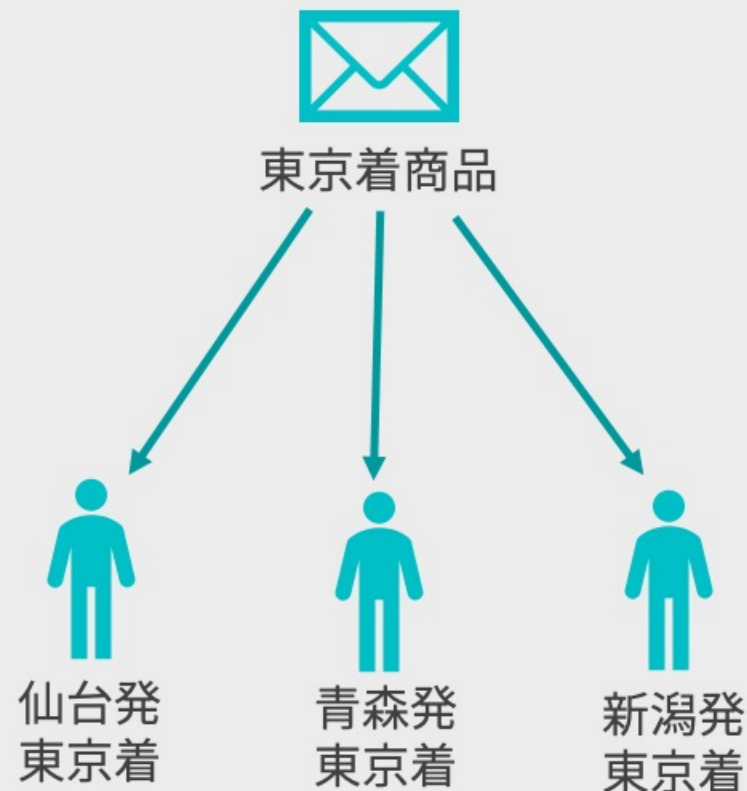
サイト  
改善

コンテンツ  
制作

メール

お客様のお住いの情報を元に、  
お客様のニーズに合致した発地別の  
メールマガジンを配信開始

月1回から週1回と  
顧客体験の提供が頻度が増えたことで  
CTR/CVR共に高上昇



CTR

CVR



※CTR=クリック数/配信数  
CVR=予約数/配信数  
(2020年1月の前々年比で比較)



Web販売戦略部  
マーケチーム 6名  
(コンテンツ制作は除く)

施策による  
累計売上リフトアップ

施策実施数

150%



更なる成果拡大に向けて

1



商品の充実化

2



社内人材育成

3



業務内製化

お知らせ

びゅうトラベル

# Webディレクター募集中！



詳しくは弊社採用サイトまで

<http://www.v-travels.co.jp/recruit/exper/>



