



旅行者の顧客体験を再定義

英国のハブ空港であるヒースロー空港は、空、陸、オンラインを問わず、あらゆる旅の進化を追求

Heathrow

Making every journey better

「役に立つ情報の発信が重要なのは言うまでもありませんが、当社が Adobe Campaignを使用する真の目的は、旅行者に最上級の空港サービスを提供することです」

Simon Chatfield氏
Heathrow Airport Limited、EビジネスおよびCRM責任者

ソリューション

Adobe Experience Cloudを構成する

- Adobe Analytics Cloud: Adobe Analytics
- Adobe Marketing Cloud: Adobe Campaign、Adobe Target

成果

600 1ヶ月間に届く顧客からの問い合わせ件数
万件



優れたサービス提供への取り組みをサポート



チャネルをまたいで顧客行動を把握



モバイルデバイスを活用してカスタマージャーニーをパーソナライズ



Heathrow Airport Limited

1946年設立

年間利用者数:7,500万人(2015年)

英国(イングランド)、ロンドン

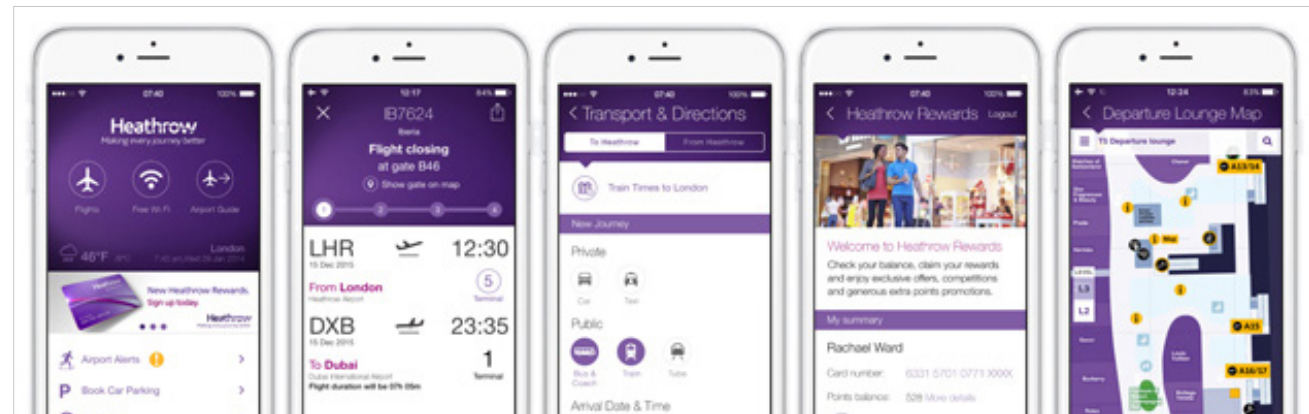
www.heathrow.com

Acxiom Corporation

www.acxiom.com

課題

- ・世界最高クラスの空港サービスを提供したい
- ・webやモバイルアプリ、電子メール、SMSなどを含む様々なデジタルチャネルを通じて効果的に情報を発信したい
- ・興味関心や位置情報にもとづいてオーディエンスを特定し、適切な情報を提供したい



旅の目的地

ロンドンのヒースロー空港は、年間7,500万人の旅行者が80の航空会社を利用し、84ヶ国185都市との間を行き来する、欧州で最も利用者数の多い空港です。ヒースロー空港はロンドンまでの鉄道路線も運営し、様々な駐車施設も提供しています。さらに、同空港は英国で面積あたりの収益性が最も高いショッピングモールのひとつでもあり、4つのターミナルに100を超えるショップやレストランを抱えています。

ヒースロー空港を運営するHeathrow Airport Limitedが打ち立てたスローガン「Making every journey better (あらゆる旅をより快適に)」は、単に空の旅だけに言及したものではありません。このスローガンが意味する「旅」とは、空港を発着地とする旅行だけでなく、ターミナル内の移動や無料Wi-Fiの利用も含まれます。ヒースロー空港は、モバイルアプリの空港ガイドを利用したオンラインでの旅行計画や、空港ターミナル内のショップやレストランの検索など、あらゆるデジタルジャーニーの進化にも取り組んでいます。

顧客のデジタルジャーニーをパーソナライズするために、ヒースロー空港では、あらゆる顧客接点から収集したデータを分析し、動的なコンテンツを使い顧客をリアルタイムにターゲティングしています。その目的は、あらゆる施設と有用な情報を1ヶ所にまとめ、顧客のニーズに合わせて容易にアクセスできるようにすることです。

Heathrow Airport LimitedのeビジネスおよびCRM責任者を務めるSimon Chatfield氏は、「空港、駐車施設、鉄道、ショップは、それぞれ独立した事業単位ですが、利用客にとっては、ヒースロー空港全体がひとつの施設です。空港のいずれかのサービスを利用すれば、他のサービスでも自分のプロフィールと要望を理解してくれていると考えます。Adobe Experience Cloudを活用すれば、そのような利用客の期待に応えることができます」と話します。

「Adobe TargetはAdobe Campaignと連携してアクションをトリガーし、顧客との良好な関係を維持します。Campaignを導入する以前は、オンラインシステムと電子メールシステムがつながっていなかったもので、顧客と接触する機会を逃していました」

Simon Chatfield氏
Heathrow Airport Limited、EビジネスおよびCRM責任者

旅行者は一人ひとり異なる

ヒースロー空港ではAdobe Campaign、Adobe Analytics、Adobe Targetを活用して顧客を惹きつけています。ヒースロー空港の収益機会は、旅行の予約やWi-Fiでのログイン、空港内ショップにおける買い物などの情報源から得た顧客データを集約し、それをもとにチャンネルをまたぐ適切な方法で利用客とつながることによって生まれます。ヒースロー空港がAdobe Campaignを導入する決め手となったのは、そのクロスチャネル機能です。

「顧客接点には複数のwebサイトやモバイルアプリ、電子メールなどがあり、そのうえSMS機能も開発しています。これらのチャンネルをまたいで顧客行動を追跡し、その結果をもとにマーケティングの方向性を決める必要があります。Adobe Campaignのひとつに統合された顧客プロファイルは、パーソナライズを段階的に進めることにより、時間とともに顧客関係を発展させていくために役立っています」とChatfield氏は語ります。

アドビのパートナーであるAcxiomは、ヒースロー空港におけるCampaignの導入を支援し、現在も空港のデータプロバイダーとしてサポートしています。Acxiomは、2,500万件の連絡先が登録されたヒースロー空港のCRM（顧客関係管理）データベースの管理を請け負っています。約1,000万件のデータが現在も有効で、毎月約600万件の連絡先に情報を提供しています。

カスタマージャーニーの始まり

顧客との最初のつながりは、顧客が旅行の準備のためにヒースロー空港のwebサイトで駐車場の情報を探すときに始まるかもしれません。その顧客が早々とwebサイトから去った場合、駐車場の予約完了をうながすリマインダーや、駐車場の利用とショップでの買い物に利用できるポイントを付与するロイヤルティプログラム、Heathrow Rewardsへの入会案内など、webサイトでの行動にもとづいて顧客ごとにカスタマイズされたコンテンツが届きます。駐車場の予約とポイントプログラムへの入会申し込みが完了すると、顧客に予約と入会の確認メールが届きます。

「Adobe TargetはAdobe Campaignと連携してアクションをトリガーし、顧客との良好な関係を維持します。Campaignを導入する以前は、オンラインシステムと電子メールシステムがつながっていなかったもので、顧客と接触する機会を逃していました」と同氏。

ヒースロー空港は、Heathrow Rewardsのニュースレターや入会申込書に記入された情報に即してショップからの特別オファーを提供するなど、顧客合わせた案内を提供することによって顧客を継続的にターゲティングできます。

「人々がヒースロー空港を訪れる目的は、旅行に出発するか、旅行者を出迎えるためですが、当社としては、その過程においても、あらゆる機会をとらえて利用客とコミュニケーションを図りたいと考えています。利用客が選んだ空港までの交通手段、旅行計画の立て方、出発前に提供できるサービス、ターミナルで利用客が求めることなどに注目しています。Adobe Experience Cloudを活用することで、顧客が求めている情報を見極め、それをカスタマージャーニーのあらゆる段階で提供することができます」と同氏。

ソリューション概要

- ・ Adobe Campaign、Adobe Analytics、Adobe Target、Adobe Socialを含む Adobe Experience Cloud主な利用機能：
 - ・ 統合顧客プロファイル
 - ・ クロスチャネルキャンペーンオーケストレーション
 - ・ リアルタイムインタラクション管理
 - ・ リアルタイムweb分析
 - ・ モバイルアプリ分析
 - ・ 高度なセグメンテーション
 - ・ A/Bテスト、多変量テスト
 - ・ 自動パーソナライゼーション
 - ・ リスニングとモデレーション

詳細情報

www.adobe.com/jp/experience-cloud.html

www.adobe.com/jp/marketing-cloud/campaign.html

www.adobe.com/jp/data-analytics-cloud/analytics.html

www.adobe.com/jp/marketing-cloud/target.html



Adobe Systems Incorporated
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com/jp

顧客体験を向上させれば、収益は伸びる

ヒースロー空港は、Adobe AnalyticsとAdobe Targetを利用して顧客体験の計画とテストをおこなっています。Adobe Analyticsでは、個々の利用客を追跡し、特定のチャンネルやコンテンツに対する反応を評価しています。Adobe Targetでは、マーケターが自身の手でA/Bテストと多変量テストを実施し、ページのレイアウトや顧客体験を改善し、顧客行動を最も喚起できるイメージを特定できます。

Adobe Campaign、Adobe Analytics、Adobe Targetを組み合わせることにより、ヒースロー空港は利用客ごとに過去のwebサイトや空港への訪問内容を把握し、それに即した商品やサービスを提供できます。モバイルデバイスを用いて地域ターゲティングを可能にする高度な機能を利用すれば、顧客ごとのニーズに即してターミナル近辺のサービスを案内することも可能です。例えば、旅行者がターミナル内のショップの近くにいるとき、ハンドバッグやiPadの優待案内をAdobe Campaignから旅行者のスマートフォンアプリに送ることができます。これはほんの一例ですが、ヒースロー空港が旅行者に驚きと喜びをもたらす情報の提供に努力していることがよくわかります。

「役に立つ情報の発信が重要なのは言うまでもありませんが、当社がAdobe Campaignを利用する真の目的は、旅行者に最上級の空港サービスを提供することです」とChatrield氏は話します。