

# 顧客中心主義を推進するウェブサイト

顧客の全購買プロセスを完結できるオンラインショッピングサイトをLiferayで構築し、7カ国6言語で運用

## サマリー

ボッシュ社は、スマートホーム関連商品のオンラインショップで、一貫したカスタマージャーニーを作り出すことを目指していました。Liferayを導入することで、同社が掲げる顧客中心主義の推進を強力に支援するウェブサイト『Bosch Smart Home』を構築することができました。

## 事例概要

### 業界:

製造業

### 国:

ヨーロッパ7カ国

### 活用ケース:

公開ウェブサイト

(デジタルコマース)

### 主な機能:

eコマース、カスタマーエクスペリエンスの向上、グローバル展開、データの一元管理

“

Liferayは、弊社が顧客中心主義を推進するにあたり、信頼して利用できる、非常に価値のあるソリューションです。

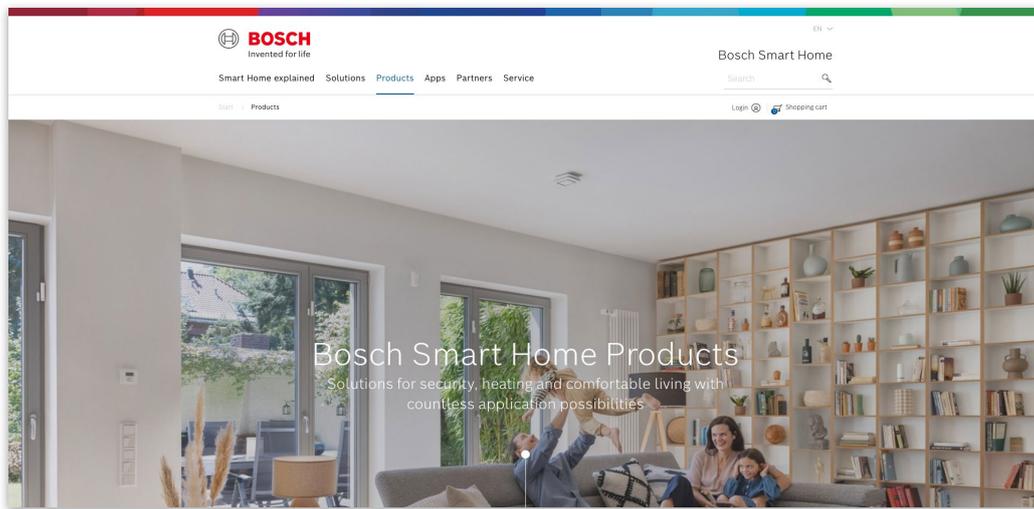
ロバート・ボッシュ・スマート・ホーム社  
ビジネスオペレーションディレクター  
ウリー・シュミット氏

## 課題

- ・ オンラインでの売上を伸ばしたかった
- ・ 購買プロセスを1つのウェブサイトを集約したかった

## 結果

-  オンラインショッピングにまつわる行動・データなどの一元管理を実現
-  レビューサイトにおいて、5つ星中4.8の星を獲得するなど、高い顧客満足度を獲得
-  柔軟なアーキテクチャにより、7カ国・6言語に対応したウェブサイトをスムーズに展開



## ボッシュ社の挑戦 Bosch Smart Homeとは

ボッシュ社は、中核産業の自動車部品をはじめとして、家電製品や電動工具などをメインに開発・販売する大手製造企業です。また、他の事業に比べるとまだ規模は小さいものの、スマートホーム事業も行っています。

Bosch Smart Homeは、アプリを介してネットワークに繋がった家中の家電や家具などを簡単に制御できるようにするサービスです。このサービスは、単に家電のオン/オフをリモートから操作するための機能ではなく、住人の行動に応じて家を最も快適な状態にする機能を備えています。例えば、住人がソファに座った際には、ソファのまわりが住民にとって一番快適な状態になるように、家電が自動的に作用する仕組みとなっています。

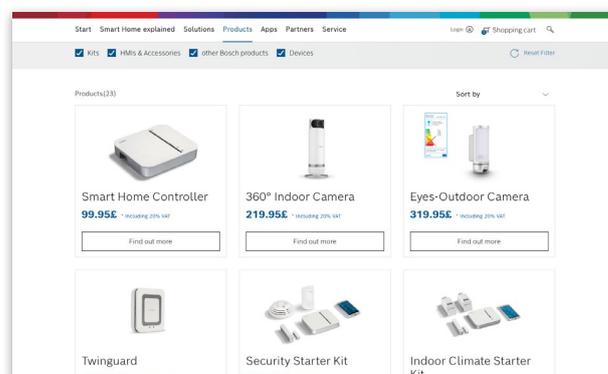
## 導入背景

ボッシュ社のスマートホーム事業において、売上は伸びてはいるものの、オンラインでの売上増加が課題となっていました。オンラインでの販売強化にあたり、同社はオンラインショッピングサイトの構築にあたり、2つの目標を立てました。一つ目は、顧客とのオンラインでの全タッチポイントをカバーすることです。ウェブサイト訪問者が注文、チャットでの質問、インストール

方法のビデオ視聴、返品や保証請求の処理など、購買行動に関わる全行動を1つのウェブサイト上で完結できれば、同社がカスタマージャーニーの全てのフェーズを1つのウェブサイト上でカバーできるだけでなく、顧客満足度の向上に繋がります。

二つ目は、スムーズなグローバル展開です。グローバル企業であるボッシュ社にとって、ドイツ本社で始まったこのプロジェクトを、他国支社へスムーズにロールアウトさせることは非常に重要でした。

このように、ボッシュ社は1つのウェブサイトでもシームレスなカスタマーエクスペリエンスを提供できる、高度な機能を備えるウェブサイトの構築を検討していました。そして、ボッシュ社はこれらの要件を満たし、かつ高い柔軟性と統合性を持つLiferayの採用を決定し、Bosch Smart Homeを構築しました。



## 高い顧客満足度を 獲得するウェブサイト

Liferayで構築したウェブサイトは、まさにボッシュ社が求めていたものでした。SAP等のバックエンドシステムや様々なツールとも統合することで、オンラインショッピングにまつわる全データを一元管理することに成功。このデータを活用することで、ウェブサイト訪問者が購買行動に関わる全行動をBosch Smart Home上で行えるようになったほか、同社はカスタマージャーニーを通じてシームレスなエクスペリエンスを提供できるようになりました。

また、はじめにドイツを含む4カ国で展開されたこのウェブサイトは、Liferayの柔軟なアーキテクチャにより、すぐに7カ国6言語で運用されるようになりました。シュミット氏は、「弊社のウェブサイトは、マーケットにおいては名刺のような役割を果たしており、目標達成において欠かせない存在です。」と述べるなど、スマートホーム事業の展開において、欠かせない基盤となっています。

## 今後の展望

ローンチ後、ボッシュ社は顧客から数多くのフィードバックを得ました。これらを基に、ウェブサイト上にユーザーコミュニティを作るなどして顧客の意見を取り入れながら、Bosch Smart Homeをさらに良いウェブサイトにしていく予定です。シュミット氏は、最後に次のように述べました。「弊社は、常に顧客中心主義を推進しています。そのため、複数の散らばったサイトで製品・サービスの展開を行うのではなく、1つのウェブサイト上で全ての製品・サービスの提供することは極めて重要です。マルチデバイス対応などの対策をとることが求められる時代になり、ウェブサイトの構築1つも難しくなりましたが、Liferayは技術的な問題への対応に時間を掛ける必要がないため、信頼して利用できる、弊社にとって非常に価値のあるソリューションです。」