

的確な市場分析でフランチャイズ経営者の成功をサポート グレート・ハーベスト

海外事例

PROFILE

組織名: Great Harvest Bread Company
 URL: <https://www.greatharvest.com/>

本稿は2013年5月の米国Esri社プレスリース「Great Harvest Bread Company Creates a Recipe for Success with Esri Location Analytics」をもとに作成した

使用製品
 ArcGIS Business Analyst

課題
 ・収益の見込めるフランチャイズ店舗候補地の選定
 導入効果
 ・長期的な売上が見込める店舗候補地の選定が容易に
 ・プロファイリングにより既存顧客へのサービスが向上
 ・分析結果の可視化で意思決定者との情報共有が迅速化



■概要

米国モンタナ州ディロンに本社を置くグレート・ハーベスト・ブレッド・カンパニーは、全粒粉パンと焼き菓子で有名だ。フランチャイズ形式のベーカリーは43州に220店舗以上あり、美味しく栄養豊富な食品を地域社会に提供するという企業理念のもと運営されている。同社では、フランチャイズ加盟者が満足のいく店舗経営を実現させるため、長期的に成功を収めることができ商圏内の店舗候補地を探すべく細心の注意を払っている。

この情報は、直感的に理解しやすいストーリーマップやインフォグラフィックにして組織全体で共有された。

グレート・ハーベスト社のマイク・フェレッティ氏は「収集する情報に即時性があり大変助かっています。今ではとても簡単にデータを集め、必要な分析を行い、ストーリーマップを作って視覚化し、数分で意思決定者と共有できています。データの編集や管理に時間を費やす代わりに、事業を成功させるために動くことに集中することができるのです」と語った。

■導入手法

市場ギャップ(市場の需要が供給よりも大きいこと)や新規のベーカリー候補地を迅速に特定するため、ArcGIS Business AnalystとTapestry Segmentationデータ(※1)をEsri Location Analytics(※2)に組み合わせて市場分析を行った。顧客と加盟店テリトリーのプロファイリングやランク付けを行うことで、既存顧客の行動を深く理解し、より効果的なサービスを提供することができるようになった。ArcGIS Business AnalystとクラウドベースのArcGIS Onlineを活用することで、スタッフはどこにいても最新のデータを使い店舗候補地を迅速に分析することができる。

■まとめ

Esri Location Analyticsを使用することにより、フランチャイズ本部は、ビジネスを成長させる方法を理解し、加盟店の成功を手助けすることができる。企業規模の大小を問わず、ロケーションベースのデータを理解し分析することで、加盟店や顧客との間に長期的で有益な関係を構築することができるのだ。

※1 タペストリーセグメンテーションは、米国の居住地域を社会経済や人口構成を基に67のセグメントに分けたデータ。セグメントは、「生活様式」の14グループと、似たような特徴を持つ「市街地域」の6グループにさらに細かく分類されている。

※2 Esri Location Analytics は、BI や CRM、SFA や ERP などの「ビジネスシステム」に GIS を融合させ、位置情報の力を最大限活用し、組織内での情報共有や意思決定を強力に支援するソリューション

Copyright © 2019 Esri Japan Corporation. All rights reserved.
 本カタログに記載されている社名、商品名は、各社の商標および登録商標です。