

# PUMA社、eコマースのエクスペリエンスを向上させ 時間あたりの収益10,000ドル増を実現

## 主な課題

eコマースサイトでの顧客の注文に関するインサイトが十分に得られていなかったことが、カスタマーエクスペリエンスの低下と販売機会の逸失につながっていた。

## 主な成果

Splunk Cloud Platformを導入したことで、イベントの監視を発生と同時に開始し、調査を迅速に行って、顧客のオンラインでの購入を妨げる前に問題を修正できるようになった。



業種：リテール(小売り)

ソリューション：DevOps

## eコマースではあらゆる注文が重要

世界的なスポーツブランドでありアパレルブランドでもあるPUMA社の以前のシステムでは、45あるeコマースサイトで発生している注文の問題を検出できなかったため、逸失していた販売額は1時間あたり数万ドルに上っていました。そして、顧客の購入が失敗するたびに、1948年の創業以来、同社が獲得してきたそのブランドに対する評価や顧客のロイヤルティも低下していました。

そのソリューションを求めてPUMA社が選んだのはSplunkでした。Splunk Cloud Platformと、SplunkのパートナーであるAIOPSGROUP社のAIOPS Monitoringソリューションを導入した結果、問題の平均検出時間が数時間から数分に短縮され、問題を修正し、オンライン顧客のスムーズな購入エクスペリエンスを常に維持するために必要なインサイトを取得できるようになりました。

## インシデント調査時間の短縮により収益が増加

Splunkを導入する前、PUMA社の基本的な監視機能では、eコマースサイトが稼働しているかダウンしているかがわかるだけでした。DevOpsチームとビジネスチームは、在庫システムの応答停止やクレジットカードの拒否など、注文失敗の原因となった重要な問題を検出できず、相当数の販売機会を逃していました。

PUMA社でグローバルeコマースシニアDevOpsマネージャーを務めるMichael Gaskin氏は、前職でSplunkを使用した経験があり、Splunkなら問題を解決できると知っていました。「当社のWebサーバーで実行していたSalesforce Commerce Cloudの注文情報をSplunkに取り込むことができれば、顧客の注文や収益に影響する状態になったときに自動アラートを設定できると考えたのです」と同氏は語ります。

Gaskin氏は、Splunkのパートナーであり、eコマースコンサルタントであるAIOPSGROUPがソリューションを提供していることを突きとめました。AIOPSGROUPのAIOPS Monitoringソリューションは、Salesforce Commerce Cloudからデータを収集してSplunk Cloud Platformに取り込みます。取り込まれたデータをSplunk Cloud Platformで分析して、ダッシュボードに表示したり、アラートとして通知したりできます。

現在チームは、失敗したセッションと注文の両方に関するメトリクスにアクセスできます。また、起こっていることが単独の問題で1人の顧客のみに影響するのか、広範囲に及ぶ問題で収益に大きな影響を与えるのかを判断できるようになりました。「AIOPSGROUPとSplunkのソリューションを導入したことで、以前は数時間かかっていた問題の平均検出時間が15分に短縮されました。問題がどこにあるのが正確にわかるようになったため、迅速かつ効率的にエスカレーションして修正できるようになりました」とGaskin氏は言います。

## データ活用の成果

**45**

監視を強化した  
世界各地の  
PUMA.comサイト

**1万ドル以上**

1時間あたりに  
増加した収益

**15分**

現在の注文の問題の  
検出時間(以前は  
数時間を要していた)

## インシデントあたり108,000ドルに上っていた売上げの損失を回避

Splunkは、PUMA社の時間の節約と売上げ増加にも貢献しています。利用者が最も多い地域では、eコマースサイトの1時間あたりの売上高が数万ドルにもなるため、注文の失敗の検出と修正が少しでも遅れると、損失額はすぐに増大します。

たとえば、在庫システムの応答が停止して顧客が商品を購入できなくなると、108,000ドルもの販売機会が失われます。在庫があることを確認するために、注文ごとに在庫システムに対してクエリーが実行されます。障害が発生すると、収益が低下するだけでなく、努力して獲得した顧客からの信用も失われます。

「Splunkを導入したことで、在庫の問題の原因をすぐに判断して問題を修正できるようになったため、お客様が商品の購入を続けられるようになりました」と、Gaskin氏は説明します。「Splunkを使用する前は、eコマースのアクティビティをここまで詳細に可視化できていませんでした。お客様やコンテンツチームの誰かが気づいて、苦情を言うか報告するまで待つしかなかったのです。その時までにはすでに販売機会を失い、お客様に不満を抱かせてしまっていたのです」

サイトでの購入体験の質が低いと、お客様が戻ってきて再度購入する可能性は低くなります。Splunkによってお客様にシームレスなオンラインショッピングエクスペリエンスを確実に提供できるようになったことで、PUMA社は長期にわたって顧客満足度を高め、ブランドロイヤルティを高められるようになりました。



AIOPSとSplunkを導入したことで、以前は数時間かかっていた問題の平均検出時間が15分に短縮されました。問題がどこにあるのかが正確にわかるようになったため、迅速かつ効率的にエスカレーションして修正できるようになりました”

Michael Gaskin氏、PUMA社  
グローバルeコマースシニア  
DevOpsマネージャー



当社はサードパーティの開発業者も数多く活用しています。Splunkを導入したことで、こうした開発業者と当社のビジネスユーザーが最適なツールを使って効率的に連携できるようになりました”

Michael Gaskin氏、PUMA社  
グローバルeコマースシニア  
DevOpsマネージャー

## すぐに実現した組織全体へのメリットが現在も継続

Splunk Cloud PlatformとAIOPS Monitoringソリューションを使用するメリットをPUMA社全体で実感しています。Splunkのユーザーインターフェイスとダッシュボードは使いやすいため、20ある各地のeコマースチームのビジネスユーザーは、サイトに問題が発生すると、IT部門に問い合わせなくてもすぐに把握できます。サイトのパフォーマンスを監視している人数が多いため、どのような問題も短い時間で修正できます。

「当社はサードパーティの開発業者も数多く活用しています。Splunkを導入したことで、こうした開発業者と当社のビジネスユーザーが最適なツールを使って効率的に連携できるようになりました」と、Gaskin氏は語ります。たとえば、インドのPUMAビジネスチームが注文金額の急増に気づいたことがありました。調査してみると、特定の支払い方法を使ったトランザクションの失敗に問題があることがわかりました。チームがSplunkでそのことに気づいたことが幸いして、顧客に影響が及ぶ前に注文の問題に対処できました。

PUMA社は今、顧客の行動に関するデータをSplunkにリアルタイムでプッシュしようとして取り組んでいます。現在は、サイトアクティビティを表示するのに約10分の遅延がありますが、これは改善可能で、遅延がなくなれば顧客の問題をこれまでよりもタイムリーに把握できるようになるとGaskin氏は考えています。

「Splunkを導入した結果、顧客の注文に関する問題を特定して修正するという点で、私たちは大きく前進しました」とGaskin氏は語ります。「注文はeコマースビジネスの生命線であり、注文がスムーズに流れるようにすることが、私たちの最優先事項です」

Splunkの無料トライアルをダウンロードするか、Splunk Cloudの無料トライアルをお試しください。Splunkは、クラウドかオンプレミスか、また組織の規模の大小などにかかわらず、お客様のニーズに最適な展開モデルでご利用いただけます。



営業へのお問い合わせはこちら：[https://www.splunk.com/ja\\_jp/talk-to-sales.html](https://www.splunk.com/ja_jp/talk-to-sales.html)  
〒100-0004 千代田区大手町1-1-1 大手町パークビルディング 8階

[www.splunk.com/ja\\_jp](http://www.splunk.com/ja_jp)  
[splunkjp@splunk.com](mailto:splunkjp@splunk.com)