



# OrderPayがThoughtSpotを採用してデータ文化を変革、接客業に新しいインサイトを提供

## 業種

飲食接客業、モバイル支払い

## モダンデータスタック

アナリティクス



データ変換



ストレージ



データ統合



英国全土の2,600か所を超えるレストランや飲食接客業において、OrderPayのモバイルソリューションが利用されており安価な費用で注文、支払い、チップの処理をすばやく、簡単に処理できます。ロンドンを拠点に急成長しているこのテクノロジー企業は、データを賢く利用して生産性を高め、多忙な自社チームだけではなく英国の幅広い飲食接客業向けにユーザーエクスペリエンスの質を向上させています。

## 課題

接客業の市場には、インフレ、エネルギー高騰、値上げ、人手不足の問題がのしかかっています。その渦中にあるOrderPayのユーザーは、パフォーマンスや顧客行動に関する事細かな疑問点を解消して、賢明で収益強化を実現できる判断をしたいと願っています。OrderPayは、最近になって従来のオープンソースBIソリューションでは間に合わなくなりました。このBIソリューション

## THOUGHTSPOTの効果

- 面倒なカスタムコードによるクエリーから、セルフサービスのデータドリブン文化に変革
- わずか8か月で定着率が70%にのぼり、そのうちの25%がパワーユーザー
- 販売とパフォーマンスのデータを初めて連携させ、新しいインサイトを提供し、業績不振の飲食店経営者を支援
- 飲食接客業界に対し、業績に関するKPI、販売商品、お客様の嗜好に関連する新しいデータとインサイトを提供

は、手動での作業を多く必要とし、カスタムSQLのコードによる命令も膨大な量になっていました。OrderPayは3年で70人の従業員を擁する企業に成長し、パンデミックで激変する状況の中、大量のデータが集まりました。そのため、2人しかいないデータチームでユーザーやお客様の要求に対応するのが難しくなりました。

OrderPayのデータ分析マネージャーであるElisa Morariu氏は、データモデリングからETL、分析、報告、行動に結びつくインサイトのOrderPayと外部パートナーへの提供といったあらゆる業務を担当しています。Morariu氏の入社後初めての仕事は、OrderPay向け新BIシステムの評価と選択を担当する最高データ責任者のSteve Callery氏をサポートすることでした。

Morariu氏は次のように説明しています。“単に見栄えのよいレポートやダッシュボードだけではなく、高度な分析をリアルタイムで専門知識のないユーザーにも提供できるようにする必要がありました。

OrderPayが使っていた以前のツールはコード主導型で、データを統合する際にいつも自分たちでSQLクエリーを作成し、それをダッシュボードに組み込んで、必要とする関係者が利用できるようなしなければなりません。その結果、勤務時間の約40%をその場限りのクエリーの処理に費やさざるを得ませんでした”

Morariu氏とCallery氏は、トライアルと概念実証を数回繰り返した結果、ThoughtSpotを選定しました。

## ソリューション

OrderPayは社内全体でThoughtSpotの利用を開始し、営業、マーケティング、製品、カスタマーサポート、業務などの部署のユーザーが、引き続き事業の収益力の向上を目指しながら各自の役割を果たせるようにしています。分析データを各自で表示できるようになったことで、支出、収入、チップ、日別の業績、場所など、データ主導型の決定に影響を及ぼすさまざまな変数について、誰もが調べたり、掘り下げて分析したりできます。また、OrderPayは接客業の経営者にレポートを送っています。このレポートには、パフォーマンスと取引の詳細について貴重なインサイトが掲載されています。

利用開始からわずか6か月で、OrderPayの全データの約80%がThoughtSpotで利用できるようになりました。70%を超える社内ユーザーは頻繁にログインしてシステムを確認し、そのうちの約25%がすでにパワーユーザーレベルに達しています。これまでのところ、人気が高いLiveboardは営業と顧客の業績を追跡するものです。この2つのデータソースをThoughtSpotで連携させることで、OrderPayは業績の予測値と実績値を比較できるようになりました。Morariu氏が以下で説明するように、OrderPayはこの連携によって業績不振の飲食接客業の経営者を支援しています。



営業部門は、新しいLiveboardを利用して新規アカウントの登録後の予測業績を追跡できるようになりました。この予測値は営業のプラットフォームに挿入できるので、業績の実績値を確認して不一致があれば、適宜対応できます。たとえば、飲食接客業の店舗で十分な利益を出していない場合、OrderPayのカスタマーサクセスチームがユーザーに連絡することができます。

ORDERPAY、データ分析マネージャー、ELISA MORARIU氏

“過去においても現在においても、この業界の市場でこうしたデータの収集や分析は行われていませんでした。OrderPayは、ThoughtSpotを活用してデータの収集や分析を提供する先駆者となりました”と、Morariu氏は強調します。

## モダンデータスタック

変化の激しい環境でOrderPayが機敏性と柔軟性を保つには、将来にわたって利用できるだけでなくデータに関する答えもすばやく引き出せるモダンデータスタックの構築と維持が必要でした。OrderPayのスタックは、ThoughtSpot、ETL用のFivetran、データ変換用のdbt™、Snowflakeデータクラウドで構成されています。

## 効果

OrderPayのデータチームは、同僚とユーザーが分析の妥当性がどの程度であるかを見なしているか、また追加のカスタム分析をどのくらい必要としているかを基準にして、成功を測定しています。ThoughtSpotの定着率が70%の状況で、この基準を使って測定すると、OrderPayはThoughtSpotからすでに投資した以上の価値を手に入れています。

定着率だけでなく、利用方法の増大とデータリテラシーの向上に対するThoughtSpotの寄与も歓迎すべき現象です。ThoughtSpotの導入前、OrderPayの社内ユーザーはデータに関する質問をたくさん抱えていても、2人しかいない多忙なデータチームに過度な負担をかけたくないと考えていました。ところが今は、自由に問い合わせることができなかった疑問について尋ねるようになり、また、データを気軽に確かめたり調べたりしています。



OrderPayは、社内の誰もがデータをすばやく簡単に利用できるようにしたいと考え、新しいBIツールを探し始めました。また、社内の関係者だけでなく、社外の経営者やパートナーにも優れたレポートやダッシュボードを提供するために、さらに詳しく分析できるようになりたいと考えていました。社外からの支えがあるおかげで、OrderPayは継続して成長できるのです。

ORDERPAY、データ分析マネージャー、ELISA MORARIU氏

特に重要なことは、処理しなければならない個々のリクエストが激減したことで、Morariu氏はデータモデリングにより多くの時間を割くことができ、モデリングの内容をThoughtSpotに反映して、会社全体の利益を向上できたことです。

## 今後の展開

今後Morariu氏は、OrderPayの高度な分析能力の開発、これまでと異なるタイプの商品や顧客セグメンテーションに関する調査、機械学習による商品推奨、スマートターゲティングなどに力を注ぐ予定です。もっとも重要なことは、セルフサービスで利用できるOrderPayの分析結果が進化するにつれて、飲食接客業界のユーザーが成功するための貴重なインサイトを提供する余裕がデータチームに生まれる点です。



## ThoughtSpotについて

世界中の革新的な企業がThoughtSpotを利用し、モダンアナリティクスクラウドのライブアナリティクスを活用して行動に結びつけられるデータインサイトを獲得し、企業力の強化を実現しています。ThoughtSpotは誰でも使えるほどシンプルでありながら、膨大で複雑なデータをその保管場所に関係なく処理できるように構築されています。Coca-Cola、BT、Disney Streaming Services、Siemensなどのユーザー企業が、ThoughtSpotを利用して意思決定の文化に変化をもたらしています。

© COPYRIGHT 2022 THOUGHTSPOT, INC. ALL RIGHTS RESERVED

1900 Camden Ave, Suite 101, San Jose, CA 95124

ThoughtSpot, Inc.の書面による事前の同意なく、本書の全部または一部を電子媒体または機械可読形式でコピー、写真複写、複製、翻訳、削除することを禁じます。

本書の正確性を保つためあらゆる努力がなされていますが、ThoughtSpot, Inc.は本書に関して何ら保証せず、商品適格性および特定目的への適合性に関する暗黙の保証も一切行いません。本書または記載例の内容、パフォーマンス、利用に関連して、いかなるエラーや偶発的または間接的損害が発生した場合でも、ThoughtSpot, Inc.は一切責任を負わないものとします。本書の情報は通知なく変更される場合があります。

### 商標

ThoughtSpotおよびThoughtSpotのロゴは、米国およびその他特定の管轄区域におけるThoughtSpot, Inc.の商標です。ThoughtSpot, Inc.では、世界中の商品やサービスを識別するため、他のさまざまな登録商標および未登録商標も使用しています。本書で使用している他のマークはすべて各社の商標であり、ThoughtSpot, Inc.はかかるマークの所有権を一切主張しません。