

Galleries Lafayette

全ブランドの従業員をつなげる マルチデバイス・デジタル ワークプレイス

都心でのファッション小売業を専門とするGaleries Lafayette（ギャラリー・ラファイエット）グループは、オムニチャネル小売業のリーダー的存在として、自社ブランドを通しフランスや海外でフランスの「アート・オブ・リビング」を促進しています。その建築遺産と強力で革新的な文化により強化されているGaleries Lafayetteグループは、世界中にある290の店舗とeコマースウェブサイトで、毎年6,000万人以上の訪問者を受け入れています。

長い時間をかけ、グループは次のような象徴的なブランドの国際的評価を高めてきました：

Galeries Lafayette、BHV MARAIS、La Redoute、Eataly Paris Marais、Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris、Louis Pion、Mau-boussin、BazarChic



従業員数：

14 000 名

7 800

アクティブユーザー/月間

店舗数：

290

Galeries Lafayette

のデジタルトランスフォーメーション

2019年、Galeries Lafayetteは社内コミュニケーションツールの改革を決定しました。このプロジェクトは戦略的なものでした。小売業において、この取り組みは顧客へのサービス向上につながります。従業員に新たなソリューションを提供することは、新たな考え方や働き方を提案することでした。選択するソリューションは、企業文化と一致し、従業員の期待に応えるものでなければなりません。

2019年以前、Galeries Lafayetteは自社開発のイントラネットを持っており、主に書類を保存するためのプラットフォームとして使用していました。そのシステムは長い間、ほとんどアップデートされていませんでした。2012年に最後の設計見直しが行われて以来、ソーシャル機能やカスタマイズ機能、動画には対応しておらず、セキュリティも十分ではありませんでした。

このツールはオフィスのコンピューターからしかアクセスできず、Galeries Lafayetteの従業員の大部分が取り残されていました。なぜなら、チームの75%はデスクのない店舗で働いているからです。そのため、現地マネージャーと対面ミーティングが唯一のコミュニケーションの中継手段でした。

しかし、イントラネットの採用率は高く、従業員はコンテンツを利用したいという実際の意欲を示していました。いくつか局所的な取り組み（InstagramやFacebookのプライベートアカウント、専用モバイルアプリ、WhatsAppグループ…）が起りましたが、拡張性はありませんでした。その結果、コミュニケーションは一貫性がなくサイロ化しており、情報源もばらばらでした。

このような状況の中、Galeries Lafayetteは次のことを目的として新しいツールを探し始めました：

- ・会社および現地のニュースを全ての従業員に伝える：コミュニケーションの統治は会社の本部が拠点となって行うが、たくさんある現地固有の特性は残す
- ・出先や店舗でも利用可能なツールを利用して全ての従業員を包含する
- ・100%自律的なものにする。イントラネットはコミュニケーションチームが管理するため、簡単で柔軟性のあるツールとする

Galeries Lafayette と LumApps

Galeries LafayetteはLumAppsを利用して、全従業員のための中心的なハブを設計し*、会社の情報や現地のニュースを集めました。全てのコンテンツはパーソナライズされており、従業員は自分のプロフィールや事業部門に基づいて、適切な情報を適切な時に見つけることができます。この新たなハブは現在、業務アプリケーションや会社の書類、人事資料、および全従業員向けニュースへの単一の入り口となっています。

その他の主な改善点として、モバイルレスポンスなツールのおかげで、デスクを持たない従業員もGaleries Lafayetteイントラネットにアクセスできます。全ての従業員がデジタルIDを持っており、店舗のコンピューターや個人のスマートフォンを使ってプラットフォームを閲覧し、会社のコンテンツを利用することができます。このソリューションは非常に柔軟性があり、従業員は多くのデバイスから接続することが可能です。例えば、Galeries Lafayetteがベンダーへの配備を徐々に進めている店舗用スマートフォンからも接続できます。

会社の本部を拠点とするコミュニケーションチーム、および各ブランドの少数の情報中継者と協力し、同社はシンプルなアーキテクチャとガバナンスを持つプラットフォームを構築しました。LumAppsにより、Galeries Lafayetteはニーズに合った最適なソリューションを選ぶことができます。サイトが複数化することを避けるため、全ての存在が同じプラットフォームに集められていますが、各店舗は独自のページを持っています。

Galeries Lafayetteは最近、小規模な店舗向けに、コミュニティを利用して現地ニュースを共有する試験的な運用をさまざまな店舗で開始しました。ここでもやはりガバナンスはシンプルであり、ツールの利用は柔軟で、誰でもアクセス可能です。その結果、今では小規模な店舗でも、全ての店舗従業員が情報を共有できています。

「360 Galeries」と名付けられたこのイントラネットはGaleries Lafayetteの価値を具現化しており、全ての人をつなげることで全従業員が確実に適切な情報を得て、最高の顧客サービスを維持できるようにしています。

主な利用事例

✓ お客様の声コーナー

小売業における従業員が一番の関心事は、常に顧客です。ビジネス志向のイントラネットを維持するため、Galeries Lafayetteはホームページで直接、NPSと店舗のKPIを共有しています。この方法により従業員は常に情報を入手し、自分たちの仕事の影響を自覚しています。

✓ コラムのコミュニティ

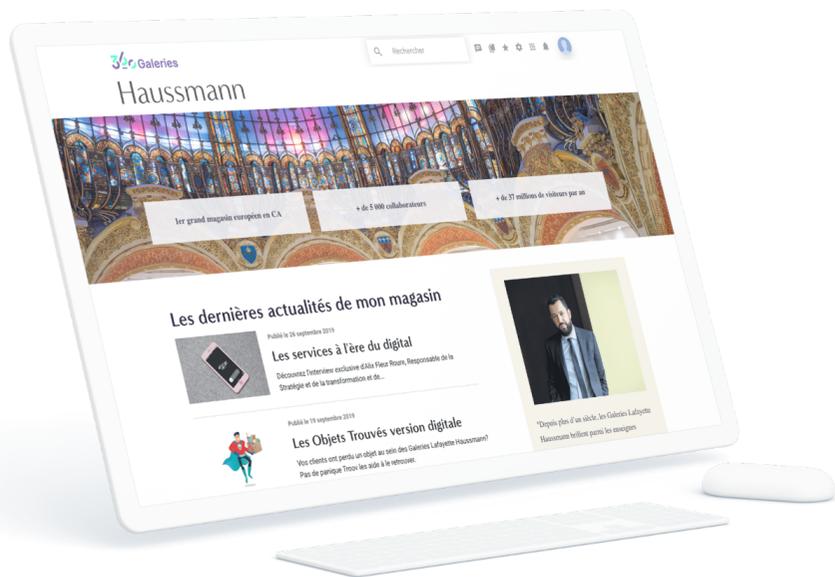
場合によっては、ニュースを共有するのに記事のフォーマットでは形式的すぎることがあります。客観的なコンテンツもホットなコンテンツも両方扱うため、Galeries LafayetteはLumAppsコミュニティをいくつかの方法で利用しています。コミュニティはソーシャルな交流のためだけでなく、最新の売上情報など速報ニュースの共有にも非常に有用で、従業員が毎日新鮮なコンテンツに関われるようにします。

✓ 複数のデバイスによるアクセス

全ての従業員をつなげるため、Galeries Lafayetteは特定のデバイスに依存していません。店舗や従業員はオフィスや店のコンピューターからだけでなく、個人のスマートフォンからも接続することができます。各従業員がデジタルIDを持ち、個人のデバイスの利用を許可することは、最前線で働く従業員たちをつなげるための効率的な方法です。

✓ デジタルマガジン

Galeries Lafayetteはかつて、最新のトレンドや業界関連記事、従業員プロフィール特集などが掲載された雑誌を印刷していました。現在、雑誌はデジタル化されてイントラネットに組み込まれており、柔軟性が大幅に上がりました。3ヶ月かけてそれを作り上げ、今では新しいコンテンツを素早くアップデートしたり、公開したりできます。



主な成果

10
新たなコンテンツ投稿

12%
2020年までのモバイルユーザー
3%
2019年中旬の立ち上げ時のモバイルユーザー

“ この新たなツールは全ての各店舗間のコミュニケーションや情報共有を改善することでネットワーク運営の向上を可能にし、当社の変革プロセスと完全に一致しています。また、パソコンを持たない店舗や倉庫などの全てのチームを、1つにまとめることができるソリューションでもあります。小売分野は現在急速な変化に直面しており、顧客へのサービスに携わる従業員のデジタル環境を整えることが不可欠になりました。店舗にタブレットなどの新しいテクノロジーを導入することでできる限り現場に近い場所での情報への簡単なアクセスや、協働作業、およびベストプラクティスの共有を促進する必要があります。

マリー・ロール・シンビディマ - Galeries Lafayette 研修・社内コミュニケーション担当取締役

✓ 1つのグループ、多くのブランド

Galeries Lafayetteはグループとして定期的に拡大しています。ツールの柔軟性により、グループは会社に新しいブランドを迎え、イントラネットに専用のスペースを簡単に提供することができます。新たなブランドは会社ニュースを活用する一方で、専用のコミュニケーションチームがなくても独自のページを持ち、カスタマイズを行っています。

✓ グループウェアとの連携

Galeries Lafayetteは新たなイントラネットを立ち上げる3ヶ月前、Google Workspaceへの移行を実施しました。360 Galeriesは、スムーズな移行を確保するための優れたチャネルとなりました。イントラネット上でGoogle Workspaceの機能を強調し、従業員のために付加価値のある利用事例を開発できるようになったことで、従業員によるこの新たなコラボレーションスイートの採用が促進されました。

主な成果

1年以上前の立ち上げ以来、Galeries Lafayetteは継続的にイントラネットを推進してきました。社内コミュニケーションチームは完全に自律しており、非常に頻繁に新たなプロジェクトを開始することができます。

Galeries Lafayetteは特別営業の間も危機の時期も、状況に合わせてホームページを調整しています。コンテンツ、デザイン…あらゆるものがカスタマイズ可能です。そして多くの変更を行った後でのページ間の一貫性を再構築するため、LumAppsのパートナーであるWedocomの助けを借りてホームページの再設計を行っています。

店舗に新しく配備されたスマートフォンにより、デスクを持たないGaleries Lafayetteの従業員も簡単かつ素早くイントラネットにアクセスできます。できる限り多くのデバイスを通して全員をつなげることで、同社はいつでも従業員に連絡を取ることができます。もしGaleries Lafayetteが1年前にモバイルイントラネットを開始していなければ、コロナウィルス危機の間、少数の従業員にメールで連絡が取れるだけだったでしょう。



この方向性をさらに進めるため、Galeries LafayetteはLumAppsのカスタマーサクセスマネージャーと緊密に協力し、モバイルアプリケーションを立ち上げようとしています。新たなモバイルアプリは、社内コミュニケーションの範囲を広げ、全ての従業員へ

スムーズなデジタル体験を提供するのに役立ちます。