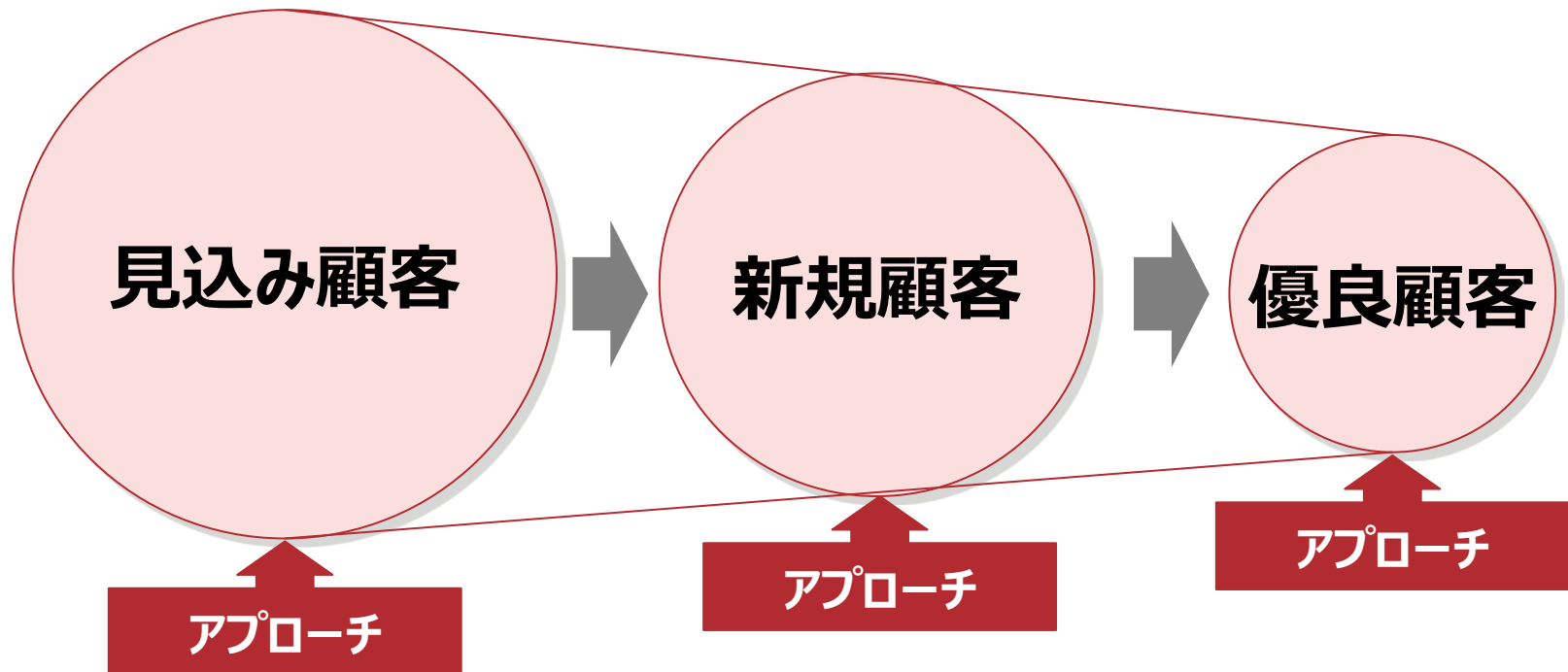


# 自己紹介：安藤 美紀

データを活用して  
いかに効率的・効果的に顧客にアプローチするか



# 具体的な取組スコープ°



# 具体的な取組スコープ°



# 1. 嗜好性の分析 — ファッションテイスト

クラスタリングを使うと  
ファッションテイストの嗜好性でセグメントができる



複数ブランド・複数回の購入履歴が必要  
嗜好性を解釈するのは人

# 1. 嗜好性の分析 — 前提条件

たくさんの品揃えの中から選ぶことができ  
ある程度の期間にリピートする  
商材分類・売り場

コンビニにおける  
飲料

映画レンタルにおける  
ジャンル

コンビニにおける  
柔軟剤

百貨店における  
ファッションブランド

スーパーにおける  
パブリカ

家電における  
電池

手法を適用することが適切かどうかを  
見極める必要がある

# 具体的な取組スコープ°



## 2. 価値観の分析 — 旅行の買い方

誰もが一度は購入した経験のある旅行  
価値観と買い方の関係を調査

旅行を購入した時

どのように情報収集しましたか

どこで購入しましたか

選択した商品は

誰と行きましたか

結果満足していますか

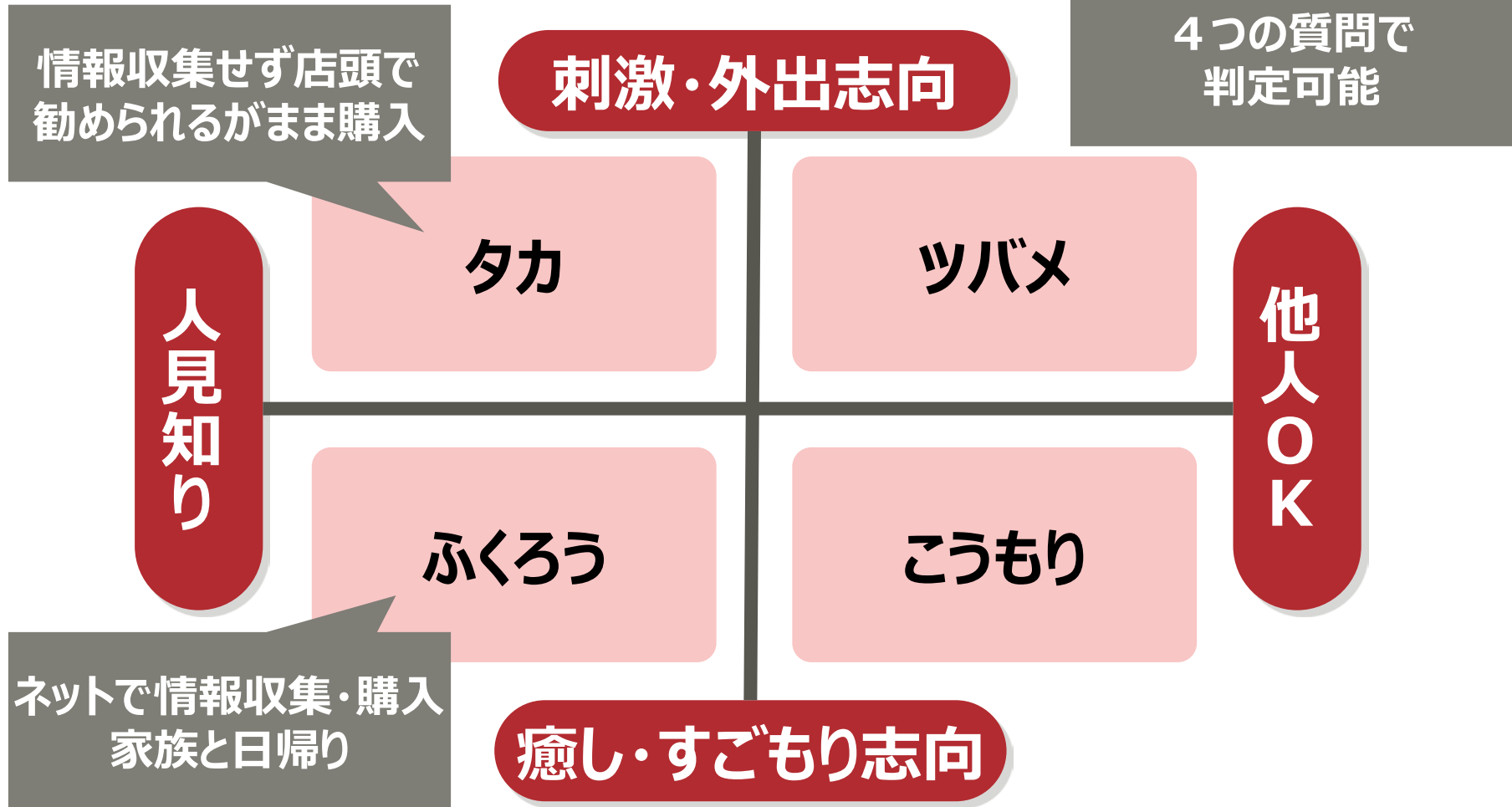


様々な価値観

商品・買い方を左右する価値観を抽出



## 2. 価値観の分析 — 4つのタイプ



価値観がわかれば情報提供方法や販売チャネルなど  
適切なアプローチが可能になる

# 具体的な取組スコープ°



### 3. ターゲット仮説 — ファクト起点

思い込みではなく、事実（ファクト）から仮説をつくる

外貨預金の  
ターゲットって  
どんな人？

ファクト

短期投資型

長期投資型

海外旅行・  
留学型

投資勉強型

ファクトデータをいかに簡単に素早く収集するか

# 3. ターゲット仮説 — Do-Cube

ブログから購入のきっかけや消費実態など  
マーケティングに有用なファクトを抽出するツール

巨大で雑多なネットの世界

属性推定  
サンプリング

世間を代表する  
24万人の生活者

抽出  
ファクト

Do-Cube  
生活者行動分析サービス

キーワード入力  
外貨預金

キーワードについて、ブログで語られている特徴的な行動は次のとおりです。

全て 中高生 大学生 お嬢様 主婦 シニア その他

1 依頼する

円高になってきたので利益確定したくて解約しちゃいました。

いざというときの海外非難に備えて外貨預金をし

嫁に社会勉強と言われ銀行相談窓口にあれこれ話したうえで半分を外貨預金してみることに。

9 見る

10 やる

11 言う

12 思う

企業にとってのファン（アンバサダー）の育成  
（おもてなしではなく共感）

見込み顧客



新規顧客



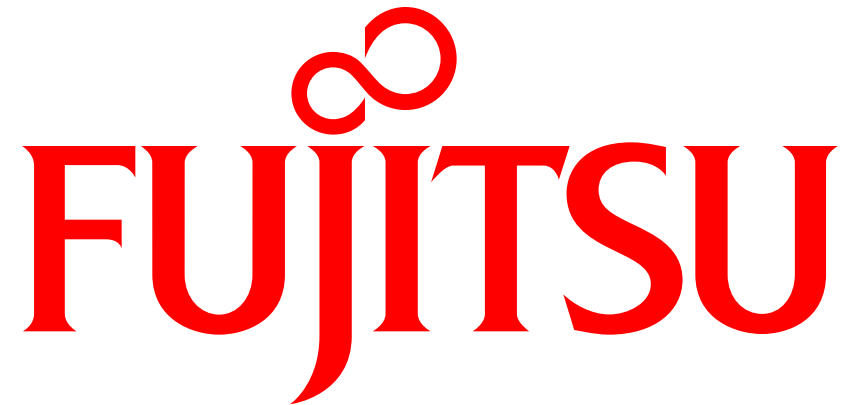
優良顧客



ファン

アプローチ

コミュニティ内での活動の場をいかに提供するか



shaping tomorrow with you